

SENTENZA TAL-QORTI ĠENERALI (It-Tieni Awla)

3 ta' Settembru 2010*

Fil-Kawża T-472/08,

Companhia Muller de Bebidas, stabbilita f'Pirassununga (il-Brazil), irrappreżentata minn G. Da Cunha Ferreira u I. Bairrão, avukati,

rikorrenti,

vs

L-Uffiċċju għall-Armonizzazzjoni fis-Suq Intern (Trade marks u Disinni) (UASI), irrappreżentat minn A. Folliard-Monguiral, bħala aġent,

konvenut,

* Lingwa tal-kawża: l-Ingliż.

il-parti l-oħra fil-proċedura quddiem il-Bord tal-Appell tal-UASI kienet

Missiato Industria e Comercio Ltda, stabbilita f'Santa Rita Do Passa Quatro (il-Brazil),

li għandha bħala suġġett rikors ippreżentat kontra d-deċiżjoni tal-Ewwel Bord tal-Appell tal-UASI tal-4 ta' Lulju 2008 (Każ R 1687/2007-1), dwar proċedimenti ta' oppożizzjoni bejn Companhia Muller de Bebidas u Missiato Industria e Comercio Ltda,

IL-QORTI ĠENERALI (It-Tieni Awla),

komposta minn I. Pelikánová (Relatur), President, K. Jürimäe u S. Soldevila Fragoso, Imħallfin,

Reġistratur: E. Coulon,

wara li rat ir-rikors ippreżentat fir-Reġistru tal-Qorti Ġenerali fit-22 ta' Ottubru 2008,

wara li rat ir-risposta ppreżentata fir-Reġistru tal-Qorti Ġenerali fid-9 ta' Marzu 2009,

wara li rat ir-replika ppreżentata fir-Reġistru tal-Qorti Ġenerali fit-12 ta' Mejju 2009,

wara li rat li l-partijiet ma ressqux talba għall-iffissar ta' seduta fi żmien xahar min-notifika tal-gheluq tal-proċedura bil-miktub u wara li għaldaqstant iddeċidiet, fuq rapport tal-Imhallef Relatur u skont l-Artikolu 135a tar-Regoli tal-Proċedura tal-Qorti Ġenerali, li tiddeċiedi mingħajr il-fażi orali tal-proċedura,

wara li rat il-ftuħ mill-ġdid tal-proċedura bil-miktub,

wara li rat il-mistoqsijiet bil-miktub magħmula lill-partijiet mill-Qorti Ġenerali,

wara li rat l-osservazzjonijiet ippreżentati mill-partijiet fir-Registru tal-Qorti Ġenerali fl-1 u fl-10 ta' Marzu 2010,

tagħti l-preżenti

Sentenza

Il-fatti li wasslu għall-kawża

- ¹ Fit-2 ta' Diċembru 2003, Missiato Industria e Commercio Ltda ppreżentat applikazzjoni għar-registrazzjoni ta' trade mark Komunitarja quddiem l-Uffiċċju għall-Armonizzazzjoni fis-Suq Intern (Trade marks u Disinni) (UASI), skont ir-Regolament

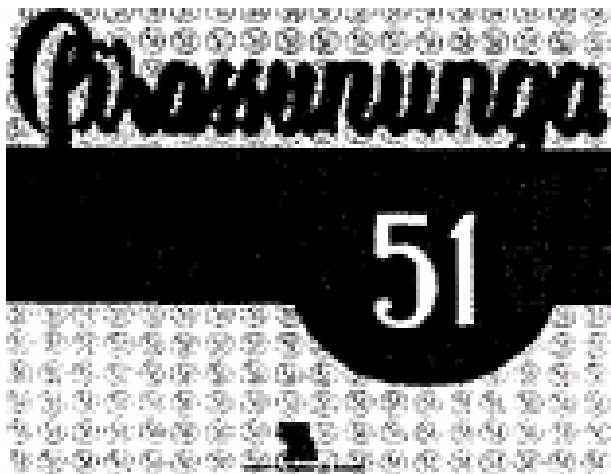
tal-Kunsill (KE) Nru 40/94, tal-20 ta' Diċembru 1993, dwar it-trade mark Komunitarja (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 17, Vol. 1, p. 146), kif emendat [issostitwit bir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 207/2009, tas-26 ta' Frar 2009, dwar it-trade mark Komunitarja (ĠU L 78, p. 1)].

- 2 It-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni għar-reġistrazzjoni (iktar 'il quddiem it-“trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni”) hija s-sinjal figurattiv riprodott hawn taħt:



- 3 Il-prodotti li għalihom saret l-applikazzjoni għar-reġistrazzjoni jaqgħu taħt il-klassi 33 skont il-Ftehim ta' Niece dwar il-klassifikazzjoni internazzjonali ta' prodotti u servizzi għall-finijiet tar-reġistrazzjoni ta' trade marks, tal-15 ta' Ġunju 1957, kif irrivedut u emendat, u jikkorrispondu għad-deskrizzjoni segwenti: “xorb alkoħoliku (bl-eċċezzjoni ta' birer)”.

- 4 Fis-27 ta' Settembru 2004, l-applikazzjoni għal registrazzjoni giet ippubblikata fil-*Bullettin tat-Trade marks Komunitarji* Nru 39/2004.
- 5 Fis-27 ta' Dicembru 2004, ir-rikorrenti, Companhia Muller de Bebidas, ressqet oppożizzjoni, skont l-Artikolu 42 tar-Regolament Nru 40/94 (li sar l-Artikolu 41 tar-Regolament Nru 207/2009), kontra r-registrazzjoni tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni fir-rigward tal-prodotti indikati fl-applikazzjoni għar-registrazzjoni. Din l-oppożizzjoni kienet ibbażata, b'mod partikolari, fuq id-drittijiet preċedenti li ġejjin (iktar 'il quddiem it-“trade marks preċedenti”):
- it-trade mark figurattiva Portugiża, ippreżentata fid-19 ta' April 1991 u rreġistrata fit-30 ta' Marzu 1993, taht in-numru 273105, għax-“xorb alkoholiku” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, riprodotta hawnhekk:



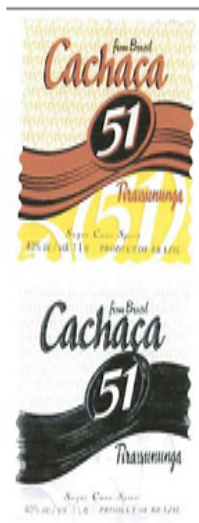
- it-trade mark figurattiva Portugiża, ippreżentata fl-10 ta' Awwissu 1998 u rreġistrata fl-21 ta' Awissu 2001, taht in-numru 331952, għax-“xorb alkoħoliku” li jaqa’ taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta’ Niece, riprodotta hawnhekk:



- it-trade mark figurattiva Daniża, ippreżentata fit-30 ta’ Ġunju 1995 u rreġistrata fl-10 ta’ Novembru 1998, taht ir-referenza VR 199803649, għal-“likur magħmul miz-zokkor tal-kannamieli” li jaqa’ taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta’ Niece, riprodotta hawnhekk:



- is-sensiela ta' trade marks figurattivi tar-Renju Unit, ipprezentati u rreġistrati fil-11 ta' Ottubru 2000, taht in-numru 2248316, għax-“xorb alkoholiku magħmul miz-zokkor tal-kannamieli” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, riprodotta hawnhekk:



- it-trade mark figurattiva Spanjola, irreġistrata fit-22 ta' Ottubru 2001, taht in-numru 2354943, għax-“xorb alkoholiku (bl-eċċezzjoni ta' birer) magħmul miz-zokkor tal-kannamieli” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, riprodotta hawnhekk:



- it-trade mark figurattiva Awstrijaka ippreżentata fid-29 ta' Ġunju 1995 u rreġistrata fit-18 ta' Diċembru 1995, taht in-numru 161564, għax-“xorb alkoholiku magħmul miz-zokkor tal-kannamieli ddistillat” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, riprodotta hawnhekk:



- it-trade mark figurattiva magħrufa sew fil-Portugall għax-“xorb alkoholiku” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, riprodotta hawnhekk:



- it-trade mark verbali magħrufa sew fil-Portugall CACHAÇA 51 għax-“xorb alkoholiku” li jaqa' taht il-klassi 33 fis-sens tal-Ftehim ta' Niece.

- 6 Quddiem id-Divizjoni tal-Oppożizzjoni, ir-rikorrenti sostniet li kienet teżisti probabbiltà ta' konfużjoni, fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94 [li sar l-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009], bejn it-trade marks kunfliġġenti. Hija bbażat ruħha wkoll fuq iż-żewġ trade marks tagħha allegatament magħrufa sew, fis-sens tal-Artikolu 8(2)(ċ) tar-Regolament Nru 40/94 [li sar l-Artikolu 8(2)(ċ) tar-Regolament Nru 207/2009], fil-Portugall.
- 7 B'deċiżjoni tal-4 ta' Settembru 2007, id-Divizjoni tal-Oppożizzjoni ċaħdet l-oppożizzjoni fit-totalità tagħha. Din id-deċiżjoni kienet is-suġġett ta' appell quddiem l-UASI, ipprezentat mir-rikorrenti fid-29 ta' Ottubru 2007 skont l-Artikoli 57 sa 62 tar-Regolament Nru 40/94 (li saru l-Artikoli 58 sa 64 tar-Regolament Nru 207/2009).
- 8 B'deċiżjoni tal-4 ta' Lulju 2008 (iktar 'il quddiem id-“deċiżjoni kkontestata”), l-Ewwel Bord tal-Appell tal-UASI ċaħad dan l-appell. Billi qabel mal-argumenti żviluppati mid-Divizjoni tal-Oppożizzjoni, huwa qies li d-differenzi eżistenti bejn it-trade marks kunfliġġenti kienu jeskludu kull probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

It-talbiet tal-partijiet

- 9 Ir-rikorrenti titlob li l-Qorti Ġenerali jogħgobha:
 - tannulla d-deċiżjoni kkontestata sa fejn tikkonferma d-deċiżjoni tad-Divizjoni tal-Oppożizzjoni li tawtorizza r-registrazzjoni tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni;
 - tikkundanna lill-UASI għall-ispejjeż.

10 Permezz ta' ittra pprezentata fir-Registru tal-Qorti Ġenerali fl-10 ta' Marzu 2010, ir-rikorrenti rrinunzjat għat-talbiet tagħha għat-tibdil tad-deċiżjoni kkontestata u għad-dikjarazzjoni ta' nullità tar-registrazzjoni tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni.

11 L-UASI jitlob li l-Qorti Ġenerali jogħgobha:

— tiċċad ir-rikors;

— tikkundanna lir-rikorrenti għall-ispejjeż.

Fuq l-ammissibbiltà tad-dokumenti mressqa għall-ewwel darba quddiem il-Qorti Ġenerali

12 Ir-rikorrenti annettiet, fl-Annessi 9 sa 11 tar-rikors tagħha, xi dokumenti li fihom dikjarazzjonijiet ġuramentati intiżi sabiex isostnu l-affermazzjoni li t-trade marks verbali u figurattivi preċedenti CACHAÇA 51 u Cachaça 51 huma magħrufa sew fil-Portugall (ara l-punt 5 iktar 'il fuq).

13 L-UASI jsostni li dawn id-dokumenti, jekk jittiehdu inkunsiderazzjoni, jibdlu s-suġġett tal-kawża quddiem il-Bord tal-Appell.

14 Id-dokumenti li jidhru fl-Annessi 9 sa 11 tar-rikors u li ġew prodotti għall-ewwel darba quddiem il-Qorti Ġenerali, ma jistgħux jittiehdu inkunsiderazzjoni. Fil-fatt, ir-rikors quddiem il-Qorti Ġenerali huwa intiż għall-istħarriġ tal-legalità tad-deċiżjonijiet tal-Bordijiet tal-Appell tal-UASI, skont l-Artikolu 63 tar-Regolament Nru 40/94 (li sar

l-Artikolu 65 tar-Regolament Nru 207/2009), b'tali mod li l-funzjoni tal-Qorti Ġenerali ma hijiex dik li teżamina mill-ġdid iċ-ċirkustanzi fattwali fid-dawl ta' dokumenti prodotti għall-ewwel darba quddiemha. Għaldaqstant dawn id-dokumenti għandhom jitwarrbu mingħajr ma jkun neċessarju li tiġi eżaminata s-saħħa probatorja tagħhom [ara, f'dan is-sens, is-sentenzi tal-Qorti Ġenerali tal-24 ta' Novembru 2005, *Sadas vs UASI — LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-346/04, *Gabra p. II-4891*, punt 19, u l-ġurisprudenza ċċitata].

Fuq il-mertu

- 15 Insostenn tat-talba tagħha għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ir-rikorrenti tinvoka motiv uniku, maqsum f'żewġ partijiet. L-ewwel parti hija bbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, filwaqt li t-tieni parti hija bbażata fuq ksur tal-Artikolu 52(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94 [li sar l-Artikolu 53(1)(a) tar-Regolament Nru 207/2009].

1. *Fuq it-tieni parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 52(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94*

- 16 Kif josserva għall-argument l-UASI, it-tieni parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 52(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94, hija nieqsa minn sugġett. Fil-fatt, din id-dispożizzjoni telenka r-raġunijiet relattivi ta' invalidità ta' trade mark Komunitarja li diġà giet irregistrata, li ma huwiex il-każ tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni.

- 17 Ghaldaqstant, hemm lok li tiġi miċhuda, bħala infondata, it-tieni parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata.

2. Fuq l-ewwel parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94

- 18 Permezz tal-ewwel parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, ir-rikorrenti takkuża lill-Bord tal-Appell li kkunsidra, b'mod żbaljat, li d-differenzi eżistenti bejn is-sinjali kunfliġġenti kienu suffiċjenti sabiex tiġi eskluża probabbiltà ta' konfużjoni f'moħħ il-pubbliku fit-territorji inkwistjoni, inkluż fil-Portugall, li fir-rigward tiegħu r-rikorrenti invokat il-fatt li t-trade marks verbali jew figurattivi preċedenti CACHAÇA 51 u Cachaça 51 huma magħrufa sew.

L-argumenti tal-partijiet

- 19 Insostenn tal-ewwel parti tal-motiv uniku għall-annullament tagħha, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, ir-rikorrenti tippreżenta, essenzjalment, seba' lmenti, li minnhom jirriżulta li l-Bord tal-Appell interpreta żaġġir din id-dispożizzjoni u l-ġurisprudenza stabbilita li tipprovdi li l-evalwazzjoni globali tat-trade marks kunfliġġenti għandha titwettagħ fid-dawl tal-elementi distintivi u dominanti tagħhom u li, għaldaqstant, l-analiżi tiegħu hija vvizzjata b'diversi żbalji.

- 20 Permezz tal-ewwel ilment tagħha, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta ma evalwax il-probabbiltà ta' konfużjoni fid-dawl tal-pubbliku rilevanti reali u, b'mod partikolari, meta qies li l-konsumatur rilevanti kien il-pubbliku ġenerali.
- 21 Skont it-tieni lment tagħha, ir-rikorrenti ssostni, essenzjalment, li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li l-elementi dominanti u distintivi tat-trade marks precedenti kienu “cachaça” u “51”.
- 22 Permezz tat-tielet ilment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li t-trade marks kunfligġenti ma jipproduċux impressjoni viżiva simili.
- 23 Skont ir-raba' lment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li t-trade marks kunfligġenti ma jipproduċux impressjoni fonetika simili ħafna.
- 24 Fil-kuntest tal-ħames ilment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda li ma hemmx xebh kuncettwali bejn it-trade marks kunfligġenti.
- 25 Permezz tas-sitt ilment tagħha, ir-rikorrenti tosserva, essenzjalment, li l-iżbalji ċċitati iktar 'il fuq kellhom impatt fuq id-deċiżjoni kkontestata sa fejn wasslu lill-Bord tal-Appell sabiex jikkonkludi, b'mod żbaljat, li ma hemmx probabbiltà ta' konfużjoni fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti.

- 26 Fl-aħħar, skont is-seba' lment, ir-rikorrenti tqis li d-dokumenti li hija pprezentat kienu suffiċjenti sabiex jiġi stabbilit li t-trades marks verbali u figurattivi preċedenti CACHAÇA 51 u Cachaça 51 huma magħrufa sew fil-Portugall jew, tal-inqas, għandhom karattru distintiv globali għoli f'dan il-pajjiż. Huwa b'mod żbaljat li l-Bord tal-Appell qies li t-trade mark li fir-rigward tagħha kellu jiġi stabbilit li hija magħrufa sew kienet in-numru 51 u li ma ġiex stabbilit li din kienet magħrufa sew.
- 27 L-UASI jitlob iċ-ċaħda tar-rikors, minhabba l-fatt li l-Bord tal-Appell seta' ġustament, jikkunsidra li ma kinitx teżisti, fil-kawża preżenti, probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

Il-kunsiderazzjonijiet tal-Qorti Ġenerali

- 28 Skont l-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, jekk issir oppożizzjoni mill-proprietarju ta' trade mark preċedenti, ir-registrazzjoni tat-trade mark li saret applikazzjoni għaliha għandha tiġi rriġutata jekk, minhabba identikità jew xebh bejn iż-żewġ trade marks u l-identikità jew xebh tal-prodotti jew servizzi koperti mit-trade marks teżisti probabbiltà ta' konfużjoni minn naħa tal-pubbliku fit-territorju fejn it-trade mark preċedenti hija protetta. Il-probabbiltà ta' konfużjoni tinkludi wkoll il-probabbiltà li ssir assoċjazzjoni mat-trade mark preċedenti.
- 29 Skont ġurisprudenza stabbilita, tikkostitwixxi probabbiltà ta' konfużjoni l-probabbiltà li l-pubbliku jista' jahseb li l-prodotti jew is-servizzi inkwistjoni ġejjin mill-istess impriża jew minn impriži marbuta ekonomikament. Skont din l-istess ġurisprudenza, il-probabbiltà ta' konfużjoni għandha tiġi evalwata globalment, skont il-perċezzjoni li l-pubbliku rilevanti għandu tas-sinjali u tal-prodotti jew tas-servizzi inkwistjoni, billi

jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi rilevanti kollha tal-każ ineżami, b'mod partikolari tal-interdipendenza bejn ix-xebh tas-sinjali u dak tal-prodotti jew servizzi koperti [ara s-sentenza tal-Qorti Ġenerali tad-9 ta' Lulju 2003, Laboratorios RTB vs UASI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Ġabra p. II-2821, punti 30 sa 33, u l-ġurisprudenza ċċitata].

- ³⁰ Għall-finijiet tal-applikazzjoni tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, probabbiltà ta' konfużjoni tippreżupponi kemm idenċità jew xebh tat-trade marks kunfligġenti kif ukoll idenċità jew xebh tal-prodotti jew tas-servizzi indikati minnhom. Dawn huma kundizzjonijiet kumulattivi [ara s-sentenza tal-Qorti Ġenerali tat-22 ta' Jannar 2009, Commercy vs UASI — easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Ġabra p. II-43, punt 42, u l-ġurisprudenza ċċitata].
- ³¹ Huwa fid-dawl tal-prinċipji esposti fil-punti 28 sa 30 iktar 'il fuq li għandha, fil-kawża preżenti, tiġi eżaminata l-ewwel parti tal-motiv uniku għall-annullament, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

Fuq il-pubbliku rilevanti

- ³² Skont il-ġurisprudenza, fil-kuntest tal-evalwazzjoni globali tal-probabbiltà ta' konfużjoni, għandu jittieħed inkunsiderazzjoni l-konsumatur medju tal-kategorija ta' prodotti jew ta' servizzi kkonċernata, normalment informat u raġonevolment attent u avżat. Hemm ukoll lok li jittieħed inkunsiderazzjoni l-fatt li l-livell ta' attenzjoni tal-konsumatur medju jista' jvarja skont il-kategorija ta' prodotti jew servizzi inkwistjoni

[ara s-sentenza tal-Qorti Ġenerali tat-13 ta' Frar 2007, Mundipharma vs UASI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Ġabra p. II-449, punt 42, u l-ġurisprudenza ċċitata].

- 33 Fil-punt 20 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell qies li l-pubbliku rilevanti kien il-pubbliku ġenerali, kompost mill-konsumatur medju Portugiż, Spanjol, mir-Renju Unit, Awstrijak jew Daniż, meqjus li huwa normalment informat u raġonevolment attent u avżat.
- 34 L-ewwel nett, fir-rigward tat-territorji li għandhom jittiehdu inkunsiderazzjoni sabiex tiġi evalwata l-probabbiltà ta' konfużjoni, għandu jiġi kkonstatat li, kif iddikjara għustament il-Bord tal-Appell fil-punt 20 tad-deċiżjoni kkontestata, mingħajr ma ġie kkontestat, peress li t-trade marks preċedenti huma trade marks nazzjonali, l-imsemmija territorji huma t-territorji tal-Istati Membri li fihom l-imsemmija trade marks huma protetti, jiġifieri l-Portugall, Spanja, ir-Renju Unit, l-Awstrija u d-Danimarka.
- 35 It-tieni nett, fir-rigward tal-konsumaturi li huma parti mill-pubbliku rilevanti, ir-rikorrenti ssostni, permezz tal-ewwel ilment tagħha, li d-deċiżjoni kkontestata hija vvizzjata bi żball sa fejn il-konsumaturi inkwistjoni ma humiex parti mill-“pubbliku ġenerali”, iżda huma biss konsumaturi żgħar fl-età u ta' età medja. F'dan ir-rigward, ir-rikorrenti tosserva li hija stabbilixxiet, waqt il-proċedimenti quddiem l-UASI, li x-xarba cacheça tinxtorob mill-imsemmi pubbliku, bl-eċċezzjoni tat-tfal u tal-persuni anzjani.
- 36 Fil-kawża preżenti, il-prodotti koperti mit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni u mit-trade marks preċedenti jaqgħu taħt il-klassi 33, li tinkludi, fis-sens tal-Ftehim ta' Niece, ix-“xorb alkoholiku (bl-eċċezzjoni ta' birer)”. It-trade mark preċedenti Daniża, dik tar-Renju Unit, dik Spanjola u dik Awstrijakkha ġew irreġistrati biss għal-“likur magħmul miz-zokkor tal-kannamieli”, għax-“xorb alkoholiku magħmul

miz-zokkor tal-kannamieli ddistillat” jew għax-“xorb alkoħoliku magħmul miz-zokkor tal-kannamieli”.

37 Huwa minnu li r-rikorrenti tosserva, essenzjalment, li hija tuża esklużivament it-trade marks preċedenti biex tikkummerċjalizza tip partikolari ta’ xorb alkoħoliku jew likur magħmul miz-zokkor tal-kannamieli, immanifatturat fil-Brazil, bit-togħma tal-cachaça, u hemm kull lok li jitqies li Missiato Industria e Comercio ser tikkummerċjalizza wkoll il-cachaça taht it-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, fid-dawl tal-fatt li hija diġà tikkummerċjalizza dan it-tip ta’ prodotti taht l-imsemmija trade mark.

38 Madankollu, għandu jiġi rrilevat li d-drittijiet mogħtija jew li jistgħu jingħataw mit-trade marks kunfligġenti jestendu għal kull waħda mill-kategoriji ta’ prodotti jew servizzi li għalihom dawn it-trade marks huma protetti jew għal kull waħda mill-kategoriji ta’ prodotti koperti mill-applikazzjoni għar-reġistrazzjoni. L-għażliet kummerċjali mwettqa jew li jistgħu jitwettqu mill-proprjetarji ta’ trade marks kunfligġenti huma fatturi li għandhom jiġu distinti mid-drittijiet li jingħataw minn dawn it-trade marks u, sa fejn jiddependu biss mir-rieda tal-proprjetarji ta’ dawn it-trade marks, jistgħu jinbidlu. Sakemm il-lista ta’ prodotti koperti mit-trade marks kunfligġenti ma gietx emendata, tali fatturi ma jista’ jkollhom ebda impatt fuq il-pubbliku rilevanti li għandu jittiehed inkunsiderazzjoni fil-fażi tal-evalwazzjoni tal-eżistenza ta’ probabbiltà ta’ konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94 [ara, f’dan is-sens, is-sentenza tal-Qorti Ġenerali tat-13 ta’ April 2005, Gillette vs UASI — Wilkinson Sword (RIGHT GUARD XTREME sport), T-286/03, mhux ippubblikata fil-Ġabra, punt 33].

39 Peress li l-prodotti li għalihom it-trade marks preċedenti huma protetti u l-prodotti koperti mill-applikazzjoni għar-reġistrazzjoni tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni huma prodotti ta’ konsum ta’ kuljum, jiġifieri ma humiex intiżi għal

pubbliku speċjalizzat, huwa b'mod ġust li l-Bord tal-Appell iddikjara, fil-punt 20 tad-deċiżjoni kkontestata, li l-pubbliku rilevanti huwa l-konsumatur medju Portugiż, Spanjol, mir-Renju Unit, Awstrijak jew Daniż, meqjus li huwa normalment informat u raġonevolment attent u avżat.

- ⁴⁰ Minkejja li x-xorb alkoħoliku, inkluż dak magħmul miz-zokkor tal-kannamieli, jinbiegħ fir-ristoranti jew fil-barrijiet, b'mod partikolari fil-forma ta' cocktails, bħall-caipirinha, u minkejja li ċerti kampanji ta' reklamar li jirrigwardaw l-imsemmi xorb huma mmirati b'mod partikolari lejn l-adulti żgħażaġh u ta' età medja, xorta jibqa' l-fatt li dan ix-xorb huwa normalment is-suġġett ta' distribuzzjoni ġeneralizzata u li jinbiegħ ukoll mhux biss fil-ħwienet speċjalizzati, iżda wkoll fil-ħwienet kummerċjali l-kbar, b'tali mod li huwa aċċessibbli għall-pubbliku ġenerali [ara, f'dan is-sens, is-sentenza tal-Qorti Ġenerali tal-14 ta' Diċembru 2006, *Mast-Jägermeister vs UASI — Licorera Zacapaneca (VENADO b'bordura et)*, T-81/03, T-82/03 u T-103/03, Ġabra p. II-5409, punt 82]. Barra minn hekk, mid-dokumenti Nru 1 u 2 prodotti mir-rikorrenti quddiem l-UASI, u ċċitati fil-punt 41 tad-deċiżjoni kkontestata, jirriżulta li l-prodotti koperti mit-trade marks Portugiżi preċedenti huma ddistribwiti fil-kummerċ bl-imnut tal-ikel, b'mod partikolari fis-supermarkets.

- ⁴¹ Fir-rigward tal-argument tar-rikorrenti li l-Bord tal-Appell ma indikax b'mod esplicitu, fid-deċiżjoni kkontestata, li l-pubbliku rilevanti kien kompost esklużivament minn konsumaturi adulti, huwa suffiċjenti li jiġi osservat li, għal raġunijiet ta' interess ġenerali, il-bejgħ tax-xorb alkoħoliku huwa ġeneralment ipprojbit lit-tfal u li, b'hekk, minħabba l-liġi, il-pubbliku kkonċernat minn dawn il-prodotti huwa limitat għall-konsumaturi adulti. L-ebda element fid-deċiżjoni kkontestata ma jippermetti li jitqies li l-Bord tal-Appell naqas milli jiehu inkunsiderazzjoni r-restrizzjonijiet legali marbutin mal-età tal-konsumatur medju ta' kull Stat Membru li fir-rigward tiegħu huwa evalwa l-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni u li l-evalwazzjoni tiegħu ġiet influwenzata b'dan.

- 42 Ghaldaqstant, hemm lok li jiġu miċhud l-ewwel ilment tar-rikorrenti, ibbażat fuq żball imwettaq mill-Bord tal-Appell fir-rigward tad-definizzjoni tal-pubbliku rilevanti kif stabbilita fil-punt 20 tad-deċiżjoni kkontestata.

Fuq ix-xebh tal-prodotti

- 43 Skont ġurisprudenza stabbilita, sabiex jiġi evalwat ix-xebh bejn il-prodotti jew is-servizzi inkwistjoni, għandhom jittiehdu inkunsiderazzjoni l-fatturi rilevanti kollha li jikkaratterizzaw ir-relazzjoni bejniethom. Dawn il-fatturi jinkludu, b'mod partikolari, in-natura tagħhom, l-użu intenzjonat tagħhom, il-mod tal-użu tagħhom kif ukoll il-karattru kompetittiv jew komplementari tagħhom. Jistgħu jittiehdu inkunsiderazzjoni wkoll fatturi oħra, bħalma huma l-kanali ta' distribuzzjoni tal-prodotti inkwistjoni [ara s-sentenza tal-Qorti Ġenerali tal-11 ta' Lulju 2007, El Corte Inglés vs UASI — Bolaños Sabri (PiraNAM diseño original Juan Bolaños), T-443/05, Ġabra p. II-2579, punt 37, u l-ġurisprudenza ċċitata].
- 44 Meta l-prodotti li fir-rigward tagħhom hija protetta trade mark preċedenti jinkludu l-prodotti koperti minn applikazzjoni għal reġistrazzjoni, dawn il-prodotti huma meqjusa li huma identiċi (ara s-sentenza ARTHUR ET FELICIE, iċċitata fil-punt 14 iktar 'il fuq, punt 34, u l-ġurisprudenza ċċitata).
- 45 Ir-rikorrenti ma tikkontestax l-evalwazzjoni tal-Bord tal-Appell, magħmula fil-punti 22 u 36 tad-deċiżjoni kkontestata, li tipprovdi li l-prodotti li fir-rigward tagħhom huma protetti t-trade marks preċedenti huma identiċi għal daww koperti mill-applikazzjoni għal reġistrazzjoni peress li dawn il-prodotti tal-aħħar "jinkludu (jew

huma inkluzi f') dawk protetti mit-trade marks preċedenti". Skont il-ġurisprudenza ċċitata fil-punt 44 iktar 'il fuq, hemm lok li tintlaqa' l-evalwazzjoni tal-Bord tal-Appell.

Fuq ix-xebh bejn is-sinjali

— Fuq l-elementi distintivi u dominanti

⁴⁶ L-evalwazzjoni globali tal-probabbiltà ta' konfużjoni għandha, fir-rigward tax-xebh viżiv, fonetiku jew kuncettwali tas-sinjali kunfligġenti, tkun ibbażata fuq l-impressjoni ġenerali prodotta minn dawn is-sinjali, filwaqt li jittiehdu inkunsiderazzjoni, b'mod partikolari, l-elementi distintivi u dominanti tagħhom. Il-perċezzjoni tat-trade marks li għandu l-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi inkwistjoni għandha rwol determinanti fl-evalwazzjoni globali tal-imsemmija probabbiltà. F'dan ir-rigward, il-konsumatur medju normalment jipperċepixxi trade mark fl-intier tagħha u ma joqgħodx jeżamina d-dettalji differenti tagħha (ara s-sentenza tal-Qorti tal-Ġustizzja tat-12 ta' Ġunju 2007, UASI vs Shaker, C-334/05 P, Ġabra p. I-4529, punt 35, u l-ġurisprudenza ċċitata).

⁴⁷ Sabiex jiġi evalwat il-karattru distintiv ta' element li jaqmel parti minn trade mark, għandha tiġi evalwata l-kapaċità f'tit jew wisq kbira ta' dan l-element li jikkontribwixxi sabiex il-prodotti li għalihom it-trade mark giet irregistrata jiġu identifikati bħala prodotti li joriġinaw minn impriza speċifika, u għalhekk sabiex dawn il-prodotti jiġu distinti minn dawk ta' imprizi oħra. F'din l-evalwazzjoni għandhom jittiehdu inkunsiderazzjoni b'mod partikolari l-kwalitajiet intrinżiċi tal-element inkwistjoni fid-dawl ta' jekk dan huwiex nieqes jew le minn kull karattru deskrittiv tal-prodotti li għalihom it-trade mark giet irregistrata [ara s-sentenzi tal-Qorti Ġenerali tat-13 ta' Ġunju 2006, Inex vs UASI — Wiseman (Rappreżentazzjoni ta' ġilda ta' baqra), T-153/03, Ġabra p. II-1677, punt 35, u l-ġurisprudenza ċċitata, u tat-13 ta' Diċembru

2007, Cabrera Sánchez vs UASI — Industrias Cárnicas Valle (el charcutero artesano), T-242/06, Ġabra p. II-175, punt 51].

48 L-evalwazzjoni tax-xebh bejn żewġ trade marks ma tistax tkun limitata b'mod li jittiehed inkunsiderazzjoni biss komponent wiehed ta' trade mark kumplessa u li jiġi mqabbel ma' trade mark oħra. Għall-kuntrarju, il-paragun għandu jsir billi jiġu eżaminati t-trade marks inkwistjoni, kull waħda kkunsidrata fl-intier tagħha, proċess dan li ma jeskludix li l-impressjoni ġenerali maħluqa fil-memorja tal-pubbliku rilevanti minn trade mark kumplessa tista', f'ċerti ċirkustanzi, tkun iddominata minn wiehed jew iktar mill-komponenti tagħha (ara s-sentenza UASI vs Shaker, iċċitata fil-punt 46 iktar 'il fuq, punt 41, u l-ġurisprudenza ċċitata). Huwa biss jekk il-komponenti l-oħra kollha tat-trade mark ikunu neglijabbli li l-evalwazzjoni tax-xebh tkun tista' ssir fuq il-bażi tal-element dominanti biss (sentenzi tal-Qorti tal-Ġustizzja UASI vs Shaker, iċċitata fil-punt 46 iktar 'il fuq, punt 42, u tal-20 ta' Settembru 2007, Nestlé vs UASI, C-193/06 P, Ġabra p. I-114, punt 42). Dan jista' jkun il-każ, b'mod partikolari, meta dan il-komponent jista' jiddomina, waħdu, l-immagni ta' din it-trade mark li l-pubbliku rilevanti jzomm fil-memorja, b'tali mod li l-komponenti l-oħra kollha tat-trade mark ikunu neglijabbli fl-impressjoni ġenerali maħluqa minnha (sentenza Nestlé vs UASI, iċċitata iktar 'il fuq, punt 43). Il-Qorti tal-Ġustizzja ppreċiżat li l-fatt li element ma jkunx neglijabbli ma jimplikax li huwa dominanti, l-istess bħalma l-fatt li element ma jkunx dominanti b'ebda mod ma jimplika li huwa neglijabbli (sentenza Nestlé vs UASI, iċċitata iktar 'il fuq, punt 44).

49 Meta ċerti elementi ta' trade mark ikollhom karattru deskrittiv fir-rigward tal-prodotti u tas-servizzi li għalihom it-trade mark hija protetta jew fir-rigward tal-prodotti u tas-servizzi koperti mill-applikazzjoni għal reġistrazzjoni, jista' jiġi rikonoxxut li dawn l-elementi għandhom biss karattru distintiv dgħajef, jew dgħajef hafna [ara, f'dan is-sens, is-sentenzi tal-Qorti Ġenerali tat-12 ta' Settembru 2007, Koipe vs UASI — Aceites del Sur (La Española), T-363/04, Ġabra p. II-3355, punt 92, u el charcutero artesano, iċċitata fil-punt 47 iktar 'il fuq, punt 52, u l-ġurisprudenza ċċitata]. Fil-parti l-kbira tal-każijiet, dan il-karattru distintiv ikun jista' jiġi rikonoxxut fir-rigward tagħhom biss minhabba l-kombinazzjoni li jiffurmaw mal-elementi l-oħra tat-trade mark. Minhabba l-karattru distintiv dgħajef jew dgħajef hafna tagħhom, l-elementi deskrittivi ta' trade mark ma humiex ġeneralment ikkunsidrati mill-pubbliku bħala dominanti fl-impressjoni globali prodotta minnha, hlief meta, minhabba b'mod partikolari l-pożizzjoni jew id-dimensjoni tagħhom, jidhru li jistgħu jagħmlu impatt

fuq il-perċezzjoni tal-pubbliku u li jinżammu fil-memorja tal-pubbliku [ara, f'dan is-sens, is-sentenzi tal-Qorti Ġenerali el charcutero artesano, iċċitata fil-punt 47 iktar 'il fuq, punt 53, u l-ġurisprudenza ċċitata, u tat-12 Novembru 2008, Shaker vs UASI — Limiñana y Botella (Limoncello della Costiera Amalfitana shaker), T-7/04, Ġabra p. II-3085, punt 44, u l-ġurisprudenza ċċitata]. Madankollu, dan ma jfissirx li l-elementi deskrittivi ta' trade mark huma neċessarjament negligibbli fl-impressjoni globali prodotta minnha. F'dan ir-rigward għandu b'mod partikolari jiġi evalwat jekk elementi oħra tat-trade mark jistgħux jiddominaw, waħedhom, l-immaġini ta' din it-trade mark li l-pubbliku rilevanti jzomm fil-memorja (ara l-punt 48 iktar 'il fuq).

50 Għandu jiġi mfakkar ukoll li ma hemm xejn li jipprekludi li tiġi vverifikata l-eżistenza ta' xebh viżiv bejn trade mark verbali u trade mark figurattiva peress li dawn iż-żewġ tipi ta' trade marks għandhom konfigurazzjoni grafika li tista' tohloq impressjoni viżiva [ara s-sentenza tal-Qorti Ġenerali tal-4 ta' Mejju 2005, Chum vs UASI — Star TV (STAR TV), T-359/02, Ġabra p. II-1515, punt 43, u l-ġurisprudenza ċċitata].

51 Fil-punt 24 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell qies li l-element dominanti tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti kien il-kelma “cachaça” sa fejn kienet fl-ewwel pożizzjoni u sa fejn, skont il-ġurisprudenza, il-parti inizjali ta' sinjal għandha, normalment, impatt iktar b'saħħtu fuq il-konsumatur milli jkollha l-parti finali tiegħu.

52 Fil-punt 25 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell ikkunsidra li l-elementi dominanti tat-trade marks figurattivi preċedenti kienu l-element figurattiv ċentrali li jikkonsisti fin-numru 51, miktub b'karattri bojod f'ċirku nofsu mdaħħal fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għall-oħra u l-kelma miktuba fuq dan l-element figurattiv, li hija dejjem “cachaça”, bl-eċċezzjoni biss tar-reġistrazzjoni Portugiża Nru 273105, fejn din il-kelma hija “pirassununga”. Il-karattru dominanti ta' dawn

l-elementi jirriżulta mill-pożizzjoni tagħhom u mid-daqs tagħhom li huwa superjuri għal dak tal-elementi l-oħra tat-trade marks inkwistjoni.

- 53 Fil-punti 26 u 27 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell qies li l-kelma “cachaça” kienet element distintiv fit-trade mark preċedenti Spanjola, dik tar-Renju Unit, dik Awstrijakka u dik Daniża, peress li l-konsumaturi Spanjoli, tar-Renju Unit, Awstrijakki u Daniži jikkunsidraw dan it-terminu bħala mhux reali. F’dawn it-territorji kollha, din il-kelma tikkostitwixxi wkoll l-element l-iktar distintiv tas-sinjali inkwistjoni sa fejn, minn naħa, bħala elementi verbali, din il-kelma jkollha impatt iktar b’saħħtu fuq il-konsumatur mill-element figurattiv tiegħu — peress li l-pubbliku ma għandux it-tendenza li janalizza s-sinjali u peress li jirreferi iktar faċilment għal sinjal billi jinqeda mill-element verbali tiegħu — u, min-naħa l-oħra, il-karattru distintiv intrinsiku tan-numri huwa limitat, peress li dawn “ġeneralment jirreferu għal kwantitajiet, għal perijodi, għal ordnijiet eċċ, ta’ prodotti u peress li, għaldaqstant, il-konsumaturi ma jkollhomx l-abitudni jipperċeppixxuhom bħala trade marks”. Barra minn hekk, in-numri b’żewġ ċifri normalment jintużaw sabiex jindikaw ċerti karatteristiċi ta’ “xorb alkoħoliku” bħall-grad ta’ alkoħol bħala volum jew iż-żmien neċessarju għall-proċess ta’ maturazzjoni.
- 54 Barra minn hekk, fil-punti 26 sa 28 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell qies li l-kliem “cachaça” u “pirassununga” kienu nieqsa minn karattru distintiv fil-Portugall, fejn huma meqjusa mill-konsumatur medju bħala termini deskrittivi, rispettivament, tat-tip ta’ prodotti koperti mit-trade marks kunfligġenti u ta’ “post fil-Brazil” li jikkorrispondu għall-post fejn jiġu mmanifatturati.
- 55 Fil-punti 28 u 29 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell ikkonkluda li l-element dominanti u l-iktar distintiv tat-trade mark preċedenti Spanjola, ta’ dik tar-Renju Unit, ta’ Awstrijakka u ta’ dik Daniża kien l-element “cachaça”, filwaqt li, fid-dawl kemm tas-sens deskrittiv tal-kliem “cachaça” jew “pirassununga” għal konsumatur

Portugiż u kif ukoll tal-karattru distintiv limitat ta' numru b'żewġ ċifri fir-rigward tax-xorb alkoħoliku, il-karattru distintiv tat-trade marks verbali u figurattivi Portugiżi preċedenti jistrieħ fuq it-tagħqid tal-“elementi tagħhom” jew fuq it-tagħqid “tal-elementi l-iktar dominanti” tagħhom, jiġifieri “cachaça 51” jew “Pirassununga 51”.

- 56 Permezz tat-tieni lment tagħha, ir-rikorrenti ssostni, essenzjalment, li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li l-element “cachaça” kien element dominanti u distintiv fit-trade marks preċedenti. Il-kelma “cachaça” hija nieqsa minn karattru distintiv intrinsiku minhabba l-karattru deskrittiv tagħha, u dan kemm għall-konsumaturi Portugiżi u kemm għall-konsumaturi Spanjoli, tar-Renju Unit, Awstrijakk u Daniżi. Il-probabbiltà ta' konfużjoni għandha tiġi evalwata fir-rigward tal-elementi “51” u “61” biss, assoċjati jew li jistgħu jiġu assoċjati mal-cachaça.
- 57 Għaldaqstant, għandu jitwettaq paragun tat-trade marks kunfligġenti billi jiġu identifikati, l-ewwel għal kull waħda mit-trade marks preċedenti u, sussegwentement, għat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, l-eventwali elementi dominanti jew negliġibbli tagħhom.
- 58 Fir-rigward tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti, għandu jiġi rrilevat li din hija fformata mit-tagħqid ta' żewġ elementi, fejn l-ewwel element huwa l-kelma “cachaça” u t-tieni “51”.
- 59 Ma huwiex ikkontestat li l-kelma “cachaça” hija meqjusa mill-konsumatur medju Portugiż bħala element verbali purament deskrittiv ta' xorb alkoħoliku, jiġifieri l-ispirti magħmula miz-zokkor tal-kannamieli.

60 In-numru 51 jidher, minn naħa tiegħu, bħala element numeriku arbitrarju fi hdan it-trade mark Portugiża verbali preċedenti. Huwa minnu li, fil-punt 27 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell ikkunsidra li l-karattru distintiv intrinsiku tan-numri, b'mod partikolari tan-numri b'żewġ ċifri, huwa limitat sa fejn dawn normalment jintużaw sabiex jiddeskrivu ċerti karatteristiċi tal-prodotti, b'mod partikolari tax-xorb alkoholiku, u li l-konsumaturi ma għandhomx l-abitudni li jipperċeppixxuhom bħala trade marks. Madankollu, huwa naqas milli jiehu inkunsiderazzjoni l-fatt li, kif tirrileva għustament ir-rikorrenti, in-numru 51 ma jistax jitqies li jiġi immedjatament ipperċepit mill-pubbliku rilevanti bħala deskrittiv ta' karatteristika partikolari tal-prodott ikkonċernat, peress li ma huwiex assoċjat, fit-trade mark Portugiża verbali preċedenti, ma ebda waħda mill-unitajiet li jservu normalment sabiex ikejlu karatteristika partikolari tax-xorb alkoholiku, bħall-grad ta' alkohol bħala volum, il-volum jew iż-żmien neċessarju għall-proċess ta' maturazzjoni. Barra minn hekk, l-UASI, fir-risposta tiegħu, jirrileva li "l-valur li n-numri [51 u 61] jagħmlu referenza għalih ma huwiex magħruf".

61 Ghalkemm huwa minnu li, fil-punt 24 tad-deċiżjoni kkontestata, il-Bord tal-Appell ikkwalifika l-kelma "cachaça" bħala element dominanti tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti, filwaqt li rrileva, fil-punti 26 sa 28 ta' din l-istess deċiżjoni, li din il-kelma hija nieqsa minn karattru distintiv intrinsiku fil-Portugall, fejn hija meqjusa bħala deskrittiva tat-tip ta' prodotti kkonċernati, huwa xorta waħda kkontestata, li l-element "51" ma kienx neglijabbli fl-impressjoni globali prodotta minn din it-trade mark peress li l-karattru distintiv tagħha jinsab fit-tagħqid tal-elementi "cachaça" u "51" tagħha.

62 Ghaldaqstant, ma jistax jiġi sostnut li l-Bord tal-Appell naqas milli jiehu inkunsiderazzjoni l-element "51" tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti fl-analiżi tal-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94. Barra minn hekk, ma jistax jiġi lmentat li l-Bord tal-Appell, fil-kuntest ta' din l-istess analiżi, ħa inkunsiderazzjoni wkoll l-element "cachaça". Ghalkemm dan l-element jiġi pperċepit bħala deskrittiv tat-tip ta' prodotti inkwistjoni mill-konsumatur medju Portugiż, huwa xorta waħda għandu, fit-trade mark Portugiża verbali preċedenti, karattru awtonomu fil-konfront tal-element "51", kif ukoll karattru

distintiv residwali, li jirriżulta mit-tagħqid tiegħu mal-element “51” u mill-fatt li, bħala l-parti inizjali tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti, huwa għandu normalment, fuq livell viżiv u fonetiku, impatt iktar b’saħħtu fuq il-konsumatur medju milli jkollha l-parti finali tagħha [ara, f’dan is-sens, is-sentenza tal-Qorti Ġenerali tas-17 ta’ Marzu 2004, *El Corte Inglés vs UASI — González Cabello u Iberia Líneas Aéreas de España* (MUNDICOR), T-183/02 u T-184/02, Ġabra p. II-965, punti 81 u 83].

- 63 Minn dan isegwi li, fil-każ tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti, il-Bord tal-Appell ma wettaqx żball meta ħa inkunsiderazzjoni l-elementi “cachaça” u “51” sabiex janalizza l-eżistenza ta’ probabbiltà ta’ konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.
- 64 Fir-rigward tat-trade marks figurattivi preċedenti, għandu jiġi rrilevat li dawn huma fformati minn tagħqid ta’ diversi elementi verbali u figurattivi.
- 65 Ma huwiex ikkontestat li l-elementi li jikkomponu dawn it-trade marks, barra l-element “cachaça” jew “pirassununga” u l-element “51”, miktuba b’karattri bojod f’ċirku nofsu mdahħal fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għall-oħra, huma negligibbli fl-impressjoni globali prodotta minnhom u li għaldaqstant jistgħu jitwarrbu għall-finijiet tal-analiżi tal-eżistenza ta’ probabbiltà ta’ konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.
- 66 Fir-rigward tat-trade marks Portugiżi figurattivi preċedenti, ma huwiex ikkontestat li, fihom, il-kliem “cachaça” u “pirassununga” jitqiesu mill-konsumatur medju Portugiż bħala elementi purament deskrittivi tat-tip ta’ prodotti koperti mit-trade marks inkwistjoni, jiġifieri l-ispiriti magħmula miz-zokkor tal-kannamieli, u tal-post ta’ manifattura tagħhom, jiġifieri post fil-Brażil.

- 67 Għall-istess raġunijiet bħal daww evokati fil-punt 60 iktar 'il fuq, in-numru 51 għandu jiġi kkunsidrat bħala element arbitrarju fit-trade marks Portugiżi figurattivi preċedenti.
- 68 Il-Bord tal-Appell ikkonstata, fil-punti 25 u 29 tad-deċiżjoni kkontestata, li l-impressjoni globali prodotta minn dawn it-trade marks kienet iddominata mill-elementi “cachaça” jew “pirassununga” u “51” u li l-karattru distintiv tagħhom kien ibbażat fuq it-tagħqid ta' dawn l-elementi.
- 69 B'hekk, ma jistax jiġi sostnut b'mod validu li l-Bord tal-Appell naqas milli jiehu inkunsiderazzjoni l-element “51”, miktub b'karattri bojod f'ċirku nofsu mdaħħal fi strixxa wiesgħa li taqşam is-sinjal minn naħa għall-oħra, li jidher fit-trade marks Portugiżi figurattivi preċedenti, fl-analiżi tal-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94. Barra minn hekk, il-Bord tal-Appell ma jistax jiġi akkużat talli ha inkunsiderazzjoni, fil-kuntest ta' din l-analiżi tal-aħħar, l-element “cachaça” jew “pirassununga”. Għalkemm dan l-element jiġi pperċepit bħala deskrittiv tat-tip ta' prodotti inkwistjoni jew tal-post ta' manifattura tagħhom mill-konsumatur medju Portugiż, huwa xorta waħda għandu, fi hdan it-trade marks Portugiżi figurattivi preċedenti, karattru awtonomu fil-konfront tal-element “51”, kif ukoll karattru distintiv residwali, li jirrizulta mit-tagħqid tiegħu mal-element “51” u mill-fatt li l-kliem “cachaça” jew “pirassununga” jokkupaw, fis-sinjali, post tal-inqas ekwivalenti għal dak tal-element “51”. Għaldaqstant, minn tal-inqas fuq livell viżiv, huwa ma jistax jiġi kkunsidrat bħala neglijabbli fil-konfront ta' dan l-element tal-aħħar.
- 70 Minn dan isegwi li, fil-każ tat-trade marks Portugiżi figurattivi preċedenti, il-Bord tal-Appell ma wettaqx żball meta ha inkunsiderazzjoni kemm l-element “cachaça” jew “pirassununga” u kemm l-element “51”, miktub b'karattri bojod f'ċirku nofsu mdaħħal fi strixxa wiesgħa li taqşam is-sinjal minn naħa għall-oħra, kif ukoll l-impressjoni li tirrizulta mit-tagħqid tagħhom, sabiex jevalwa l-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

71 Fir-rigward tat-trade mark preċedenti Spanjola, ta' dik tar-Renju Unit, ta' dik Awstrijakka u ta' dik Daniża, il-Bord tal-Appell ikkontestata, fil-punti 27 u 29 tad-deċiżjoni kkontestata, li “cachaça” kienet l-element dominanti u l-iktar distintiv tagħhom, fid-dawl tan-natura verbali u mhux reali tagħha fir-rigward tal-konsumaturi Spanjoli, tar-Renju Unit, Awstrijakk u Daniżi, kif ukoll tal-karattru distintiv limitat tan-numri b'żewġ ċifri fir-rigward tax-xorb alkoholiku. Madankollu, huwa ma kkunsidrax, fil-bqija tad-deċiżjoni kkontestata, li l-element “51” kien negligibbli fl-impressjoni globali prodotta mill-imsemmija trade marks iżda ha debitament inkunsiderazzjoni dan l-element waqt l-analiżi tal-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94. Fil-punt 31 tad-deċiżjoni kkontestata, huwa rrileva b'mod partikolari li, “[f]uq livell fonetiku, il-konsumaturi jagħmlu riferiment għat-trade marks preċedenti billi jsejnhulhom ‘cachaça’ jew ‘cachaça 51’ fi Spanja, fid-Danimarka, fir-Renju Unit u fl-Awstrija, peress li dawn huma l-elementi dominanti u distintivi tagħhom”.

72 Konsegwentement, ma jistax jiġi sostnut li l-Bord tal-Appell naqas milli jiehu inkunsiderazzjoni l-element “51”, miktub b'karattri bojod f'ċirku nofsu mdahħal fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għall-oħra, tat-trade mark preċedenti Spanjola, ta' dik tar-Renju Unit, ta' dik Awstrijakka u ta' dik Daniża fl-analiżi tal-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94. Barra minn hekk, ma jistax jiġi lmentat li l-Bord tal-Appell, fil-kuntest ta' din l-analiżi tal-aħħar, ha inkunsiderazzjoni wkoll l-element “cachaça”. Anki jekk jitqies, kif issostni r-rikorrenti, li dan l-element jista' jitqies mill-pubbliku rilevanti kollu, fi Spanja, fid-Danimarka, fir-Renju Unit u fl-Awstrija, jew minn parti sinjifikattiva ta' dan l-istess pubbliku, bħala isem ġeneriku jew neċessarju sabiex jidentifika t-tip ta' prodotti koperti mit-trade marks ikkonċernati, xorta waħda għandu, fi h'dan kull waħda minn dawn it-trade marks, karattru awtonomu fil-konfront tal-element “51”, kif ukoll karattru distintiv residwali, li jirriżulta mit-tagħqid tiegħu mal-element “51” u mill-fatt li, peress li l-kelma “cachaça” tokkupa f'dan is-sinjal post minn tal-inqas ekwivalenti għal dak tal-“51”, ma tistax, minn tal-inqas fuq livell viżiv, tiġi kkunsidrata bħala negligibbli fil-konfront ta' dan l-element tal-aħħar.

73 Għaldaqstant, ir-rikorrenti ma għandhix raġun issostni li, fil-każ tat-trade mark preċedenti Spanjola, ta' dik tar-Renju Unit, ta' dik Awstrijakka u ta' dik Daniża, il-Bord tal-Appell wettaq żball meta ha inkunsiderazzjoni kemm l-element “cachaça” u

kemm l-element “51”, miktub b’karattri bojod f’ċirku nofsu mdahhal fi strixxa wiesgħa li taqşam is-sinjal minn naħa għall-oħra, kif ukoll tal-impressjoni li tirriżulta mit-tagħqid tagħhom, sabiex jevalwa l-eżistenza ta’ probabbiltà ta’ konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

74 Fid-dawl tal-kunsiderazzjonijiet preċedenti kollha, ir-rikorrenti ma għandhiex raġun issostni li l-Bord tal-Appell wettaq xi żball meta ħa inkunsiderazzjoni, għat-trade marks preċedenti kollha, kemm l-element “cachaça” jew “pirassununga” u kemm l-element “51” sabiex jevalwa l-eżistenza ta’ probabbiltà ta’ konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, b’tali mod li t-tieni lment għandu jiġi miċhud fit-totalità tiegħu.

75 Fir-rigward tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, il-Bord tal-Appell ikkonstata, fil-punt 30 tad-deċiżjoni kkontestata, li l-element distintiv u dominanti tagħha kien l-element numeriku u figurattiv ċentrali “61”, fid-dawl, l-ewwel nett, tal-pożizzjoni ċentrali tiegħu enfasizzata permezz taż-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli li jinkwadrawh minn kull naħa u, it-tieni nett, tal-fatt li l-elementi l-oħra jitqiesu bħala dekorattivi u sekondarji, jew minħabba l-karattru deskrittiv tagħhom (bittija jew iż-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli), jew minħabba d-daqs żgħir tagħhom (l-espressjoni “a nossa alegria” fuq iż-żigarella, meqjusa bħala “dekorazzjoni”). Madankollu, mid-deċiżjoni kkontestata jirriżulta li l-Bord tal-Appell ma kkunsidrax li l-elementi figurattivi li jikkorrispondu għall-bittija u għaž-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli u l-element verbali kkostitwit mill-espressjoni “a nossa alegria” kienu elementi negligibbli fl-impressjoni globali prodotta mill-imsemmija trade mark. Fil-fatt, waqt l-analiżi tal-eżistenza ta’ xebh fonetiku eventwali bejn it-trade marks kunfligġenti, il-Bord tal-Appell irrileva, fil-punt 31 tad-deċiżjoni kkontestata, li “ma [setghatx] tiġi mwarrba l-possibbiltà li [t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni] tissejjaħ ‘[a nossa alegria]’ peress li [...] dan huwa l-uniku element verbali tas-sinjal”. Bl-istess mod, fil-punt 34 tad-deċiżjoni kkontestata, huwa ħa inkunsiderazzjoni l-fatt li “in-numru 61 fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni jindika bittija, li huwa

element li ma jidher f'ebda waħda mit-trade marks preċedenti" fil-kuntest tal-analizi tal-eżistenza ta' xebh kuncettwali eventwali bejn it-trade marks kunfliġġenti.

- 76 Fil-kuntest tal-proċedura preżenti, ir-rikorrenti ssostni li l-analizi tal-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94 għandha titwettaq fil-konfront biss tal-element "61", li jiddomina l-impressjoni globali prodotta mit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni. Billi kkonkluda li l-appell kellu jiġi miċhud, l-UASI qies, minn naħa tiegħu, li din l-analizi għandha tiegħu inkunsiderazzjoni kemm l-element "61" u kemm l-elementi figurattivi li jikkorrispondu għall-bittija u għaż-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli, kif ukoll l-element verbali kkostitwit mill-espressjoni "a nossa alegria", li ma humiex negligibbli fl-impressjoni globali prodotta mit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni.
- 77 Ma jistax jiġi lmentat li l-Bord tal-Appell ha inkunsiderazzjoni l-espressjoni "a nossa alegria" tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni sabiex janalizza l-eżistenza ta' probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94. Din l-espressjoni, li hijal-unika li tidher fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, tgawdi importanza għall-finijiet tal-pronunzja tal-imsemmija trade mark u, għaldaqstant, ma tistax tiġi kkunsidrata bħala negligibbli fl-impressjoni globali prodotta minnha. Bl-istess mod, huwa b'mod ġust li l-Bord tal-Appell ha inkunsiderazzjoni ċerti elementi figurattivi tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, bħad-disinn ta' bittija. Minkejja li jevokaw xorb alkoholiku magħmul miz-zokkor tal-kannamieli li jista' jiġi mmaturat fi btieti tal-ballut u, bħala tali, huma distintivi b'mod dgħajjef ħafna fir-rigward ta' tali prodotti, il-bittija u ż-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli jikkonservaw awtonomija fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, kif ukoll karattru distintiv residwali li jirriżulta mit-tagħqid tagħhom mal-element "61" u mill-fatt li huma għandhom, fl-imsemmija trade mark, post tal-inqas ekwivalenti għal dak okkupat mill-element "61". Għaldaqstant, huwa b'mod ġust li l-UASI sostna, fil-kuntest tal-kawża preżenti, li dawn l-elementi ma jistgħux jiġu kkunsidrati, tal-inqas fuq pjan viżiv, bħala negligibbli fil-konfront ta' dan tal-aħħar.
- 78 Fid-dawl ta' dak li ntqal qabel u tal-ġurisprudenza ċċitata fil-punt 46 iktar 'il fuq, l-evalwazzjoni tax-xebh għandha għaldaqstant titwettaq, fir-rigward tar-relazzjonijiet

bejn it-trade mark Portugiża verbali preċedenti u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, fid-dawl tal-impressjoni globali prodotta mit-tagħqid tal-element “cachaça” u l-element “51”, minn naħa, u ta’ dik prodotta mit-tagħqid tal-element “61”, miktub f’karattri bojod, f’pożizzjoni ċentrali, tal-elementi kkostitwiti mid-disinn ta’ bittija inkwadrat minn żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli u li jinsab fuq l-istrixxa li fiha l-espressjoni “a nossa alegria”, min-naħa l-oħra. Fir-rigward tar-relazzjonijiet bejn it-trade marks figurattivi preċedenti u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, din l-istess evalwazzjoni għandha titwettaq fuq il-bażi tal-impressjoni globali prodotta mit-tagħqid tal-element “cachaça” jew “pirassununga” u tal-element “51”, miktub b’karattri bojod f’ċirku nofsu mdaħħal fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għall-oħra, minn naħa, u ta’ dik prodotta mit-tagħqid tal-element “61”, miktub f’karattri bojod, f’pożizzjoni ċentrali, tal-elementi kkostitwiti mid-disinn ta’ bittija inkwadrat minn żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli fuq kull naħa u tal-element li jikkostitwixxi fi strixxa li fiha l-espressjoni “a nossa alegria”, min-naħa l-oħra.

— Fuq ix-xebh viżiv

⁷⁹ Fir-rigward tax-xebh viżiv bejn it-trade marks kunfligġenti, il-Bord tal-Appell ikkonkluda, fil-punti 32 u 33 tad-deċiżjoni kkontestata, li dawn it-trade marks jikkoincidu biss fir-rigward tar-rappreżentazzjoni taċ-ċifra 1. Ix-“xebh viżiv relattiv” bejn iċ-ċifri 5 u 6, miktubin b’forma ta’ karattri pjuttost komuni, ma jistax jittiehed inkunsiderazzjoni sa fejn il-pubbliku rilevanti huwa mdorri jara dawn iċ-ċifri u jiddistingwi normalment id-dettalji li jagħmluhom differenti. Il-koincidenza eżistenti bejn it-trade marks kunfligġenti fir-rigward tar-rappreżentazzjoni taċ-ċifra 1 ma hijiex suffiċjenti sabiex dawn jipproduċu impressjoni viżiva globali simili, fid-dawl tan-natura, tal-istruttura u tal-kompożizzjoni differenti tagħhom.

⁸⁰ Permezz tat-tielet ilment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li t-trade marks kunfligġenti ma jipproduċux impressjoni viżiva simili. L-elementi “51” u “61” huma viżwalment simili sa fejn fihom żewġ ċifri, li waħda minnhom hija

identika, huma ta' tul simili, huma t-tnejn miktuba bl-abjad fuq sfond iswed, b'forma ta' ċirku, u sa fejn iċ-ċifri 5 u 6 għandhom ukoll xebh grafiku qawwi. Barra minn hekk, l-elementi verbali tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, miktuba bil-Portugiż, jissuggerixxu li t-tip ta' prodotti koperti minn din it-trade mark gejjin minn pajjiż fejn jiġi mitkellem il-Portugiż, li jżid il-probabbiltà ta' konfużjoni.

81 L-UASI jitlob, essenzjalment, iċ-ċaħda tat-tielet ilment. Huwa jsostni li t-trade marks kunfligġenti huma globalment differenti fuq livell viżiv. Anki n-numri 51 u 61 huma differenti viżwalment, fid-dawl tal-konfigurazzjonijiet differenti taċ-ċifri 5 u 6.

82 Fl-impressjoni globali viżiva prodotta mit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, l-elementi l-iktar distintivi huma l-element "61" u l-elementi figurattivi dekorattivi li jikkorrispondu għal bittija u għal żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli. L-element "a nossa alegria", li għalih tirreferi r-rikorrenti, ma għandux, minn naha tiegħu, iktar minn impatt viżiv dghajef hafna, fid-dawl tad-daqs żgħir tiegħu, tal-pożizzjoni inferjuri li huwa jokkupa fis-sinjal u tal-aspett grafiku banali tiegħu. Fit-trade marks preċedenti, l-impressjoni viżiva globali hija ddominata jew, fit-trade mark Portugiża verbali preċedenti, tista' tiġi ddominata, skont ir-rappreżentazzjoni grafika mogħtija lilha, mill-elementi "cachaça" jew "pirassununga" u "51" kif ukoll, fit-trade marks figurattivi preċedenti, mill-element figurattiv dekorattiv li jikkonsisti fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għal oħra.

83 It-trade marks kunfligġenti huma differenti b'mod viżiv minhabba l-elementi verbali tagħhom "a nossa alegria", "cachaça" u "pirassununga" kif ukoll, jekk ikun il-każ, minhabba l-elementi figurattivi dekorattivi tagħhom, li huma rrapreżentati b'mod sempliċi u relattivament banali. Għall-kuntrarju, dawn it-trade marks jikkoincidu fuq livell viżiv fir-rigward tar-rappreżentazzjoni ta' numru b'żewġ ċifri, fejn it-tieni waħda, jiġifieri ċ-ċifra 1, hija identika. Barra minn hekk, għalkemm il-grafika taċ-ċifra 5 hija distinta permezz ta' ċerti dettalji minn dik taċ-ċifra 6, id-differenzi grafici eżistenti bejn dawn iż-żewġ ċifri huma inqas ovvja minn dawk li jiddistingwu lil kull

wahda minn dawn iċ-ċifri minn ċifri oħra. Barra minn hekk, fit-trade marks figurattivi kunfligġenti, in-numru b'zewġ ċifri, jiġifieri 51 fit-trade marks figurattivi preċedenti u 61 fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, huwa rrappreżentat b'mod simili b'karattri ta' daqs kbir, f'post ċentrali u fejn il-kulur abjad tiegħu jikkuntrasta ma' sfond ta' kulur skur. Barra minn hekk, il-forma ta' dan l-isfond hija relattivament simili, jiġifieri forma tonda fit-trade marks figurattivi preċedenti u forma ovali, li tikkorrispondi għall-forma ta' bittija, fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni.

- ⁸⁴ Ix-xebh viżiv li jeżisti bejn it-trade marks kunfligġenti, anki jekk jidher dgħajjef fir-rigward tal-impressjoni viżiva globali prodotta minnhom, huwa suffiċjentement notevoli sabiex jiġi ppreċepit mill-pubbliku rilevanti kollu. Għaldaqstant, hemm lok li jiġi kkonstatat li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda, essenzjalment, li hemm nuqqas ta' xebh viżiv bejn it-trade marks kunfligġenti u li jintlaqa', f'dan ir-rigward, it-tielet ilment ippreżentat mir-rikorrenti.

— Fuq ix-xebh fonetiku

- ⁸⁵ Fir-rigward tax-xebh fonetiku bejn it-trade marks kunfligġenti, il-Bord tal-Appell ikkunsidra, fil-punt 31 tad-deċiżjoni kkontestata, li t-trade marks preċedenti kienu msejha, skont il-każ, “cachaca”, “cachaca 51” jew “pirassununga 51”, filwaqt li t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni kienet imsejha “61”, mingħajr ma jista' jiġi eskluż li hija tissejjaħ “a nossa alegria”. Il-pronunzja identika taċ-ċifra “1” biss hija insuffiċjenti sabiex trade marks kunfligġenti jiġu kkunsidrati bħala simili fuq livell fonetiku.

86 Skont ir-raba' lment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta qies li t-trade marks kunfliġġenti ma jipproduċux impressjoni fonetika li tixxiebah hafna. Peress li l-pubbliku rilevanti huwa mdorri jordna oralment fil-barrijiet u r-ristoranti l-prodott kopert mit-trade marks precedenti u peress li l-kelma inizjali “cachaça” hija, u tista' wkoll tibqa' fil-futur, tintuża minn Missiato Industria e Comercio għall-identifikazzjoni tal-prodotti tagħha, it-trade marks kunfliġġenti ser jiġu ordnati taht l-isem “cachaça 51” jew “cachaça 61”. Ix-xebh fonetiku bejn it-trade marks huwa l-ikbar bejn il-lingwi, bħall-Portugiż u l-Ispanjol, li fihom iċ-ċifri 5 u 6 huma ppronunzjati bl-istess ittri inizjali u finali (rispettivament “s” u “enta”). Il-konsumaturi Portugiżi u Spanjoli jippronunzjaw in-numri 51 u 61 kważi bl-istess mod: “sin-cu-enta y um” u “se-senta y um” għall-konsumaturi Portugiżi u, b'mod prattikament identiku, “sin-cuenta e uno” u “se-senta e uno” għall-konsumaturi Spanjoli. Id-differenza bejn is-sinjali tistrieħ, fir-rigward tal-konsumaturi Spanjoli u Portugiżi, rispettivament, biss fuq l-eżistenza tal-ittri “ncu” u “ess” fiċ-ċentru ta' dawn in-numri, kif ippronunzjati minn dan il-pubbliku. Id-differenza fonetika li teżisti bejn ċerti elementi tat-trade marks kunfliġġenti hija ta' importanza żgħira fid-dawl tal-funzjoni dekorattiva jew deskrittiva ta' dawn l-elementi fi hdan is-sinjali inkwistjoni.

87 L-UASI jitlob, essenzjalment, iċ-ċaħda tar-raba' lment. Anki jekk jittiehdu inkunsiderazzjoni biss in-numri 51 u 61 fit-trade marks kunfliġġenti, id-differenzi fonetiċi bejniethom jibqgħu jinstemgħu. Fi Spanja, id-differenzi fonetiċi bejn “cincuenta y uno” u “sesenta y uno” ma jistgħux jiġu injorati. Id-differenzi huma iktar manifesti bl-Ingliż, bejn “fifty one” u “sixty one”, bil-Ġermaniż bejn “einundfünfzig” u “einundsechzig”, u bid-Daniż bejn “enoghalvtreds” u “enogtres”, fejn il-bidu tal-kliem “50” u “60” huma ppronunzjati b'mod kompletament differenti. Id-differenzi fonetiċi bejn it-trade marks kunfliġġenti jkun ikbar jekk, kif l-UASI jqis neċessarju, tittiehed inkunsiderazzjoni, fi Spanja, fir-Renju Unit, fl-Awstrija u fid-Danimarka, il-kelma “cachaça”, li t-tifsira tagħha ma hijiex ipperċepita mill-pubbliku rilevanti, kif ukoll, fi Spanja, l-espressjoni “a nossa alegria”, li s-sens tagħha jista' jinftehem mill-pubbliku

rilevanti. Fil-parti l-kbira tal-każijiet, ix-xebh fonetiku bejn is-sinjali kunfligġenti jkun dgħajjef, jew anki minimu, fi Spanja, u hafna iktar dgħajjef fir-Renju Unit, fl-Awstrija u fid-Danimarka. Fil-Portugall, ix-xebh fonetiku bejn it-trade marks kunfligġenti huwa dgħajjef, jew anki minimu, sa fejn id-differenzi fonetiċi bejn “sincuenta y um” u “sesenta y um” ma jistgħux jiġu injorati u sa fejn l-espressjoni “a nossa alegria” tista’ tiġi ppronunzjata wkoll.

⁸⁸ Il-pubbliku rilevanti jagħmel riferiment orali għat-trade marks kunfligġenti billi jippronunzja, probabbilment, it-tagħqid ifformat mill-elementi verbali tagħhom li ma humiex negligibbli fl-impressjoni globali prodotta minnhom. B’hekk, it-trade marks preċedenti jissejġu “cachaça 51” jew “pirassununga 51”, filwaqt li t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni tisseyjaħ “61” jew, eventwalment, “61 a nossa alegria”.

⁸⁹ It-trade marks kunfligġenti huma differenti fonetikament minhabba l-elementi verbali tagħhom “a nossa alegria”, “cachaça” u “pirassununga”. Għall-kuntrarju, dawn it-trade marks jikkoincidu parzjalment fil-pronunzja tal-element numeriku tagħhom. Qabel kollox, għandu jiġi kkonstatat li, fil-lingwi kkonċernati kollha, il-kliem li jikkorrispondu għan-numri 51 u 61 jesprimu ż-żieda ta’ unità man-numri 50 u 60. Il-fonemi li jesprimu ż-żieda ta’ din l-unità maċ-ċifri tal-għexieren huma ppronunzjati, f’kull waħda mil-lingwi inkwistjoni, b’mod distint u bl-istess mod f’51 u f’61. Il-fonemi li jikkorrispondu rispettivament għal “einund” u għal “enog” huma saħansitra l-ewwel li jiġu ppronunzjati fil-Ġermaniż u fid-Daniż, fil-kliem “einundfünfzig” u “einundsechzig” jew “enoghalvtreds” u “enogtres”. Madankollu, għall-kuntrarju ta’ dak li ssostni r-rikorrenti, it-trade marks kunfligġenti huma differenti fonetikament minhabba l-fonemi li jikkorrispondu għan-numri tal-għexieren, 50 jew 60. Bil-Portugiż u bl-Ispanjol, id-differenzi rispettivi ta’ pronunzja li jeżistu bejn il-fonemi li jikkorrispondu għal “cincuenta” u “sessenta”, minn naha, u għal “cincuenta” u “sesenta”, min-naha l-oħra, huma sinjifikattivi u ma jistgħux jiġu injorati mill-pubbliku rilevanti. Għall-kuntrarju ta’ dak li ssostni r-rikorrenti, lanqas il-fonemi li jikkorrispondu

għall-ittri “c” u “s”, bil-Portugiż, u fil-parti l-kbira ta’ Spanja, ma jikkoincidu fil-kliem inkwistjoni. Kif jirrileva għustament l-UASI, id-differenzi jinstemgħu iktar bl-Ingliz (“fifty” u “sixty”), bil-Ġermaniż (“fünfzig” u “sechzig”) u bid-Daniż (“halvtreds” u “tres”), fejn il-bidu tan-numri 50 u 60 huwa ppronunzjat b’mod radikalment differenti.

- 90 Minn dan isegwi li x-xebh fonetiku eżistenti bejn it-trade marks kunfligġenti, anki jekk huwa dgħajjef fir-rigward tal-impressjoni globali fonetika prodotta minnhom, huwa madankollu suffiċjentement notevoli sabiex jiġi pperċepit mill-pubbliku rilevanti kollu. Għaldaqstant, hemm lok li jiġi kkonstatat li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda, essenzjalment, li ma hemmx xebh fonetiku bejn it-trade marks kunfligġenti u hemm lok li jintlaqa’ f’dan ir-rigward, ir-raba’ lment tar-rikorrenti.

— Fuq ix-xebh kunċettwali

- 91 Fir-rigward tax-xebh kunċettwali bejn it-trade marks kunfligġenti, il-Bord tal-Appell indika, fil-punt 34 tad-deċiżjoni kkontestata, li dan ix-xebh ma jistax, fi kwalunkwe każ, jirriżulta hlief mir-rappreżentazzjoni, f’kull waħda minnhom, ta’ numru b’żewġ ċifri. Madankollu, sa fejn dawn in-numri huma radikalment differenti minhabba l-valur intrinsiku assolut tagħhom, li huwa stess huwa differenti, u sa fejn in-numru 61, fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, jikkorrispondi għal bittija, it-trade marks kunfligġenti huma differenti fuq livell kunċettwali.
- 92 Fil-kuntest tal-ħames ilment, ir-rikorrenti ssostni li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda li ma hemmx xebh kunċettwali bejn it-trade marks kunfligġenti. L-element distintiv ta’ dawn it-trade marks jikkonsisti f’numru b’żewġ ċifri, fejn it-tieni waħda hija identika, li huwa assoċjat mal-istess tip ta’ prodotti, jiġifieri l-ispirti magħmula miz-zokkor tal-kannamieli, immanifatturati fil-Brażil, u ma’ elementi

verbali miktuba bl-istess lingwa, jiġifieri l-Portugiż. Barra minn hekk, in-numri inkwistjoni huma ppreċeduti, jew jistgħu jiġu ppreċeduti, mit-terminu “cachaça”. B’hekk, minn perspettiva kunċettwali, it-trade marks kunfliġġenti ma humiex fundamentament differenti.

93 L-UASI jitlob, essenzjalment, iċ-ċaħda tal-ħames ilment. Huwa jirribatti li t-trade marks kunfliġġenti huma globalment differenti fuq livell kunċettwali. Sa fejn il-valur li għalih jirreferu n-numri 51 u 61 ma huwiex magħruf, huwa diffiċli li dawn in-numri jkunu jistgħu jikkontribwixxu għal xebh jew għal differenza kunċettwali bejn it-trade marks kunfliġġenti. Għall-kuntrarju, l-element figurattiv tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, jiġifieri l-bittija inkwadrata minn żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli, huwa b’saħħtu minn perspettiva kunċettwali, u dan iktar u iktar fid-dawl tal-fatt li mill-proċess ma jirriżultax li huma diversi l-operaturi li jużaw dan it-tip ta’ elementi grafiċi, taħt kwalunkwe forma stilizzata, fil-kummerċ tax-xorb alkoħoliku. L-element figurattiv tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni jikkontribwixxi għaldaqstant sabiex issir distinzjoni bejn it-trade marks kunfliġġenti fuq livell kunċettwali. L-espressjoni “a nossa alegria” żżid element ta’ distinzjoni kunċettwali bejn it-trade marks kunfliġġenti, l-iktar fi Spanja. Il-kontenut semantiku ta’ din l-espressjoni jkun jista’ jinftakar u dan iktar u iktar peress li jirrigwarda l-uniku element li għandu kontenut semantiku ċar fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni. Fil-Portugall, l-espressjoni “a nossa alegria” u l-kljem “cachaça” u “pirassununga” jintroduċu elementi addizzjonali għad-distinzjoni kunċettwali.

94 Fl-impressjoni kunċettwali globali prodotta mit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, l-element l-iktar distintiv huwa l-element “61”, minhabba l-karattru arbitrarju tiegħu fir-rigward tat-tip ta’ prodotti inkwistjoni. L-elementi figurattivi dekorattivi li jikkorrispondu għall-bittija u għaž-żewġ pjanti taz-zokkor tal-kannamieli, kif ukoll l-espressjoni “a nossa alegria”, huma biss, f’hom infushom, distintivi b’mod dgħajef fuq il-livell kunċettwali peress li jevokaw b’mod qawwi t-tip ta’ prodotti inkwistjoni, il-post ta’ orijini tagħhom (jiġifieri pajjiż fejn jiġi mitkellem il-Portugiż) jew ta’ whud mill-karatteristiċi jew proprjetajiet tagħhom u sa fejn għaldaqstant iservu biss sabiex joħolqu, fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti, assoċjazzjoni bejn it-tip tal-prodotti, il-post minn fejn joriġinaw, il-karatteristiċi jew l-proprjetajiet tiegħu u tal-elementi l-iktar distintivi tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni. Fit-trade marks preċedenti, l-element “51” huwa l-iktar distintiv minhabba l-karattru arbitrarju

tiegħu fir-rigward tat-tip ta' prodotti inkwistjoni (ara l-punti 60 u 67 iktar 'il fuq). L-element figurattiv dekorattiv li jikkonsisti fi strixxa wiesgħa li taqsam is-sinjal minn naħa għall-oħra jenfasizza, minn prospettiva kuncettwali, l-assoċjazzjoni tan-numru 51 mat-tip ta' prodotti koperti mill-imsemmija trade marks. Konsegwentement, jidher sekondarju fl-impressjoni globali kuncettwali prodotta minnhom. L-elementi "cachaça" jew "pirassununga" fit-trade marks Portugiżi preċedenti huma distintivi b'mod dgħajjef biss fuq livell kuncettwali peress li jevokaw b'mod qawwi t-tip ta' prodotti inkwistjoni jew il-post ta' manifattura tagħhom u sa fejn għaldaqstant iservu biss sabiex joħolqu, fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti, assoċjazzjoni bejn it-tip tal-prodotti, il-post minn fejn joriġinaw, il-karatteristiċi jew l-proprietajiet tiegħu u tal-elementi l-iktar distintivi tat-trade marks ikkonċernati. Għall-kuntrarju, u jekk jitqies li, kif qies il-Bord tal-Appell fil-punt 26 tad-deċiżjoni kkontestata, it-terminu "cachaça" huwa effettivament ipperċepit bħala mhux reali mill-parti l-kbira tal-pubbliku rilevanti, fi Spanja, fid-Danimarka, fir-Renju Unit u fl-Awstrija, fatt li tikkontesta r-rikorrenti (punt 72 iktar 'il fuq), l-element "cachaça" jista' jiġi kkunsidrat, flimkien mal-element "51", bħala wiehed mill-elementi l-iktar distintivi tat-trade mark figurattiva preċedenti Spanjola, ta' dik tar-Renju Unit, ta' dik Awstrijakka u ta' dik Daniża.

- 95 It-trade marks kunfligġenti huma distinti kuncettwalment minhabba l-elementi verbali "a nossa alegria", "cachaça" u "pirassununga" tagħhom u, jekk ikun il-każ, minhabba l-elementi figurattivi dekorattivi tagħhom. Għall-kuntrarju, dawn it-trade marks jikkoinċidu parzjalment fir-rigward tal-elementi numeriċi "51" u "61" tagħhom. Ma hemmx dubju li, f'moħħ il-pubbliku rilevanti, dawn l-elementi jiġu immedjatament ipperċepiti bħala numri li jippermettu li jiġu evalwati u pparagunati l-kwantitajiet jew il-proporzjonijiet tal-kwantitajiet jew wkoll li jitqiegħdu f'ordni xi elementi permezz ta' numru. Minhabba r-raġunijiet diġà esposti fil-punt 60 iktar 'il fuq, ma jistax madankollu jiġi kkunsidrat, fiċ-ċirkustanzi tal-kawża preżenti, li n-numri inkwistjoni jiġu pperċepiti immedjatament mill-pubbliku rilevanti bħala li japplikaw għal ċerti karatteristiċi ddeterminati b'mod ċar tat-tip ta' prodotti koperti mit-trade marks kunfligġenti, bħall-grad ta' alkoħol bħala volum jew iż-żmien neċessarju għall-proċess ta' maturazzjoni. Minn dan isegwi li l-pubbliku rilevanti jipperċeppixxi dawn in-numri bħala kuncetti fihom infushom, mingħajr ma jkun

f'pożizzjoni li jattribwilhom tifsira konkreta, ċara u ddeterminata fil-konfront tal-prodotti inkwistjoni, kif ammetta l-UASI stess (ara l-punti 60 u 93 iktar 'il fuq).

- 96 Bħala numri, l-elementi “51” u “61” jipprezentaw ċertu xebh fuq livell kunċettwali. Fil-fatt, it-tnejn huma numri shaħ, it-tnejn huma numri bil-fard, b'zewġ ċifri fejn it-tieni waħda, jiġifieri ċ-ċifra 1 tal-unitajiet, hija identika. Għall-kuntrarju, in-numri inkwistjoni huma distingwibbli wiehed mill-ieħor permezz taċ-ċifra tal-għexieren tagħhom jiġifieri 50 fit-trade marks preċedenti u 60 fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni. Madankollu, id-differenza kunċettwali bejn it-trade marks kunfligġenti li tirriżulta mid-differenza bejn iċ-ċifri tal-għexieren tagħhom titnaqqas mill-fatt li, fl-ordni axxendenti tal-għexieren, in-numru 50, li jikkorrispondi għal “5” għexieren, huwa immedjatament inqas min-numru 60, li jikkorrispondi għal “6” għexieren, u mill-fatt li, għaldaqstant, il-valur ta’ “50” huwa pperċepit bħala relattivament viċin għal dak ta’ “60”.
- 97 Bejn it-trade mark figurattiva preċedenti Spanjola, dik tar-Renju Unit, dik Awstrijakka u dik Daniża, minn naha, u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, min-naha l-oħra, il-grad ta’ xebh kunċettwali li jirriżulta mill-elementi “51” u “61” jista’ madankollu jitnaqqas ftit jekk, kif isostni l-UASI, l-element “cachaca” huwa effettivament ipperċepit mill-parti l-kbira tal-pubbliku rilevanti fi Spanja, fid-Danimarka, fir-Renju Unit u fl-Awstrija bħala terminu mhux reali u jekk, għaldaqstant, jikkostitwixxi, flimkien man-numru 51, wiehed mill-elementi l-iktar distintivi fit-trade mark figurattiva preċedenti Spanjola, f’dik tar-Renju Unit, f’dik Awstrijakka u f’dik Daniża.
- 98 Fid-dawl tal-kunsiderazzjonijiet preċedenti, jeżisti grad ta’ xebh kunċettwali li jista’ jiġi globalment ikkwalikafat bħala medju fir-rigward tar-relazzjonijiet bejn it-trade marks Portugiżi preċedenti u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni u, skont l-ipoteżi miżmuma, bejn medju u dgħajef fir-rigward tar-relazzjonijiet bejn it-trade mark figurattiva preċedenti Spanjola, dik tar-Renju Unit, dik Awstrijakka u dik Daniża, minn naha, u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, min-naha l-oħra. Għaldaqstant, għandu jiġi kkonstatat li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda,

essenzjalment, li ma hemmx xebh kunċettwali bejn it-trade marks kunfligġenti u għandu jintlaqa, f'dan ir-rigward, il-ħames ilment tar-rikorrenti.

Fuq il-probabbiltà ta' konfużjoni

- ⁹⁹ L-evalwazzjoni globali tal-probabbiltà ta' konfużjoni timplika ċerta interdipendenza bejn il-fatturi meħuda inkunsiderazzjoni u, b'mod partikolari, ix-xebh bejn it-trade marks u x-xebh bejn il-prodotti jew is-servizzi koperti (ara l-punt 29 iktar 'il fuq). B'hekk, grad żgħir ta' xebh bejn il-prodotti jew is-servizzi koperti jista' jiġi kkompensat minn grad għoli ta' xebh bejn it-trade marks, u bil-kontra [sentenzi tal-Qorti tal-Ġustizzja tad-29 ta' Settembru 1998, Canon, C-39/97, Ġabra p. I-5507, punt 17, u tat-22 ta' Ġunju 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Ġabra p. I-3819, punt 19; sentenza tal-Qorti Ġenerali VENADO b'bordura *et*, iċċitata fil-punt 40 iktar 'il fuq, punt 74].
- ¹⁰⁰ Għall-finijiet tal-evalwazzjoni globali tal-probabbiltà ta' konfużjoni, għandu jiġi mfakkar li, skont ġurisprudenza stabbilita, il-konsumatur medju tal-kategorija ta' prodotti kkonċernati rari jkollu l-possibbiltà li jqabbel direttament it-trade marks differenti, iżda jkollu joqgħod fuq l-istampa imperfetta tagħhom li jkollu f'moħħu (sentenza Lloyd Schuhfabrik Meyer, punt 99 iktar 'il fuq, punt 26).
- ¹⁰¹ Fil-kuntest ta' din l-evalwazzjoni globali, l-aspetti viżivi, fonetiċi jew kunċettwali tas-sinjali kunfligġenti ma għandhomx dejjem l-istess piż u għandhom jiġu analizzati l-kundizzjonijiet ogġettivi li fihom it-trade marks jistgħu jiġu ppreżentati fis-suq [ara, f'dan is-sens, is-sentenzi tal-Qorti Ġenerali tat-3 ta' Lulju 2003, Alejandro vs UASI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Ġabra p. II-2251, punt 57, u tas-6 ta' Ottubru 2004, New Look vs UASI — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE u NLCollection), T-117/03 sa T-119/03 u T-171/03, Ġabra p. II-3471, punt 49].

- 102 B'hekk, il-livell ta' xebh fonetiku bejn żewġ trade marks jonqos mill-importanza tiegħu fil-każ ta' prodotti li huma kkummerċjalizzati b'tali mod li, normalment, fil-mument tax-xiri, il-pubbliku rilevanti jipperċepixxi t-trade mark li tindika dawn il-prodotti b'mod viżiv [sentenzi tal-Qorti Ġenerali tal-14 ta' Ottubru 2003, Phillips-Van Heusen vs UASI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Ġabra p. II-4335, punt 55, u tat-28 ta' Ġunju 2005, Canali Ireland vs UASI — Canal Jean (CANAL JEAN CO. NEW YORK), T-301/03, Ġabra p. II-2479, punt 55].
- 103 Il-konklużjoni relattiva għan-nuqqas ta' probabbiltà ta' konfużjoni bejn trade marks kunfligġenti, li wasal għaliha l-Bord tal-Appell fid-deċiżjoni kkontestata, hija bbażata fuq il-fatt li dawn huma globalment differenti fuq livell viżiv, fonetiku u kuncettwali.
- 104 Issa, kif diġà gie kkonstatat fil-punti 84, 90 u 98 iktar 'il fuq, id-deċiżjoni kkontestata hija vvizzjata bi żbalji sa fejn tikkonstata nuqqas ta' xebh fonetiku, viżiv u kuncettwali bejn it-trade marks kunfligġenti. Fil-fatt, fil-moħħ tal-konsumaturi kkonċernati, it-trade marks kunfligġenti jipproduċu impressjoni viżiva u impressjoni fonetika simili b'mod dgħajjef u impressjoni simili b'mod medju jew dgħajjef fuq livell kuncettwali.
- 105 Permezz tas-sitt ilment tagħha, ir-rikorrenti tosserva, essenzjalment, li dawn l-iżbalji kellhom impatt fuq id-deċiżjoni kkontestata sa fejn wasslu, b'mod żbaljat, lill-Bord tal-Appell sabiex jikkonkludi li ma hemmx probabbiltà ta' konfużjoni fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti. L-adulti zghazagh u ta' età medja li jixorbu normalment il-cocktails fil-barrijiet, fir-ristoranti jew privatament iżommu f'moħħhom ix-xebh fonetiku tal-elementi "61" u "51", ippreċeduti bil-kelma "cachaca", u l-element figurattiv tat-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni ma jagħmilx parti tal-immagini mhux perfetta tat-trade marks li dawn jibqgħu jiftakru. Anki kieku l-pubbliku rilevanti jkun f'pożizzjoni li jiddistingwi bejn it-trade marks kunfligġenti, ix-xebh bejniethom, fuq

livell fonetiku, viżiv u kuncettwali, ikun jista' jgħieghlu jemmen li l-prodotti koperti minn dawn it-trade marks għejjin mill-istess impriża.

106 Minkejja li, kif isemmi l-UASI, xi drabi ngħatat importanza primarja lill-perċezzjoni fonetika tat-trade marks fir-rigward tax-xorb [sentenza tal-Qorti Ġenerali tal-15 ta' Jannar 2003, *Mystery Drinks vs UASI — Karlsberg Brauerei (MYSTERY)*, T-99/01, Ġabra p. II-43, punt 48], dan ma jistax ikun il-każ fil-kawża preżenti. Fil-fatt, kif għe kkonstatat fil-punt 40 iktar 'il fuq, il-prodotti inkwistjoni huma normalment is-suġġett ta' distribuzzjoni ġenerali u jinbiegħu wkoll mhux biss fil-ħwienet speċjalizzati, iżda wkoll fil-ħwienet kummerċjali l-kbar. Barra minn hekk, ir-rikorrenti ssostni, u l-UASI ma jikkonstestax dan, li, peress li x-xorb alkoħoliku u l-likuri magħmula miz-zokkor tal-kannamieli koperti mit-trade marks kunfligġenti jinxtorbu fil-barrijiet jew fir-ristoranti, dawn jintużaw generalment bħala ingredjenti f'ċerti cocktails, bħall-caipirinha. Minn dan isegwi li dan ix-xorb normalment jiġi ordnat oralment taħt l-isem ta' dawn il-cocktails u mhux taħt id-denominazzjoni proprja tagħhom.

107 Fiċ-ċirkustanzi tal-kawża preżenti, għaldaqstant, hemm lok li tingħata importanza sekondarja lill-perċezzjoni fonetika tat-trade marks kunfligġenti fl-impressjoni globali prodotta minnhom. Għall-kuntrarju, il-perċezzjoni viżiva u kuncettwali huma ta' importanza primarja f'din l-istess impressjoni globali.

108 Għandu jittiehed inkunsiderazzjoni l-fatt li t-trade marks kunfligġenti huma bbażati, minn perspettiva viżiva u kuncettwali, fuq l-assocjazzjoni ta' xorb alkoħoliku jew ta' likur magħmul miz-zokkor tal-kannamieli u, iktar preċiżament, fil-każ tat-trade marks Portugiżi preċedenti, tal-cachaça, ma' numru ddeterminat, jiġifieri 51 fit-trade marks preċedenti u 61 fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni, li ma jevokax, jew ma jevokax immedjatament, fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti, karatteristika determinata tat-tip ta' prodotti inkwistjoni. Dan in-numru huwa, l-istess bħal fit-trade marks kunfligġenti, numru shiħ, fard, b'żewġ ċifri, fejn it-tieni waħda, jiġifieri ċ-ċifra tal-unitajiet hija 1. Barra minn hekk, id-differenzi viżivi u kuncettwali bejn it-trade marks kunfligġenti li jirriżultaw mid-differenzi grafiċi u ta' valur eżistenti bejn in-numri 50 u 60 jitnaqqsu mill-fatt li, minn naħa, il-grafika taċ-ċifra 5 hija iktar simili għall-grafika

taċ-ċifra 6 milli għall-grafika taċ-ċifri l-oħra, u b'mod reċiproku, mill-fatt li, min-naħa l-oħra, fl-ordni axxendenti tal-għexieren, in-numru 50 huwa immedjatament inqas min-numru 60, b'tali mod li l-valur mogħti lil dawn in-numri jkun relattivament simili fil-moħħ tal-pubbliku rilevanti, li jkun normalment informat u raġonevolment attent u avżat.

- 109 Barra minn hekk, it-trade marks preċedenti u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni għandhom, jew, fir-rigward b'mod speċifiku tat-trade mark Portugiża verbali preċedenti, jista' jkollhom bħala aspekk komuni, fuq livell viżiv, ir-rappreżentazzjoni tan-numri tagħhom f'daqs kbir, f'pożizzjoni ċentral fis-sinjal, b'karattri sempliċi, ta' kulur abjad, li jispikkaw fuq sfond ta' kulur skur.
- 110 Fir-rigward tal-elementi figurattivi tat-trade marks kunfligġenti, dawn ma għandhomx kontenut kunċettwali determinat u, fuq livell viżiv, jippreżentaw ruħhom, l-istess bhall-elementi verbali “cachaça”, “pirassununga” jew “a nossa alegria” għall-konsumaturi Portugiżi, bħala elementi li jsaħħu l-impatt tal-element numeriku, jiġifieri n-numru 51 jew in-numru 61, b'assoċazzjoni mat-tip ta' prodotti inkwistjoni, jiġifieri x-xorb alkoholiku jew il-likur magħmul miz-zokkor tal-kannamieli mmanifatturat f'pajjiż fejn jiġi mitkellem il-Portugiż, f'dan il-każ il-Brażil. Barra minn hekk, it-trade marks figurattivi kunfligġenti jikkoincidu f'ċerti mill-elementi figurattivi tagħhom, b'modpartikolaril-formatondajewovali, litikkorrispondiġħall-formatal-bittija, lifuqha n-numru 51 jew in-numru 61 tqieġhdu fit-trade marks figurattivi preċedenti jew fit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni. Għaldaqstant, dawn l-elementi figurattivi, l-istess bhall-elementi verbali għall-pubbliku Portugiż, ma jistgħux, fihom infuqhom, jiddistingwu suffiċjentement bejn it-trade marks figurattivi preċedenti u t-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni u lanqas ma jistgħu jeskludu kull probabbiltà ta' konfużjoni fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94.

- 111 Fl-aħħar, id-differenzi fonetiċi eżistenti bejn it-trade marks kunfligġenti, minkejja li huma notevoli, fil-kawża preżenti jidhru relattivament sekondarji, għar-raġunijiet diġà esposti fil-punti 106 u 107 iktar 'il fuq.
- 112 Anki kieku l-pubbliku rilevanti huwa kapaċi jipperċeppixxi ċerti differenzi bejn it-trade marks kunfligġenti, il-probabbiltà li jistabbilixxi rabta bejn dawn tal-aħħar hija reali, fid-dawl tal-kunsiderazzjonijiet preċedenti kollha u fid-dawl tal-identità tal-prodotti koperti mill-imsemmija trade marks. B'mod definittiv, dawn id-differenzi ma jidhrux suffiċjenti, fil-kawża preżenti, sabiex titwarrab kull probabbiltà li l-pubbliku rilevanti jew, tal-inqas, il-konsumatur medju Portugiż tax-xorb alkoholiku, li għandu grad ta' attenzjoni medju, ikun jista' jemmen, billi jafda l-immaġini globali mhux perfetta li huwa jiftakar tat-trade marks imsemmija, li l-prodotti koperti minnhom ġejjin mill-istess impriża jew impriži marbutin ekonomikament.
- 113 Għaldaqstant, hemm lok li jiġi kkonstatat li l-Bord tal-Appell wettaq żball meta kkonkluda li ma hemmx probabbiltà ta' konfużjoni, fis-sens tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94, bejn it-trade marks kunfligġenti u hemm lok li jintlaqa', f'dan ir-rigward, is-sitt ilment tar-rikorrenti.
- 114 Għaldaqstant, u mingħajr ma jkun hemm lok li tiġi eżaminata l-fondatezza tas-seba' lment, ibbażat fuq żball fl-evalwazzjoni tal-elementi ta' prova dwar il-fatt li t-trade marks verbali u figurattivi preċedenti CACHAÇA 51 u Cachaça 51 huma magħrufa sew fil-Portugall jew, tal-inqas, il-karattru globali distintiv għoli tagħhom f'dan il-pajjiż, hemm lok li jintlaqa' l-motiv uniku, ibbażat fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94 u, konsegwentement, li tiġi annullata d-deċiżjoni kkontestata.

Fuq l-ispejjeż

- ¹¹⁵ Skont l-Artikolu 87(2) tar-Regoli tal-Proċedura tal-Qorti Ġenerali, il-parti li titlef għandha tbatl l-ispejjeż, jekk dawn ikunu ntalbu. Peress li l-UASI tilef, hemm lok li huwa jiġi ordnat ibati l-ispejjeż, skont it-talbiet tar-rikorrenti.

Għal dawn il-motivi,

IL-QORTI ĠENERALI (It-Tieni Awla)

taqta' u tiddeciedi:

- 1) **Id-deċiżjoni tal-Ewwel Bord tal-Appell tal-Uffiċċju għall-Armonizzazzjoni fis-Suq Intern (Trade marks u Disinni) (UASI) tal-4 ta' Lulju 2008 (Każ R 1687/2007-1) hija annullata.**
- 2) **L-UASI huwa kkundannat għall-ispejjeż.**

Pelikánová

Jürimäe

Soldevila Fragoso

Mogħtija f'qorti bil-miftuħ fil-Lussemburgu, fit-3 ta' Settembru 2010.

Firem

II - 3956

Werrej

Il-fatti li wasslu għall-kawża	II - 3914
It-talbiet tal-partijiet	II - 3920
Fuq l-ammissibbiltà tad-dokumenti mressqa għall-ewwel darba quddiem il-Qorti Ġenerali	II - 3921
Fuq il-mertu	II - 3922
1. Fuq it-tieni parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 52(1)(a) tar-Regolament Nru 40/94	II - 3922
2. Fuq l-ewwel parti tal-motiv uniku għall-annullament tad-deċiżjoni kkontestata, ibbażata fuq ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 40/94	II - 3923
L-argumenti tal-partijiet	II - 3923
Il-kunsiderazzjonijiet tal-Qorti Ġenerali	II - 3925
Fuq il-pubbliku rilevanti	II - 3926
Fuq ix-xebh bejn il-prodotti	II - 3930
Fuq ix-xebh bejn is-sinjali	II - 3931
— Fuq l-elementi distintivi u dominanti	II - 3931
— Fuq ix-xebh viżiv	II - 3942
— Fuq ix-xebh fonetiku	II - 3944
— Fuq ix-xebh kuncettwali	II - 3947
Fuq il-probabbiltà ta' konfużjoni	II - 3951
Fuq l-ispejjeż	II - 3956
	II - 3957