

SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (šesti senat)

z dne 7. maja 2009 *

V zadevi T-185/07,

Calvin Klein Trademark Trust, s sedežem v Wilmingtonu, Delaware (Združene države), ki jo zastopajo T. Andrade Boué, I. Lehmann Novo in A. Hernández Lehmann, odvetniki,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopa Ó. Mondéjar Ortuño, zastopnik,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe UUNT, intervenientka pred Sodiščem prve stopnje, je bila

* Jezik postopka: španščina.

Zafra Marroquinos, SL, s sedežem v Caravaca de la Cruz (Španija), ki jo zastopa J. Martín Álvarez, odvetnik,

zaradi tožbe zoper odločbo drugega odbora za pritožbe UUNT z dne 29. marca 2007 (zadeva R 314/2006-2), ki se nanaša na postopek z ugovorom med družbama Calvin Klein Trademark Trust in Zafra Marroquinos, SL,

SODIŠČE PRVE STOPNJE
EVROPSKIH SKUPNOSTI (šesti senat),

v sestavi A. W. H. Meij, predsednik, V. Vadapalas (poročevalec) in E. Moavero Milanesi, sodnika,

sodna tajnica: K. Andová, administratorica,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 29. maja 2007,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je UUNT vložil v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 3. oktobra 2007,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je intervenientka vložila v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 3. oktobra 2007,

na podlagi odgovora intervenientke na pisno vprašanje Sodišča prve stopnje z dne 17. junija 2008,

ob upoštevanju spremembe sestave senatov Sodišča prve stopnje,

ob upoštevanju določitve drugega sodnika za dopolnitev senata, ker eden od njegovih članov ni smel opravljati sodniške funkcije,

na podlagi obravnave z dne 8. julija 2008

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

- ¹ Intervenientka, družba Zafra Marroquineres, SL, je 7. oktobra 2003 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) vložila zahtevo za registracijo znamke Skupnosti na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kakor je bila spremenjena.

- 2 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je besedni znak CK CREACIONES KENNYA.
- 3 Proizvodi, za katere je bila zahtevana registracija znamke, so iz razredov 18 in 25 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil revidiran in spremenjen, ter ustrezajo temu opisu:
- razred 18: „Usnje in imitacije usnja, izdelki iz teh snovi, ki jih ne obsegajo drugi razredi; živalske kože; kovčki in potovalne torbe; dežniki, sončniki in sprehajalne palice; biči in sedlarski izdelki“;
 - razred 25: „Oblačila, obutev, pokrivala“.
- 4 Ta zahteva je bila objavljena v Biltenu znamk Skupnosti št. 23/2004 z dne 7. junija 2004..
- 5 Tožeča stranka, družba Calvin Klein Trademark Trust, je 6. septembra 2004 vložila ugovor zoper registracijo prijavljene znamke zlasti na podlagi člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.
- 6 Ugovor je temeljil na naslednjih prejšnjih znamkah:
- II - 1328

- znamka Skupnosti št. 66172, registrirana za proizvode in storitve iz razredov 3, 4, 8, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 35 in 42, ki jo sestavljajo ti znaki:



- španska znamka št. 2023213, registrirana za proizvode iz razreda 18, ki jo sestavljajo ti znaki:



- španska znamka št. 2028104, registrirana za proizvode iz razreda 25, ki jo sestavljajo ti znaki:



- 7 Ugovor je temeljil na vseh proizvodih in storitvah, zajetih s prejšnjimi znamkami, in bil vložen zoper vse proizvode, ki jih vsebuje prijava znamke.
- 8 Z odločbo z dne 22. decembra 2005 je oddelek za ugovore UUNT ugovor v celoti zavrnil. Menil je, da pri upoštevem potrošniku glede zadevnih znamk ni verjetnosti zmede.
- 9 Tožeča stranka je 22. februarja 2006 na podlagi členov od 57 do 62 Uredbe št. 40/94 pri UUNT vložila pritožbo zoper odločbo oddelka za ugovore, v kateri je navedla kršitev člena 8(1)(b) te uredbe.
- 10 Drugi odbor za pritožbe je z odločbo z dne 29. marca 2007 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) zavrnil pritožbo in potrdil odločbo oddelka za ugovore. Menil je, da za ugotovitev obstoja verjetnosti zmede pri upoštevni javnosti med zadevnimi znaki ni zadostne stopnje podobnosti.

Predlogi strank

- 11 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– razveljavi izpodbijano odločbo;

- odredi zavrnitev registracije prijavljene znamke;
- UUNT in intervenientki naloži plačilo stroškov.

12 UUNT Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

- tožbo zavrne;
- tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

13 Intervenientka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

- zavrne tožbo in potrdi izpodbijano odločbo;
- tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo*Dopustnost drugega tožbenega predloga tožeče stranke*

- ¹⁴ Z drugim tožbenim predlogom tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj UUNT obveže k zavrnitvi registracije prijavljene znamke. V zvezi s tem je treba opozoriti, da mora v skladu s členom 63(6) Uredbe št. 40/94 UUNT storiti vse, kar je potrebno, da izvrši sodbo sodišča Skupnosti. Tako ni naloga Sodišča prve stopnje, da UUNT odredi določeno ravnanje. Slednji mora namreč ukrepati v skladu z izrekom in obrazložitvijo te sodbe (glej v tem smislu sodbi Sodišča prve stopnje z dne 31. januarja 2001 v zadevi Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld proti UUNT (Giroform), T-331/99, Recueil, str. II-433, točka 33, in z dne 27. februarja 2002 v zadevi Eurocool Logistik proti UUNT (EUROCOOL), T-34/00, Recueil, str. II-683, točka 12). Drugi predlog tožeče stranke je torej nedopusten.

*Utemeljenost***Trditve strank**

- ¹⁵ Tožeča stranka navaja en sam tožbeni razlog, in sicer kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.
- ¹⁶ Tožeča stranka trdi, da je analiza odbora za pritožbe napačna v delu, ki se nanaša na primerjavo nasprotujočih si znakov in presojo verjetnosti zmede.

- 17 V zvezi s primerjavo nasprotujočih si znakov tožeča stranka trdi, da – v nasprotju s tem, kar je navedeno v izpodbijani odločbi – je razlikovalni element nasprotujočih si znamk skupina črk „ck“.
- 18 Ti črki sta na začetku prijavljene znamke, tako da se jih opazi najprej in pritegneta pozornost potrošnika. Nasprotujoče si znamke se tako ujemajo v najbolj značilnem elementu, kar povzroči slušno podobnost med nasprotujočimi si znaki.
- 19 Tožeča stranka prereka ugotovitev, da je razlikovalni učinek skupine črk „ck“ prejšnjih znamk večji kot razlikovalni učinek skupine črk „ck“ prijavljene znamke izključno zaradi njene značilne grafične podobe.
- 20 Tožeča stranka trdi, da v nasprotju z ugotovitvami iz izpodbijane odločbe, uporabe skupine črk „ck“ ni mogoče upravičiti z besedama „creaciones“ in „kennya“, ki ne ustrezata trgovskemu imenu intervenientke, ampak da gre zlasti za namen približanja prejšnji znamki, ki ima ugled.
- 21 Tožeča stranka poudarja, da ne izraz „creaciones“ ne izraz „kennya“ nimata razlikovalnega učinka. Prvi se uporablja v sektorju mode za označevanje modelov oblačil. Drugi se lahko nanaša na afriško državo, Kenijo, ali ime osebe.
- 22 Znamka CK CREACIONES KENNYA bi bila tako razumljena kot znamka CK, ki se nanaša na serijo „creaciones“ (kreacije) z imenom „kennya“ (Kenija), bodisi ker sta jo navdahnili umetnost ali barve Kenije bodisi ker je to ime oblikovalca zadevnih izdelkov. Vendar imena držav nimajo razlikovalnega učinka in ne morejo biti razlikovalni element znamk, ki se jih primerja (tožba, točki 48 in 50). Tožeča stranka trdi, da izraz „kennya“ v obravnavani zadevi pomeni napačno označbo izvora, saj je zadevni

prijavitelj znamke trgovec iz španskega mesta Murcia, ki nikakor ni povezan s Kenijo in katerega proizvodi prav tako niso bili kupljeni v tej državi.

- 23 Enako velja, če bi se beseda „kennya“ nanašala na ime osebe, saj splošno ime samo po sebi prav tako ni razlikovalno. Zmeda bi bila še večja, ker bi se lahko razumelo, da gre za podznamko znamke CK, ki jo je zasnovala oseba po imenu Kennya, kar pa ne drži (tožba, točka 54). Tožeča stranka zato meni, da beseda „kennya“ ni razlikovalna oziroma ima le zelo majhen razlikovalni učinek, zaradi česar se bo potrošnik osredotočil na element „ck“ prijavljene znamke, ki pa je sestavljena iz istih črk kot tiste, iz katerih so sestavljene prejšnje znamke.
- 24 Opozarja, da prejšnje znamke uživajo velik ugled, kar lahko krepí – predvsem vidno in slušno – podobnost med spornima znamkama. Poudarja, da je figurativni znak CK tisti, ki je splošno znan.
- 25 Po mnenju tožeče stranke je v sektorju mode običajno, da so proizvajalci oblačil prepoznavni po črkah, ki sestavljajo kratico njihovih imen. Približevanje znamkam, ki so sestavljene iz kratice, je tako nedvomno poskus kopiranja znamke tretje osebe.
- 26 V sektorju mode je prav tako običajno, da konfekcijsko podjetje uporablja podznamke, in sicer znake, ki izhajajo iz glavne znamke in imajo nek skupen prevladujoč element, zaradi razlikovanja med različnimi proizvodnimi linijami. Tako lahko dejstvo, da skupino črk „ck“ vsebujejo vse zadevne znamke, čeprav so črke predstavljene v drugačni grafični podobi, povzroči zmedo pri potrošniku, ki bi utegnil misliti, da se znak CK CREACIONES KENNYA nanaša na določeno proizvodno linijo.

27 V podporo tej tezi tožeča stranka navaja več sodb sodišč Skupnosti in španskih sodišč, odločb UUNT in španskega urada za patente in znamke.

28 UUNT in intervenientka prerekata pravilnost utemeljitve tožeče stranke. Zlasti menita, da je presoja odbora za pritožbe, v skladu s katero zadevni znaki ustvarjajo drugačen celotni vtis, pravilna. UUNT prav tako poudarja, da če je figurativni znak CK tisti, ki ima že zaradi svoje značilne grafične podobe poseben razlikovalni učinek, in je splošno znan, skupini črk „ck“, zapisanim s standardnimi znaki, ali njihovi slušni pojavnosti ni treba priznati prepoznavnosti, ki jo je odbor za pritožbe priznal prejšnjim znamkam.

29 Poleg tega UUNT in intervenientka menita, da je pri prijavljeni znamki izraz „creaciones kenny“ prevladujoč element, in sicer tako na vidni – zaradi svoje dolžine – kot na pojmovni ravni – zaradi svojega izvirnega elementa – medtem ko je skupina soglasnikov „ck“ glede na svojo značilno grafično podobo prevladujoč element prejšnjih znamk.

Presoja Sodišča prve stopnje

30 V skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 se ob ugovoru imetnika prejšnje znamke znamka ne registrira, če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih znamki označujeta, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja znamka.

- 31 V skladu z ustaljeno sodno prakso zato obstaja verjetnost zmede, ko javnost lahko verjame, da zadevni proizvodi ali storitve izhajajo iz istega podjetja ali glede na okoliščine primera iz ekonomsko povezanih podjetij (sodba Sodišča prve stopnje z dne 23. oktobra 2002 v zadevi Oberhauser proti UUNT – Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Recueil, str. II-4359, točka 25; glej tudi po analogiji sodbi Sodišča z dne 29. septembra 1998 v zadevi Canon, C-39/97, Recueil, str. I-5507, točka 29, in z dne 22. junija 1999 v zadevi Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, str. I-3819, točka 17).
- 32 V skladu s to isto sodno prakso je treba verjetnost zmede presojati celovito, glede na to, kako upoštevna javnost zaznava zadevne znake in proizvode ali storitve, in ob upoštevanju vseh dejavnikov, značilnih za to zadevo, predvsem soodvisnost med podobnostjo znakov in podobnostjo označenega blaga ali storitev (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 9. julija 2003 v zadevi Laboratorios RTB proti UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, str. II-2821, točki 31 in 32 ter navedena sodna praksa).
- 33 Poleg tega je verjetnost zmede toliko večja, kolikor večji razlikovalni učinek je imela prejšnja znamka. Tako imajo znamke z velikim razlikovalnim učinkom, bodisi po svojem bistvu bodisi zaradi poznavanja teh znamk na trgu, širše varstvo kot znamke z manj razlikovalnim učinkom (glej po analogiji zgoraj navedeno sodbo Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 20).
- 34 Poleg tega igra zaznavanje znamk, ki ga ima povprečni potrošnik zadevnih proizvodov in storitev, pomembno vlogo v celoviti presoji verjetnosti zmede. Povprečni potrošnik običajno dojame znamko kot celoto in se ne spušča v preverjanje njenih različnih podrobnosti (sodba Sodišča z dne 11. novembra 1997 v zadevi SABEL, C-251/95, Recueil, str. I-6191, točka 23, in zgoraj navedena sodba Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 25). Za namene te celovite presoje se šteje, da je povprečni potrošnik zadevnih proizvodov normalno osveščen in razumno pozoren in preudaren (zgoraj navedena sodba Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 26).

35 V obravnavani zadevi je treba najprej ugotoviti, da stranke niso izpodbijale enakosti zadevnih proizvodov.

36 Poleg tega je iz izpodbijane odločbe, ki se ji v tej točki ni ugovarjalo, razvidno, da upoštevno javnost – če gre pri prejšnjih znamkah za dve španski registraciji in eno registracijo na ravni Skupnosti in so zadevni proizvodi namenjeni širši javnosti – sestavljajo povprečni potrošniki navedenih proizvodov v Španiji in znotraj Skupnosti.

37 Tožeča stranka po drugi strani prereka presojo odbora za pritožbe v delu, v katerem se nanaša na podobnost spornih znakov in na ugotovitev v zvezi z verjetnostjo zmede. Tako je treba preučiti, ali je ugotovitev odbora za pritožbe, da med nasprotujočima si znakoma obstajajo zadostne razlike, da se pri upoštevni javnosti izključi verjetnost zmede, napačna.

– Podobnost znakov

38 Glede vidne, slušne ali pojmovne podobnosti med nasprotujočimi si znaki mora celovita presoja glede verjetnosti zmede temeljiti na njihovem celotnem vtisu, upoštevajoč zlasti njihove razlikovalne in prevladujoče elemente (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 14. oktobra 2003 v zadevi Phillips-Van Heusen proti UUNT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Recueil, str. II-4335, točka 47 in navedena sodna praksa).

39 Poleg tega iz ustaljene sodne prakse izhaja, da se sestavljena znamka lahko šteje za podobno drugi znamki, ki je enaka ali podobna enemu od sestavnih delov sestavljene znamke, le če je ta prevladujoč v celotnem vtisu, ki ga ustvarja sestavljena znamka. Tako je, kadar ta sestavni del lahko sam prevlada v predstavi te znamke, ki jo ima v spominu upoštevna javnost, tako da so drugi sestavni deli te znamke v celotnem vtisu, ki ga

ustvarja, zanemarljivi (sodbi Sodišča prve stopnje z dne 23. oktobra 2002 v zadevi Matratzen Concord proti UUNT – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Recueil, str. II-4335, točka 33, in z dne 18. oktobra 2007 v zadevi Ekabe International proti UUNT – Ebro Puleva (OMEGA3), T-28/05, ZOdl., str. II-4307, točka 43).

- 40 Vendar pa ni mogoče obravnavati samo posamezen sestavni del sestavljene znamke in ga primerjati z drugo znamko. Nasprotno, primerjavo je treba opraviti s preučitvijo zadevnih znamk, ki se presojuje vsaka zase kot celota (sodbi Sodišča z dne 12. junija 2007 v zadevi UUNT proti Shaker, C-334/05 P, ZOdl., str. I-4529, točka 41; in z dne 20. septembra 2007 v zadevi Nestlé proti UUNT in Quick, C-193/06 P, ZOdl., neobjavljena v ZOdl., točka 35, ter zgoraj navedena sodba MATRATZEN, točka 34).
- 41 V obravnavani zadevi je treba opozoriti, da je iz točke 7 izpodbijane odločbe razvidno, da so figurativni znaki, ki so bili predmet prejšnjih registracij, sestavljeni iz skupine črk „ck“, napisanih z velikimi tiskanimi črkami, pri čemer je druga črka, „k“, daljša in širša od prve črke, „c“, ki je poravnana sredinsko glede na črko „k“. Prejšnja znamka Skupnosti vsebuje tudi besedi „calvin klein“, napisani s tiskanimi črkami, ki so veliko manjše kot črki „c“ in „k“. Prijavljena znamka pa je besedna znamka, sestavljena iz treh elementov, to je iz skupine črk „ck“, ki ji sledita besedi „creaciones“ in „kennya“.
- 42 Tožeča stranka trdi, da je element „ck“ razlikovalen in prevladujoč element prijavljene znamke. Vendar je treba ugotoviti, kot trdi UUNT, da imata besedi „creaciones kennya“ zaradi svoje velikosti veliko bolj pomemben položaj kot skupina črk „ck“ in sestavljata skladenjsko in pojmovno enoto, ki je prevladujoča v celotnem vtisu znamke.

43 Čeprav je natančni pomen elementa „creaciones kennya“ nejasen, saj ga je mogoče razumeti bodisi kot namig na ime modnega oblikovalca bodisi kot čisti domišljjski izraz, ima razlikovalni učinek za oblačila in modne dodatke iz razredov 18 in 25. Poleg tega ta razlikovalni učinek ni sporen zaradi povezave, ki bi se v upoštevni javnosti ustvarila med besedo „kennya“ in državo Kenijo, glede na to da se izraza zapisujeta drugače. Trditve, s katerimi tožeča stranka prereka razlikovalni učinek elementa „creaciones kennya“, je treba tako zavrniti.

44 Poleg tega, kot je poudaril odbor za pritožbe v točki 26 izpodbijane odločbe, ustreza element „ck“ prvima črkama besed „creaciones“ in „kennya“, ki opredeljujeta njun izvor in pojasnjujeta njuno prisotnost. Kakor je bilo prikazano v vlogi za prijavo znamke, ima element „ck“ zato podrejen položaj v primerjavi z elementom „creaciones kennya“.

45 Iz tega izhaja, da si bo zadevni potrošnik zapomnil predvsem besedi „creaciones kennya“ in svojo pozornost osredotočil predvsem na njiju. Okoliščina, ki jo je navedla tožeča stranka, da se skupina črk „ck“ v prijavljeni znamki pojavlja na prvem mestu, ne vpliva na to presojo. Čeprav je res, da povprečni potrošnik navadno največ pozornosti posveti sestavinam na začetnem delu znamke, lahko v določenih okoliščinah pride do izjeme od tega pravila (glej v tem smislu sodbo Sodišča prve stopnje z dne 20. novembra 2007 v zadevi Castellani proti UUNT – Markant Handels und Service (CASTELLANI), T-149/06, ZOdl., str. II-4755, točka 54). Iz razlogov navedenih zgoraj v točkah od 42 do 44, v obravnavani zadevi zgolj dejstvo, da je skupina črk „ck“ na začetnem delu prijavljene znamke, ne zadošča da bi šteli, da gre za prevladujočo sestavino v celotnem vtisu, ki ga ustvarja ta znamka.

46 V zvezi s podobnostjo znakov na vidni ravni je tako treba poudariti, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da sta sporni znamki različni. Prejšnje znamke so namreč sestavljene iz edinega ali prevladujočega elementa „ck“, predstavljenega v posebni grafični podobi, ki – kot je v točki 22 izpodbijane odločbe poudaril odbor za pritožbe –

daje znamkam poseben razlikovalni učinek, medtem ko je v celotnem vtisu prijavljene znamke prevladujoč element „creaciones kennya“.

47 Tako zgolj na podlagi vidne podobnosti med edinim ali prevladujočim figurativnim elementom „ck“ prejšnjih znamk in elementom „c“ prijavljene znamke ne pride do vidne podobnosti med spornima znamkama, če upoštevamo, po eni strani, celotni vtis, ki ga ustvarja znamka CK CREACIONES KENNYA, in, po drugi strani, posebno grafično podobo, ki je značilna za prejšnje znamke, torej, da je črka „c“ manjša in umeščena sredinsko glede na črko „k“.

48 V tej zvezi je treba poudariti – kot je v točki 23 izpodbijane odločbe opozoril odbor za pritožbe – da se pri preizkusu podobnosti spornih znamk upošteva te znamke v celoti, kot so bile registrirane ali prijavljene. Besedna znamka je znamka, ki je sestavljena izključno iz črk, besed ali besednih zvez, napisanih v tiskanih črkah v običajni pisavi, brez posebnega grafičnega elementa. Varstvo, ki se zagotovi z registracijo besedne znamke, se nanaša na besedo, navedeno v prijavi za registracijo, in ne na grafične ali stilistične vidike, ki bi jih ta znamka lahko privzela. Tako za namene preizkusa podobnosti ni treba upoštevati grafične podobe, ki bi jo prijavljena znamka lahko pridobila v prihodnosti (glej v tem smislu sodbe Sodišča prve stopnje z dne 20. aprila 2005 v zadevi Faber Chimica proti UUNT – Nabersa (Faber), T-211/03, ZOdl., str. II-1297, točki 36 in 37; z dne 13. februarja 2007 v zadevi Ontex proti UUNT – Curon Medical (CURON), T-353/04, ZOdl., neobjavljena v ZOdl., točka 74, in z dne 22. maja 2008 v zadevi Radio Regenbogen Hörfunk in Baden proti UUNT (RadioCom), T-254/06, neobjavljena v ZOdl., točka 43).

49 Odbor za pritožbe je prav tako pravilno ugotovil, da si na slušni ravni sporne znamke niso podobne. Kakor je poudaril UUNT, se bo na prejšnje znamke opozarjalo s skupino črk „ck“ ali besedama „calvin klein“, in to tudi kadar prejšnji znak teh besed ne prikazuje, saj je jasno, da je figurativni znak CK v svoji značilni grafični podobi napotilo na znanega proizvajalca in oblikovalca modnega blaga Calvina Kleina.

50 Nasprotno se bo na prijavljeno znamko opozarjalo bodisi s samima besedama „creaciones kennya“ bodisi s celotnim izrazom „ck creaciones kennya“. V vsakem primeru pa je malo verjetno, da bi se na prijavljeno znamko CK CREACIONES KENNYA opozarjalo zgolj s skupino črk „ck“, saj bo treba zaradi dejstva, da je slabo znana, nanjo izrecno opozarjati z besedama „creaciones kennya“.

51 Pri presoji na pojmovni ravni je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da besedi „creaciones kennya“, ki sta izvor skupine črk „ck“, ustvarjata pojmovno razliko glede na prejšnje znamke. Tako kot je odbor poudaril v točki 27 izpodbijane odločbe, ima torej skupina črk „ck“ iz prijavljene znamke izvor v besedah „creaciones kennya“, medtem ko je skupina črk „ck“, ki sestavlja prejšnje znamke, napotilo na znanega proizvajalca in oblikovalca modnega blaga, Calvina Kleina.

52 Iz zgoraj navedenega je razvidno, da je odbor za pritožbe pravilno štel, da si sporne znamke niso podobne. Preizkus znamk z vidnega, slušnega in pojmovnega vidika pokaže, da v celotnem vtisu, ki ga ustvarjajo prejšnje znamke, prevladuje edini ali prevladujoči element „ck“, medtem ko je v vtisu, ki ga ustvarja prijavljena znamka, prevladujoč element „creaciones kennya“. Neobstoj podobnosti med nasprotujočimi si znaki torej izhaja iz vidnih, slušnih in pojmovnih razlik, ki so navedene zgoraj.

– Verjetnost zmede

53 Glede na preizkus podobnosti med spornimi znamkami je odbor za pritožbe pravilno menil, da ni mogoče ugotoviti verjetnosti zmede.

- 54 Enakost proizvodov, ki jih označujejo nasprotujoče si znamke, ne vpliva na to presojo, ker si zadevni znaki niso podobni. Kot je v točki 28 izpodbijane odločbe poudaril odbor za pritožbe, iz prijavljene znamke jasno izhaja, da skupina črk „ck“ namiguje na besedo „creaciones kennya“, ki nedvoumno razlikuje prijavljeno znamko od prejšnjih znamk. Ker je podobnost med nasprotujočimi si znaki pogoj za ugotovitev verjetnosti zmede, potrditev neobstoja takšne podobnosti tej ugotovitvi nasprotuje (glej v tem smislu sodbo Sodišča prve stopnje z dne 18. decembra 2008 v zadevi Torres proti UUNT - Sociedad Cooperativa del Campo San Ginés (TORRE DE BENÍTEZ), T-16/07, neobjavljena v ZOdl., točka 74).
- 55 Treba je še poudariti, da tožeča stranka navaja ugled figurativnega elementa CK, ki je skupen prejšnjim znamkam in je zanj značilna posebna grafična podoba. Čeprav je v skladu s sodno prakso znamkam, ki imajo večji razlikovalni učinek, priznано širše varstvo (glej točko 35 zgoraj), priznanje ugleda prejšnjih znamk v obravnavani zadevi ne bi vplivalo na pravilnost presoje odbora za pritožbe, v skladu s katero – zlasti zaradi različnosti njunih prevladujočih elementov – sporni znamki ustvarita celoviti vtis, ki je preveč različen, da bi se lahko ugotovila verjetnost zmede.
- 56 V zvezi z trditvijo tožeče stranke, da bi upoštevna javnost prijavljeno znamko lahko razumela kot eno izmed njenih podznamk, je treba opozoriti – kot je poudarila tožeča stranka sama – da je za podznamke značilno, da izhajajo iz glavne znamke in imajo nek skupen prevladujoč element (sodba Sodišča prve stopnje z dne 6. oktobra 2004 v združenih zadevah New Look proti UUNT – Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE in NLCollection), od T-117/03 do T-119/03 in T-171/03, ZOdl., str. II-3471, točka 51). Vendar v obravnavani zadevi sporni znamki nimata skupnega prevladujočega elementa. Kot je bilo večkrat poudarjeno zgoraj, je v prejšnjih znamkah prevladujoč ali edini figurativni element CK, medtem ko je v prijavljeni znamki prevladujoč besedni razlikovalni element „creaciones kennya“.

57 Iz navedenega je razvidno, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da ni verjetnosti zamenjave med prijavljeno znamko in prejšnjimi znamkami. Tožbo je torej treba zavrniti.

Stroški

58 V skladu s členom 87(2) Poslovnika Sodišča prve stopnje se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. Tožeča stranka ni uspela, zato se ji v skladu s predlogi UUNT in intervenientke naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (šesti senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Družbi Calvin Klein Trademark Trust se naloži plačilo stroškov.

Meij

Vadapalas

Moavero Milanesi

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourg, 7. maja 2009.

Podpisi