

Sprawa T-317/01

**M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung
und Informationssysteme mbH**

przeciwko

**Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego
(znaki towarowe i wzory) (OHIM)**

Wspólnotowy znak towarowy — Postępowanie w sprawie sprzeciwu — Zgłoszenie słownego wspólnotowego znaku towarowego M+M EURODATA — Wcześniejszy słowny znak towarowy EURODATA TV — Względne podstawy odmowy rejestracji — Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd — Artykuł 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 40/94

Wyrok Sądu Pierwszej Instancji (druga izba) z dnia 30 czerwca 2004 r. . . . II - 1820

Streszczenie wyroku

1. *Wspólnotowy znak towarowy — Uwagi osób trzecich i sprzeciw — Rozpatrywanie sprzeciwu — Zakres — Podobieństwo rozpatrywanych towarów i usług — Analiza, jaką należy przeprowadzić w odniesieniu do wszystkich towarów i usług objętych rejestracją (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 8 ust. 1 lit. b))*

2. *Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego — Względne podstawy odmowy rejestracji — Sprzeciw uprawnionego z identycznego lub podobnego wcześniejszego znaku towarowego zarejestrowanego dla identycznych lub podobnych towarów lub usług — Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do wcześniejszego znaku towarowego — Słowne znaki towarowe „M+M EUROdATA” i „EURODATA TV” (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 8 ust. 1 lit. b))*

1. W ramach postępowania w sprawie sprzeciwu wniesionego w oparciu o art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego przez uprawnionego z wcześniejszego znaku towarowego przy analizie ewentualnego podobieństwa danych towarów i usług należy odwołać się do wykazu usług zarejestrowanych dla każdego oznaczenia. W tym zakresie zamierzone używanie znaku towarowego, o którego rejestrację wniesiono, w określonym sektorze lub na określonym rynku nie może być brane pod uwagę, gdyż rejestracja nie może zostać ograniczona w ten sposób.

(por. pkt 58)

2. Dla docelowego kręgu odbiorców, składającego się z odbiorców wyspecjalizowanych, którzy są szczególnie zainteresowani i zwracają szczególną uwagę na dane oznaczenia, nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do słownego oznaczenia „M+M EUROdATA”, o którego rejestrację w charakterze wspólnotowego znaku

towarowego wniesiono dla usług „badań rynkowych, analizy rynku i badań w dziedzinie działalności gospodarczej, konsultingu dla przedsiębiorstw w zakresie marketingu i sprzedaży” oraz „seminariów i innych form kształcenia ustawicznego w zakresie marketingu i sprzedaży”, należących do klas 35 i 41 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, i znaku towarowego „EURODATA TV”, zarejestrowanego we Francji i w charakterze międzynarodowego znaku towarowego dla usług „opracowywania i udostępniania informacji handlowych, w szczególności badań rynkowych i sondaży opinii publicznej w dziedzinie audiowizualnej”, należących do klasy 35, oraz w Irlandii dla usług „opracowywania i udostępniania informacji handlowych; badań handlowych; usług reklamowych; doradztwa gospodarczego; przygotowania i udostępnienia statystyk handlowych; studiów marketingowych; badań i analiz rynku”, należących do klasy 35 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

W istocie nawet jeśli zachodzi identyczność usług wymienionych w zgłoszeniu znaku towarowego, należących do klasy

35, z usługami chronionymi wcześniejszym znakiem towarowym, należącymi do tej samej klasy, jak również podobieństwo usług wymienionych w zgłoszeniu znaku towarowego, należących do klasy 41, do usług chronionych wcześniejszym znakiem towarowym, należących do klasy 35, to występujące pomiędzy omawianymi oznaczeniami różnice wizualne, fone-

tyczne i koncepcyjne wystarczają, aby w odczuciu docelowego kręgu odbiorców wykluczyć istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.

(por. pkt 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85)