

Sprawa T-390/03

CM Capital Markets Holding, SA

przeciwko

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

Wspólnotowy znak towarowy — Postępowanie w sprawie sprzeciwu — Wcześ-
niejszy graficzny znak towarowy zawierający wyrażenie „capital markets CM” —
Zgłoszenie graficznego wspólnotowego znaku towarowego zawierającego element
„CM” — Względna podstawa odmowy rejestracji — Prawdopodobieństwo
wprowadzenia w błąd — Artykuł 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 40/94

Wyrok Sądu Pierwszej Instancji (trzecia izba) z dnia 11 maja 2005 r. II - 1701

Streszczenie wyroku

*Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego —
Względne podstawy odmowy rejestracji — Sprzeciw właściciela wcześniejszego identycznego
lub podobnego znaku towarowego zarejestrowanego dla identycznych lub podobnych towarów
lub usług — Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do wcześniejszego
znaku towarowego — Graficzne znaki towarowe CM i CAPITAL MARKETS CM
(rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 8 ust. 1 lit. b))*

Nie istnieje w odczuciu właściwego kręgu odbiorców złożonego z hiszpańskich konsumentów, którzy są bardzo uważni i rozsądni, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do oznaczenia graficznego przedstawiającego wizerunek kwadratu koloru czerwonego przekreślonego żółtą linią, wewnątrz którego wpisane są litery „C” i „M” koloru białego, o którego rejestrację jako wspólnotowego znaku towarowego wniesiono dla towarów i usług należących do klas 1–42 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, oraz w odniesieniu do graficznego znaku towarowego składającego się z dwóch elementów, po pierwsze, z wyrażenia „capital markets” pisanego zwykłymi czarnymi literami i po drugie, z umieszczonych jedna pod drugą liter „C” i „M”, zarejestrowanego wcześniej w Hiszpanii dla usług „zarządzania przedsiębiorstwem; administrowania przedsiębiorstwem; czynności biurowych”, „ubezpieczeń; spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości”, „usług

telekomunikacyjnych” i „usług prawnych, badań naukowych i badań w dziedzinie przemysłu” należących odpowiednio do klas 35, 36, 38 i 42, ponieważ, po pierwsze, usługi oznaczone rozpatrywanymi znakami są co prawda identyczne, lecz znaki te nie są do siebie podobne pod względem wizualnym i koncepcyjnym, a przy tym różnice te pozwalają na zniesienie ich podobieństwa fonetycznego, oraz po drugie, wcześniejszy znak towarowy nie posiada charakteru wysoce odróżniającego. Stwierdzenie to jest wzmocnione faktem, że właściwy krąg odbiorców jest wysoce wyspecjalizowany w dziedzinie omawianych usług i w konsekwencji może wykazywać wysoki poziom uwagi przy dokonywaniu wyboru takich usług.

(por. pkt 64–67, 69)