

Sprawa T-320/03

**Citicorp
przeciwko**

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

Wspólnotowy znak towarowy — Słowny znak towarowy LIVE RICHLIY —
Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji — Charakter odróżniający — Artykuł 7
ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 40/94 — Prawo do przedstawienia uwag —
Artykuł 73 rozporządzenia nr 40/94

Wyrok Sądu Pierwszej Instancji (trzecia izba) z dnia 15 września 2005 r. . . . II - 3415

Streszczenie wyroku

1. *Wspólnotowy znak towarowy — Decyzje Urzędu — Poszanowanie prawa do obrony (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 73)*

2. *Wspólnotowy znak towarowy — Postępowanie odwoławcze — Skarga do sądu wspólnotowego — Wniosek o rejestrację oznaczenia dla kilku kategorii towarów lub usług — Uznanie przez skarżącą, że doszło do ograniczenia przedmiotu sporu do jednej kategorii — Faktyczne cofnięcie zarzutu dotyczącego innej kategorii*
3. *Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego — Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji — Brak charakteru odróżniającego — Oznaczenie, które może posiadać kilka znaczeń, które może stanowić grę słów i które może być postrzegane jako ironiczne, zdumiewające i nieoczekiwane — Przesłanka rejestracji — Zdolność do bycia postrzeganym jako wskazówka pochodzenia handlowego danych towarów i usług
(rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 7 ust. 1 lit. b))*
4. *Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego — Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji — Znaki towarowe pozbawione charakteru odróżniającego — Oznaczenie słowne LIVE RICHLIY
(rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 7 ust. 1 lit. b))*
5. *Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego — Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji — Brak charakteru odróżniającego oznaczenia — Brak wystarczających podstaw do zakwestionowania zdolności odróżniającej oznaczenia w przypadku stwierdzenia braku elementu fantazyjnego lub minimalnego stopnia inwencji
(rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 7 ust. 1 lit. b))*

1. Zgodnie z art. 73 zdanie drugie rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego decyzje Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) opierają się wyłącznie na przyczynach i materiale dowodowym, co do których strony zainteresowane miały możliwość przedstawienia swoich uwag. Przepis ten wyraża we wspólnotowym prawie znaków towarowych zasadę ochrony prawa do obrony, zgodnie z którą adresatom decyzji władz publicznych, które wpływają w istotny sposób

na ich interesy, powinno się umożliwić należyte przedstawienie ich stanowiska.

(por. pkt 21, 22)

2. W ramach postępowania w sprawie skargi na decyzję izby odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) o odrzuceniu wniosku o rejestrację znaku towarowego dla różnych kategorii towarów lub usług Sąd Pierwszej Instancji nie może orzekać w przedmiocie zarzutu dotyczącego jednej kategorii towarów lub usług, w przypadku gdy skarżący faktycznie wycofał zarzut, uznając w sposób wyraźny, że przedmiot sporu ogranicza się do innej kategorii.

rów lub usług zgłaszającego znak towarowy od towarów lub usług mających inne pochodzenie handlowe.

(por. pkt 84)

(por. pkt 48)

3. Okoliczność, że oznaczenie niemające charakteru opisowego może mieć kilka znaczeń, że może stanowić grę słów lub też może być postrzegane jako ironiczne, zdumiewające i nieoczekiwane, wcale nie czyni go odróżniającym w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego. Owe różne elementy czynią oznaczenie odróżniającym wyłącznie, jeżeli jest ono od razu postrzegane przez dany krąg odbiorców jako wskazówka pochodzenia handlowego określonych towarów lub usług, i to w celu umożliwienia danemu kręgowi odbiorców odróżnienia, bez możliwego wprowadzenia w błąd, towa-

4. Oznaczenie słowne LIVE RICHLY, które zostało zgłoszone do rejestracji w charakterze wspólnotowego znaku towarowego dla usług finansowych i monetarnych należących do klasy 36 porozumienia nicejskiego, pozbawione jest w odniesieniu do tych usług charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego, ponieważ dany krąg odbiorców, to znaczy przeciętny konsument, anglojęzyczny lub posiadający wystarczającą znajomość języka angielskiego, właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny — przyjmując, że poziom uwagi może być relatywnie niski, jeżeli chodzi o wskazówki o charakterze promocyjnym, które nie są decydujące dla odbiorców dobrze poinformowanych — postrzega to oznaczenie w kontekście usług finansowych i monetarnych, przede wszystkim jako wyrażenie promocyjne, a nie jako wskazówkę pochodzenia handlowego omawianych usług. Omawiane oznaczenie nie posiada elementów, które umożliwiłyby, poza jego oczywistym znaczeniem promocyjnym,

łatwe i natychmiastowe zapamiętanie go przez dany krąg odbiorców jako odróżniającego znaku towarowego dla oznaczonych usług. Nawet jeśli przyjąć, że omawiane oznaczenie jest używane samodzielnie, bez innych oznaczeń lub znaków towarowych, dany krąg odbiorców nie może, bez wcześniejszego zwrócenia jego uwagi, postrzegać go inaczej, jak tylko w jego znaczeniu promocyjnym.

5. Brak charakteru odróżniającego znaku towarowego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego nie może wynikać z braku elementu fantazyjnego lub minimalnego stopnia inwencji, ponieważ wspólnotowy znak towarowy nie jest bezwzględnie rezultatem procesu twórczego i nie jest oparty na elemencie oryginalności lub fantazji, ale na jego zdolności do indywidualizowania towarów lub usług na rynku w stosunku do towarów lub usług tego samego rodzaju oferowanych przez konkurentów.

(por. pkt 70, 74, 76, 85)

(por. pkt 91)