

WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (czwarta izba)

z dnia 12 stycznia 2006 r.\*

W sprawie T-147/03

**Devinlec Développement innovation Leclerc SA**, z siedzibą w Tuluzie (Francja),  
reprezentowana przez J.P. Simona, avocat,

strona skarżąca,

przeciwko

**Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM)**, reprezentowemu przez J. Novais'go Gonçalves'a oraz A. Folliarda-Monguirala, działających w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

w której drugą stroną w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą OHIM, występującą przed Sądem w charakterze interwenienta, jest

**TIME ART Uluslararası Saat Ticareti ve diğer Ticaret AŞ**, z siedzibą w Istambule (Turcja), reprezentowana przez adwokata F. Jacobacciego,

\* Język postępowania: angielski.

mającej za przedmiot skargę na decyzję Trzeciej Izby Odwoławczej z dnia 30 stycznia 2003 r. (sprawa R 109/2002-3), wydaną w postępowaniu w sprawie sprzeciwu między Devinlec Développement innovation Leclerc SA a TIME Art Uluslararasi Saat Ticareti ve diş Ticaret AŞ,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (czwarta izba),

w składzie: H. Legal, prezes, P. Mengozzi i I. Wiszniewska-Białecka, sędziowie,  
sekretarz: B. Pastor, zastępca sekretarza,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 30 kwietnia 2003 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 24 października 2003 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę interwenienta złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 28 października 2003 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 30 czerwca 2005 r.,

wydaje następujący

## Wyrok

### Okoliczności powstania sporu

- 1 W dniu 8 września 1997 r., na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, str. 1), z późn. zm., spółka TIME ART Uluslararası Saat Ticareti ve Dağıtım Ticaret AŞ złożyła do Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) zgłoszenie wspólnotowego znaku towarowego.
- 2 Znak, o którego rejestrację wniesiono, to przedstawione poniżej oznaczenie graficzne:



- 3 Towary objęte zgłoszeniem należą do klasy 14 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., zrewidowanego i zmienionego, i odpowiadają następującemu opisowi: „zegarki, zegary, ich mechanizmy i części, szkiełka do zegarków/zegarów, koperty do zegarków/zegarów, bransoletki do zegarków, łańcuszki do zegarków, skrzynki do zegarków i zegarów”.

- 4 W dniu 17 sierpnia 1998 r. zgłoszenie to zostało opublikowane w *Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych* nr 62/98.
- 5 W dniu 9 listopada 1998 r. spółka Devinlec Développement innovation Leclerc SA (zwana dalej „skarżącą”) wniosła sprzeciw wobec rejestracji zgłoszonego znaku towarowego, opierając się na istnieniu przedstawionego poniżej wcześniejszego graficznego znaku towarowego, zarejestrowanego we Francji w dniu 11 grudnia 1987 r. pod numerem 1 555 274:



- 6 Towary, dla których wcześniejszy znak towarowy został zarejestrowany, odpowiadają następującemu opisowi w rozumieniu wyżej wskazanego porozumienia nicejskiego:
- klasa 14: „zegary i artykuły zegarmistrzowskie; biżuteria”,
  - klasa 18: „wyroby ze skóry”.
- 7 Sprzeciw został oparty na względnej podstawie odmowy rejestracji zawartej w art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 i został skierowany przeciwko wszystkim towarom objętym wnioskiem o rejestrację.

- 8 W dniu 10 marca 1999 r., na podstawie art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, interwenient wniósł o przedstawienie przez skarżącą dowodu używania wcześniejszego znaku towarowego.
- 9 W celu wykazania rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego skarżąca przedstawiła kilka przedmiotów i dokumentów, w szczególności zegarki, faktury, materiały promocyjne, artykuły prasowe i złożone pod przysięgą oświadczenie jej dyrektora.
- 10 Ogół tych środków dowodowych ukazał, że wcześniejszy znak towarowy był używany we Francji dla „zegarków i bransoletek do zegarków” w postaci przedstawionego poniżej oznaczenia graficznego:

QUANTIEME

- 11 Decyzją z dnia 30 listopada 2001 r. Wydział Sprzeciwów orzekł w przedmiocie sprzeciwu. Po pierwsze, Wydział Sprzeciwów stwierdził, że skarżąca przedstawiła dowód używania wcześniejszego znaku towarowego, przy czym używanie przedstawionej powyżej w pkt 10 postaci oznaczenia graficznego nie zmienia charakteru odróżniającego wcześniejszego znaku towarowego. Po drugie, uwzględnił on sprzeciw z uwagi na to, że towary oznaczone spornymi znakami towarowymi są po części identyczne, a po części podobne, zaś oznaczenia wykazują wystarczający stopień podobieństwa na płaszczyznach wizualnej, fonetycznej i koncepcyjnej, wobec czego istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd właściwego kręgu odbiorców.
- 12 W dniu 29 stycznia 2002 r. interwenient wniósł do OHIM odwołanie od decyzji Wydziału Sprzeciwów.

- 13 Decyzją z dnia 30 stycznia 2003 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Trzecia Izba Odwoławcza uchyliła decyzję Wydziału Sprzeciwów i w konsekwencji odrzuciła sprzeciw. W istocie Izba Odwoławcza stwierdziła, że mimo identyczności i podobieństwa towarów oznaczonych spornymi znakami towarowymi, należy uwzględnić okoliczności, w których towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym są sprzedawane, oraz fakt, że zegarki i bransoletki do zegarków opatrzone tym znakiem są sprzedawane wyłącznie konsumentom końcowym w centrach handlowych E. Leclerc. W tych okolicznościach Izba Odwoławcza uznała, że wizualne i fonetyczne podobieństwa pomiędzy spornymi znakami, jak również wspólne im możliwe odniesienie do pojęcia ilości, nie skłoniłyby przeciętnego konsumenta w przypadku zobaczenia zgłoszonego znaku towarowego na „zegarkach, zegarach, bransoletkach/łańcuszkach do zegarków i skrzynkach do zegarków i zegarów” w innych sklepach niż centra handlowe E. Leclerc do uznania, że towary oznaczone spornymi znakami pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub z przedsiębiorstw ze sobą powiązanych (pkt 39 i 40 zaskarżonej decyzji).

### **Żądania stron**

- 14 Skarżąca wnosi do Sądu o:

- stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji,
- odrzucenie wniosku o rejestrację zgłoszonego znaku towarowego,
- obciążenie OHIM kosztami postępowania,
- obciążenie interwenienta kosztami postępowania administracyjnego przed OHIM.

15 OHIM wnosi do Sądu o:

- oddalenie skargi,
  
  
- obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

16 Interwenant wnosi do Sądu o:

- oddalenie skargi,
  
  
- stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji, w zakresie w jakim jest ona dla niego niekorzystna.

### **Co do prawa**

17 Na poparcie pierwszego żądania skarżąca podnosi dwa zarzuty. Pierwszy zarzut jest oparty na naruszeniu zasady 50 rozporządzenia Komisji (WE) nr 2868/95 z dnia 13 grudnia 1995 r. wykonującego rozporządzenie Rady (WE) nr 40/94 (Dz.U. L 303, str. 1). Drugi zarzut jest oparty na naruszeniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 i „ogólnych zasad prawa znaków towarowych”.

- 18 Interwenient podnosi odrębny zarzut mający na celu stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji, oparty na naruszeniu art. 15 ust. 2 i art. 43 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94.
- 19 W pierwszej kolejności Sąd dokona analizy odrębnego zarzutu podniesionego przez interwenienta, a następnie wskazanych przez skarżącą drugiego i pierwszego zarzutu.

*W przedmiocie odrębnego zarzutu interwenienta, opartego na naruszeniu art. 15 ust. 2 i art. 43 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94*

#### Argumenty stron

- 20 Intewenient wnosi, aby Sąd stwierdził, że Izba Odwoławcza błędnie uznała, iż wcześniejszy znak towarowy w postaci, w jakiej był on używany przez skarżącą, nie zmienia charakteru odróżniającego oznaczenia wcześniej zarejestrowanego we Francji. W konsekwencji intwerwenient wnosi także do Sądu, aby ten orzekł, że przedłożone przez skarżącą w postępowaniu administracyjnym przed OHIM dowody rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego nie są wystarczające oraz że Izba Odwoławcza naruszyła art. 43 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94.
- 21 Na rozprawie skarżąca i OHIM twierdzili, że w tym zakresie zaskarżoną decyzję należy utrzymać w mocy.



## Ocena Sądu

- 22 Artykuł 15 rozporządzenia nr 40/94, zatytułowany „Używanie wspólnotowych znaków towarowych”, stanowi:

„1. Jeżeli w okresie pięciu lat od rejestracji wspólnotowy znak towarowy nie był rzeczywiście używany przez właściciela we Wspólnocie w stosunku do towarów lub usług, dla których jest zarejestrowany, lub jeżeli takie używanie było zawieszona przez nieprzerwany okres pięciu lat, wspólnotowy znak towarowy podlega sankcjom przewidzianym w niniejszym rozporządzeniu, chyba że istnieją usprawiedliwione powody jego nieużywania.

2. W rozumieniu ust. 1, za »używanie« uważa się również:

- a) używanie wspólnotowego znaku towarowego w postaci różniącej się w elementach, które nie zmieniają odróżniającego charakteru znaku w postaci, w jakiej ten znak został zarejestrowany;

[...]”.

- 23 Artykuł 43 rozporządzenia nr 40/94, zatytułowany „Rozpatrywanie sprzeciwu”, przewiduje:

„2. Na wniosek zgłaszającego właściciel wcześniejszego wspólnotowego znaku towarowego, który zgłosił sprzeciw, przedstawia dowód, że w okresie pięciu lat poprzedzających publikację zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego wcześ-

niejszy wspólnotowy znak towarowy był rzeczywiście używany we Wspólnocie w odniesieniu do towarów lub usług, dla których jest on zarejestrowany i które on przytacza on jako uzasadnienie swojego sprzeciwu, lub że istnieją usprawiedliwione powody nieużywania znaku, pod warunkiem że wcześniejszy wspólnotowy znak towarowy był w tym terminie zarejestrowany od co najmniej pięciu lat. Wobec braku takiego dowodu sprzeciw odrzuca się. Jeżeli wcześniejszy wspólnotowy znak towarowy był używany tylko dla części towarów lub usług, dla których jest on zarejestrowany, do celów rozpatrywania sprzeciwu uznawany jest on za zarejestrowany tylko dla tej części towarów lub usług.

3. Ustęp 2 stosuje się do wcześniejszych krajowych znaków towarowych określonych w art. 8 ust. 2 lit. a), zastępując używanie w państwie członkowskim, w którym wcześniejszy krajowy znak towarowy jest chroniony, używaniem we Wspólnocie [zastępując używanie we Wspólnocie używaniem w państwie członkowskim, w którym krajowy znak towarowy jest chroniony].

[...]”.

- <sup>24</sup> W niniejszej sprawie należy przypomnieć, że w zaskarżonej decyzji potwierdzono ocenę dokonaną przez Wydział Sprzeciwów, zgodnie z którą skarżąca przedstawiła dowód rzeczywistego używania wcześniejszego krajowego znaku towarowego zgodnie z art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, przy czym przedstawione powyżej w pkt 10 używane przez skarżącą oznaczenie nie zmienia charakteru odróżniającego znaku towarowego w przedstawionej powyżej w pkt 5 postaci, w której został on zarejestrowany we Francji. W szczególności Izba Odwoławcza wskazała w pkt 11 zaskarżonej decyzji, że różnice w kroju pisma i stylizacji litery „q” w stosunku do wcześniejszego znaku towarowego nie zmieniają charakteru odróżniającego, ponieważ z dowodów przedstawionych w postępowaniu w sprawie sprzeciwu wyraźnie wynika, że litera ta nie jest postrzegana w oderwaniu od słowa, w którym występuje, a które stanowi podstawowy element wcześniejszego znaku towarowego. Izba Odwoławcza zauważyła ponadto w pkt 12 zaskarżonej decyzji, że kilka wycinków z prasy i materiałów promocyjnych dotyczących wcześniejszego znaku towarowego ukazuje, że znak towarowy był używany również w postaci, w jakiej został zarejestrowany, oraz że stylizacja litery „q” nie była podkreślana.

- 25 Pogląd ten należy podzielić.
- 26 Przynajmniej należy uściślić, że na podstawie art. 15 ust. 2 lit. a) w związku z art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94 za dowód rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego — krajowego lub wspólnotowego — który stanowi uzasadnienie sprzeciwu wobec zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego należy uznać również dowód używania wcześniejszego znaku towarowego w postaci różniącej się w elementach, które nie zmieniają charakteru odróżniającego tego znaku w postaci, w jakiej został on zarejestrowany [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 9 lipca 2003 r. w sprawie T-156/01 Laboratorios RTB przeciwko OHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO AIRE), Rec. str. II-2789, pkt 44].
- 27 Następnie w odniesieniu do zagadnienia, czy w niniejszym przypadku używanie oznaczenia przedstawionego powyżej w pkt 10 stanowi, jak utrzymuje interwenient, używanie zmieniające charakter odróżniający wcześniejszego krajowego znaku towarowego, należy stwierdzić, że tak nie jest.
- 28 W tym zakresie należy wskazać, że jedynymi elementami, które odróżniają używane przez skarżącą oznaczenie od wcześniejszego krajowego znaku towarowego w postaci, w jakiej został on zarejestrowany, są, po pierwsze, stylizacja litery „q”, przypominająca tarczę zegara, oraz po drugie, użycie wersalików w określeniu elementu słownego wcześniejszego krajowego znaku towarowego.
- 29 Po pierwsze, chociaż prawdą jest, że stylizacja litery „q” została bardziej wyróżniona się w używanym oznaczeniu niż we wcześniejszym krajowym znaku towarowym, to jednak charakter odróżniający wcześniejszego znaku towarowego wciąż wynika z całości elementu słownego tego znaku. Zresztą należy uściślić, że stylizacja litery „q”, przypominająca, jak to zostało wcześniej wskazane, tarczę zegara, nie posiada charakteru szczególnie odróżniającego dla towarów należących do klasy 14 — jedynych towarów, dla których skarżąca przedstawiła dowody używania wcześniej-

szego znaku towarowego. Po drugie, jeżeli chodzi o użycie wersalików, to wystarczy wskazać, że nie są one przejawem jakiegokolwiek oryginalności i również nie zmieniają charakteru odróżniającego wcześniejszego krajowego znaku towarowego.

- 30 Wynika z tego, że przedstawione przez skarżącą środki dowodowe odnoszące się do oznaczenia przedstawionego powyżej w pkt 10, używanego w odniesieniu do towarów z klasy 14, tj. „zegarków i bransoletek do zegarków”, nie mogły zostać zgodnie z przepisami uwzględnione przez Izbę Odwoławczą dla celów oceny, czy skarżąca wykazała rzeczywiste używanie wcześniejszego krajowego znaku towarowego.
- 31 Z uwagi na to, że interwenant nie podważa dokonanej przez Izbę Odwoławczą oceny tych środków dowodowych ani też oceny dowodów przedstawionych przez skarżącą w celu wykazania, że używała ona wcześniejszego krajowego znaku towarowego również w postaci, w której został on zarejestrowany, odrębny zarzut interwenienta należy oddalić.

*W przedmiocie drugiego zarzutu skarżącej, opartego na naruszeniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 oraz „ogólnych zasad prawa znaków towarowych”*

#### Argumenty stron

- 32 Skarżąca kwestionuje ocenę dokonaną przez Izbę Odwoławczą w zakresie porównania towarów oznaczonych spornymi znakami towarowymi, porównania spornych oznaczeń oraz braku prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.

- 33 Po pierwsze, w odniesieniu do porównania towarów oznaczonych spornymi znakami towarowymi skarżąca, nie zaprzeczając ich identyczności i podobieństwu, utrzymuje, że w pkt 30 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza oparła się na błędnej przesłance faktycznej. W istocie skarżąca przeczy twierdzeniu Izby Odwoławczej, jakoby towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym nie miały być sprzedawane obok towarów oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym, również w innych sklepach niż centra handlowe E. Leclerc.
- 34 W tym zakresie skarżąca zwraca uwagę, że twierdzenie to wydaje się być oparte w szczególności na datowanym na dzień 7 maja 1999 r. oświadczeniu dyrektora skarżącej, które przedłożyła ona w ramach dowodów mających na celu wykazanie rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego. Zdaniem skarżącej, po pierwsze, ani z tego oświadczenia, ani z innych dokumentów przedstawionych OHIM nie można wnioskować, że w punktach sprzedaży „Le Manège à Bijoux” w centrach handlowych E. Leclerc — w których sprzedawane są towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym — nie są sprzedawane również inne, identyczne lub podobne, towary lub że sprzedaż towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym będzie zawsze zastrzeżona jedynie dla tych punktów sprzedaży. Po drugie, skarżąca przypomina, że wyżej wskazane oświadczenie, jak i inne towarzyszące mu dokumenty zostały przekazane w dokładnie zamierzonym celu wykazania rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego w latach 1993–1998, aby uniknąć odrzucenia sprzeciwu. Skarżąca podkreśla, że nie została wezwana przez Izbę Odwoławczą do wykazania, na przykład, że w punktach sprzedaży w centrach handlowych E. Leclerc mogą być sprzedawane również identyczne lub podobne towary opatrzone innymi znakami towarowymi. W zakresie, w jakim skarżąca utrzymuje, że zachodzi taka możliwość, oświadcza ona, iż jest gotowa przedstawić wszelkie środki dowodowe mogące potwierdzić jej twierdzenia.
- 35 Po drugie, w odniesieniu do porównania spornych znaków skarżąca zwraca przede wszystkim uwagę, że Izba Odwoławcza zaprzecza sobie w swoim badaniu wcześniejszego znaku towarowego, ponieważ nie dokonała oceny w stosunku do tego znaku w postaci, w jakiej był on używany, ale w stosunku do postaci, w jakiej został on zarejestrowany.
- 36 Skarżąca podnosi następnie, że Izba Odwoławcza popełniła kilka błędów w zakresie porównania spornych oznaczeń pod względem wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym.

37 O ile skarżąca przyznaje utrzymywane w zaskarżonej decyzji podobieństwo przedrostków „quant” na płaszczyźnie wizualnej, o tyle zauważa ona jednakże, iż Izba Odwoławcza zaniechała stwierdzenia, że sporne oznaczenia zawierają również wspólną im literę „m” oraz że litera „i” we wcześniejszym znaku towarowym i litera „u” w zgłoszonym znaku towarowym wykazują podobieństwo pod względem wizualnym. Skarżąca utrzymuje również, że wbrew temu, co ustaliła Izba Odwoławcza, figuratywny element w postaci budzika umieszczony powyżej elementu słownego zgłoszonego znaku towarowego — który jest elementem graficznym i jest ponadto pozbawiony charakteru odróżniającego dla towarów oznaczonych tym znakiem towarowym — nie stanowi elementu pozwalającego na wizualne rozróżnienie spornych znaków towarowych. Poza tym nawet jeśli właściwy krąg odbiorców miałby przywiązywać jakąkolwiek wagę do tego elementu, to zdaniem skarżącej odnosiłoby to się również do stylizacji litery „q” we wcześniejszym znaku towarowym w postaci, w jakiej był on używany, która również przedstawia tarczę zegara lub budzik. W tych okolicznościach elementy te zwiększają podobieństwo spornych oznaczeń pod względem wizualnym.

38 Z fonetycznego punktu widzenia skarżąca uznaje, że Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, iż elementy słowne zgłoszonego znaku towarowego i wcześniejszego znaku towarowego wykazują bardzo duże podobieństwo fonetyczne, niemniej zaznacza ona, że podkreślana przez Izbę Odwoławczą różnica w wymowie końcowych sylab spornych znaków („tum” w zgłoszonym znaku towarowym i „tième” we wcześniejszym znaku towarowym”) nie ma dużego znaczenia z uwagi na obecność litery „m”, wspólnej tym dwóm spornym znakom.

39 Skarżąca twierdzi, że w pkt 37 i 38 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza niesłusznie uznała, iż sporne oznaczenia różnią się pod względem koncepcyjnym. Powołując się na załączone do skargi badanie opinii publicznej przeprowadzone w dniach 31 maja i 1 czerwca 2002 r. wśród reprezentantów docelowego kręgu odbiorców, skarżąca podnosi, po pierwsze, że docelowy krąg odbiorców nie zna dokładnego znaczenia elementów słownych spornych znaków i, po drugie, że wśród części docelowego kręgu odbiorców, która uważa, że zna znaczenie elementów słownych spornych znaków, większość uznaje, że oba odnoszą do ilości. Skarżąca wywodzi z tego, że okoliczność ta zwiększa stwierdzone podobieństwo spornych oznaczeń pod względem wizualnym i fonetycznym.

40 Po trzecie, w zakresie stwierdzonego braku prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do spornych znaków towarowych skarżąca uważa, że Izba Odwoławcza naruszyła zasadę braku zależności pomiędzy podobieństwem znaków towarowych a podobieństwem oznaczonych nimi towarów. W szczególności utrzymuje ona, że Izba Odwoławcza naruszyła prawo, stwierdzając, iż warunki, w jakich w danym momencie sprzedawane są towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym, stanowią istotny czynnik w ramach całościowej oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd. Dodatkowo wniosła ona do Sądu o orzeczenie, że Izba Odwoławcza przypisała zbyt dużą wagę temu czynnikowi, zważywszy na podobieństwa towarów i spornych znaków towarowy stwierdzone w zaskarżonej decyzji. Zdaniem skarżącej w tym względzie zaskarżona decyzja została wydana nie tylko z naruszeniem wspólnotowego orzecznictwa, ale również „podstawowych zasad prawa znaków towarowych”, a w szczególności zasady przeniesienia własności znaku towarowego niezależnie od przedsiębiorstwa, które jest jego właścicielem, i zasady równości traktowania właścicieli znaków towarowych. Jeśli chodzi o tę ostatnią „zasadę”, skarżąca precyzuje, że skoro w chwili opublikowania wniosku o rejestrację wcześniejszy znak towarowy istniał krócej niż pięć lat, to skarżąca nie była zobowiązana wykazać rzeczywistego używania tego znaku i w konsekwencji Izba Odwoławcza nie mogła wykorzystać przedstawionych przez nią w toku postępowania administracyjnego przed OHIM dowodów używania wcześniejszego znaku towarowego. W tych okolicznościach skarżąca uważa, że Izba Odwoławcza ograniczyła zakres ochrony wcześniejszego znaku towarowego.

41 OHIM odpowiada, że po pierwsze, nie zostało zakwestionowane, iż towary oznaczone spornymi znakami towarowymi są po części identyczne i po części podobne.

42 Po drugie, podkreśla on, że zainteresowany krąg odbiorców, w odniesieniu do którego należy oceniać porównanie oznaczeń i prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, składa się — jeśli chodzi o zegarki, zegary i bransoletki/łańcuszki do zegarków — z przeciętnych francuskich konsumentów, a także — jeśli chodzi o mechanizmy i części zegarków i zegarów, szkiełka do zegarków i zegarów oraz koperty do zegarków i zegarów — obejmuje odbiorców wyspecjalizowanych, którzy produkują lub naprawiają zegarki lub zegary, ponieważ w szczególności koperty nie są ogólnie sprzedawane w oderwaniu od sprzedaży zegarków lub zegarów.

- 43 Po trzecie, w zakresie porównania oznaczeń OHIM stwierdza, że różnią się one pod względem wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym.
- 44 Nawet jeśli OHIM przyznaje, że z wizualnego punktu widzenia słowne elementy spornych znaków zawierają pięć pierwszych takich samych liter („quant”), to podkreśla jednak, że różnią się w pięciu ostatnich literach, że elementy słowne są różnej długości i zostały zapisane różnym krojem pisma oraz że zgłoszony znak towarowy zawiera również element figuratywny, którego nie można pominąć, mimo że można podważać jego samoistny charakter odróżniający dla towarów oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym. OHIM wywodzi z tego, że sporne oznaczenia różnią się pod względem wizualnym i mogą zostać bez trudu odróżnione.
- 45 OHIM utrzymuje, że na płaszczyźnie fonetycznej stopień podobieństwa spornych oznaczeń wynikający z obecności wspólnej sylaby „quant” kompensowany jest różnicami w zakresie końcowych głosek spornych oznaczeń („um” w zgłoszonym znaku towarowym i „ième” we wcześniejszym znaku towarowym). OHIM wskazuje w tym względzie, że końcowe sylaby spornych oznaczeń wymawia się w sposób bardzo odmienny.
- 46 OHIM przypomina, że na płaszczyźnie koncepcyjnej słowne elementy spornych oznaczeń posiadają różne znaczenia, co w konsekwencji oznacza, że owe znaczenia nie mogą zostać uznane za podobne pod względem koncepcyjnym. W szczególności, zdaniem OHIM, jest bardzo prawdopodobne, że przeciętny konsument będzie odbierać pojęcie „quantième” zawarte we wcześniejszym znaku towarowym jako numeryczne oznaczenie dnia miesiąca — rozpoczynającego się od pierwszego i kończącego się na trzydziestym pierwszym. OHIM utrzymuje, że znaczenie to jest poza tym rozpowszechnione w handlu w zakresie zegarków, co potwierdzają również załączone do jego odpowiedzi na skargę wyciągi z kilku francuskojęzycznych stron internetowych. Tak więc zdaniem OHIM albo konsument będzie już znał wyżej wskazane znaczenie, albo będzie mógł się z nim zapoznać dzięki informacji towarzyszącej jego zakupowi lub zwracając się o poradę do sprzedawcy. Ponadto OHIM dodaje, że nie należy zapominać, iż zainteresowany krąg odbiorców obejmuje osoby zawodowo trudniące się przemysłem zegarmistrzowskim, które bez jakichkolwiek wątpliwości będą rozumieć znaczenie pojęcia „quantième”.



- 47 Zdaniem OHIM ocena ta nie może zostać podważona przez argument skarżącej, oparty na załączonym do skargi badaniu opinii publicznej, zgodnie z którym z uwagi na wspólne odniesienie do pojęcia ilości zainteresowany krąg odbiorców ustali pomiędzy spornymi oznaczeniami związek logiczny. Niezależnie od rozmaitych niepewności dotyczących okoliczności, w których przeprowadzono to badanie, OHIM podnosi, że w każdym razie 11% badanych wskazało, że wyraz „quantum” odnosi się do pojęcia ilości i trochę ponad 28% kojarzyło wyraz „quantième” z tym pojęciem. W przekonaniu OHIM nie tylko ten udział procentowy nie jest przekonujący, ale również badanie to nie pozwala na poznanie, jaki procent badanych odpowiedział, że te dwa wyrazy odnoszą się do pojęcia ilości.
- 48 Po czwarte, w odniesieniu do oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd OHIM wskazuje przede wszystkim, że ze względu na fakt, iż oznaczone spornymi znakami towary nie są często nabywane, przeciętny konsument będzie zwracał szczególną uwagę na wszystkie aspekty tych towarów, włączając w to znaki towarowe, którymi są opatrzone. Ponieważ zakupu tego dokonuje się po zapoznaniu się z wyglądem towarów i znaków towarowych, różnice w wyglądzie spornych znaków towarowych uzyskują w konsekwencji szczególne znaczenie. OHIM utrzymuje, że wcześniejszy znak towarowy cieszy się we Francji samoistnie niedużym zakresem ochrony, ponieważ zawarty w nim element słowny jest powszechnie używany dla opisu jednej z cech omawianych towarów. W tych okolicznościach uznaje on, że w odniesieniu do spornych znaków nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, niezależnie od kwestii, czy niektóre z towarów oznaczanych tymi znakami towarowymi są identyczne bądź bardzo podobne. OHIM zauważa wreszcie, że wniosek ten nie może zostać podważony popełnionym przez Izbę Odwoławczą błędem w zakresie uwzględnienia przez nią dla celów oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd czynnika dotyczącego szczególnej formy sprzedaży towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym.
- 49 Intwerwenient stwierdza, po pierwsze, że skarżąca niesłusznie zarzuca Izbie Odwoławczej, iż ta, w ramach porównania towarów i spornych oznaczeń, rozpatrywała wcześniejszy znak towarowy w postaci, w jakiej jest on chroniony z tytułu rejestracji we Francji, a nie w postaci, w jakiej jest on używany.

- 50 Po drugie, interwenient przeczy twierdzeniu skarżącej, jakoby element figuratywny zgłoszonego znaku towarowego był pozbawiony charakteru odróżniającego. W istocie zdaniem interwenienta taki element, w przeciwieństwie do elementu słownego, nigdy nie może mieć charakteru wyłącznie opisowego. Tak więc w przekonaniu interwenienta Izba Odwoławcza przy porównaniu spornych oznaczeń słusznie uwzględniła figuratywny element zgłoszonego znaku towarowego.
- 51 W tym zakresie interwenient uznaje, że wykluczenie przez Izbę Odwoławczą jakiegokolwiek podobieństwa wizualnego spornych oznaczeń było właściwe.
- 52 W odniesieniu do fonetycznego porównania spornych oznaczeń interwenient utrzymuje, że sylaba „quan”, wspólna tym oznaczeniom, będzie prawdopodobnie wymawiana przez stanowiącego punkt odniesienia przeciętnego konsumenta w odmienny sposób. Ponadto wymowa końcowych sylab, które są wyraźnie różne, będzie naznaczona zasadami fonetyki francuskiej. Poza tym interwenient kwestionuje przedstawione przez skarżącą wyniki badania opinii publicznej, w szczególności w zakresie jego prawdziwie reprezentatywnego charakteru i braku wskazania poziomu wykształcenia badanych. Jeśli chodzi o to ostatnie zagadnienie, interwenient stwierdza, że takie wskazanie byłoby właściwe dla ustalenia, jaka część konsumentów wymawiałaby słowny element zgłoszonego znaku towarowego z uwzględnieniem łacińskiej etymologii tego wyrazu, a zatem odmiennie od wyrażenia „quantième”.
- 53 Zdaniem interwenienta wynika z tego, że Izba Odwoławcza nie mogła stwierdzić podobieństwa fonetycznego spornych oznaczeń. W istocie wnosi on więc do Sądu o sprostowanie tego błędu, który wywołuje dla interwenienta niekorzystne skutki.
- 54 Interwenient odrzuca jakiegokolwiek podobieństwo spornych oznaczeń pod względem koncepcyjnym, przyłączając się zasadniczo do argumentacji OHIM.

- 55 Po trzecie, jeśli chodzi o brak prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do spornych znaków towarowych, interwenient stwierdza, że wniosek, do którego doszła Izba Odwoławcza, jest właściwy. Nawet jeśli interwenient przyznaje za skarżącą, że uwzględnienie warunków sprzedaży danego towaru musi zostać dokonane w stosunku do obiektywnych sytuacji, utrzymuje jednak, że przyjęte w niniejszej sprawie podejście jest słuszne. W istocie w opinii interwenienta wcześniejszy znak towarowy należy do kategorii „marek własnych” (private labels) lub „marek detalisty” (store brands), które zostały wynalezione i są używane wyłącznie w sieciach dużej dystrybucji. Oznaczane przez nie towary należy zatem uznać za należące do specjalnej kategorii, w szczególności ze względu na formę ich sprzedaży, co uzasadnia podejście przyjęte przez Izbę Odwoławczą.
- 56 Interwenient utrzymuje ponadto, że czynnik dotyczący formy sprzedaży towarów skarżącej nie został uwzględniony przez Izbę Odwoławczą jako przeciwwaga dla innych okoliczności ustalonych w zaskarżonej decyzji, ale jako zwykły czynnik umożliwiający konsumentom zrozumienie, że towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym znajdują się w sprzedaży jedynie w centrach handlowych E. Leclerc, na wzór wszystkich towarów opatrzonych marką własną. Natomiast te ogólne formy sprzedaży towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym wpływałyby prawdopodobnie na nastawienie przeciętnego konsumenta, gdyby zobaczył towary oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym w innych punktach sprzedaży. Ponadto skarżąca nie zgadza się z twierdzeniem skarżącej, jakoby zaskarżona decyzja naruszała „ogólne zasady prawa znaków towarowych”.
- 57 Niemniej jednak, nawet jeśli nie wpływa to na wniosek, do którego doszła Izba Odwoławcza, interwenient zarzuca jej, że w ramach dokonanej przez nią całościowej oceny nie uwzględniła ona w sposób wystarczający bardzo mało odróżniającego charakteru wcześniejszego znaku towarowego. Zdaniem interwenienta uznanie tej okoliczności przez Izbę Odwoławczą wystarczyłoby samo w sobie, aby wykluczyć wszelkie prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do spornych znaków towarowych. Wnosi on więc do Sądu o stwierdzenie naruszenia prawa, którego dopuściła się Izba Odwoławcza w tym zakresie.

## Ocena Sądu

- 58 Zgodnie z art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w wyniku sprzeciwu właściciela wcześniejszego znaku towarowego, zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli z powodu identyczności lub podobieństwa do wcześniejszego znaku towarowego, identyczności lub podobieństwa towarów lub usług istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd odbiorców na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony.
- 59 W myśl utrwalonego orzecznictwa prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, jeżeli odbiorcy mogliby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub ewentualnie z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. Zgodnie z tym orzecznictwem prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd podlega całościowej ocenie, zgodnie ze sposobem postrzegania rozpatrywanych oznaczeń oraz towarów lub usług przez właściwy krąg odbiorców, z uwzględnieniem wszystkich istotnych okoliczności danego przypadku, w szczególności wzajemnej zależności pomiędzy podobieństwem oznaczeń a podobieństwem oznaczonych towarów lub usług [zob. wyrok Sądu z dnia 9 lipca 2003 r. w sprawie T-162/01 Laboratorios RTB/OHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Rec. str. II-2821, pkt 31–33 oraz wskazane w nim orzecznictwo].
- 60 Jak to również wynika z utrwalonego orzecznictwa, całościowa ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie podobieństwa wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego spornych oznaczeń musi opierać się na wywieranym przez nie wrażeniu całości, przy uwzględnieniu w szczególności ich elementów odróżniających i dominujących [zob. wyrok Sądu z dnia 14 października 2003 r. w sprawie T-292/01 Phillips-Van Heusen przeciwko OHIM — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), Rec. str. II-4335, pkt 47 oraz wskazane w nim orzecznictwo].

## — W przedmiocie właściwego kręgu odbiorców

- 61 Ponieważ wcześniejszy krajowy znak towarowy został zarejestrowany we Francji, właściwym kręgiem odbiorców są zatem odbiorcy francuscy. Jednakże OHIM i interwenient stwierdzają, że z uwagi na towary oznaczone spornymi znakami towarowymi właściwy krąg odbiorców składa się, po pierwsze, z przeciętnych konsumentów i, po drugie, z osób zawodowo trudniących się przemysłem zegarmistrzowskim.
- 62 Nie ma potrzeby rozstrzygnięcia tej kwestii, ponieważ w niniejszej sprawie wystarczy dokonać oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd przeciętnych francuskich konsumentów. W istocie jeżeli można wykluczyć prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wspomnianych przeciętnych konsumentów, co stwierdziła Izba Odwoławcza, to okoliczność ta wystarczy, aby oddalić skargę, ponieważ ocena ta już z założenia znajduje zastosowanie do tzw. wyspecjalizowanej części właściwego kręgu odbiorców, która z definicji jest bardziej uważna w tym zakresie niż przeciętni konsumenci. Jedynie w przypadku, gdyby Sąd stwierdził, że Izba Odwoławcza niesłusznie wykluczyła prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, należałoby dokonać badania, czy takie prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd występuje również w przypadku towarów oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym przeznaczonych dla osób wyspecjalizowanych.
- 63 Należy jednakże zauważyć, że przypadku takich towarów, jak te oznaczone spornymi znakami towarowymi, które nie są często nabywane i których zakupu dokonuje się zwykle za pośrednictwem sprzedawcy, poziom uwagi przeciętnego konsumenta należy uznać, jak to słusznie stwierdziła Izba Odwoławcza, za wyższy niż zwykle, a w konsekwencji za raczej wysoki.

## — W przedmiocie porównania towarów

- 64 Bezsporne jest, że towary oznaczone spornymi znakami towarowymi są po części identyczne i po części podobne, co zostało ustalone w zaskarżonej decyzji.

— W przedmiocie porównania spornych oznaczeń

65 Przed dokonaniem oceny przeprowadzonego przez Izbę Odwoławczą porównania spornych oznaczeń pod względem wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym należy odrzucić argument skarżącej, zgodnie z którym Izba Odwoławcza nie powinna była rozpatrywać wcześniejszego krajowego znaku towarowego w postaci, w jakiej został on zarejestrowany, ale w postaci, w jakiej był on używany w formie oznaczenia przedstawionego powyżej w pkt 10.

66 W istocie należy przypomnieć, że w ramach przepisów rozporządzenia nr 40/94 regulujących rozpatrywanie sprzeciwu wobec rejestracji wspólnotowego znaku towarowego celem wykazania rzeczywistego używania wcześniejszego krajowego znaku towarowego jest umożliwienie jego właścicielowi, na wyraźny wniosek zgłaszającego znak towarowy, przedstawienia dowodu na to, że jego znak był w rzeczywistości faktycznie używany na rynku w okresie pięciu lat poprzedzających opublikowanie zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego. Zgodnie z art. 15 ust. 2 lit. a) i art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94 dowód ten jest dopuszczalny również w przypadku gdy używane oznaczenie różni się od wcześniejszego znaku towarowego w postaci, w jakiej został on zarejestrowany, elementami, które nie zmieniają charakteru odróżniającego. W braku przedstawienia takiego dowodu, w szczególności w przypadku gdy używane elementy zmieniają charakter odróżniający wcześniejszego znaku towarowego, lub w braku przedstawienia usprawiedliwionych powodów jego nieużywania sprzeciw należy odrzucić. Tak więc przedstawienie dowodu rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego w postępowaniu w sprawie sprzeciwu ani nie ma na celu, ani nie wywołuje skutku przyznania jego właścicielowi ochrony dla oznaczenia lub jego elementów, które nie zostały zarejestrowane. Dopuszczenie przeciwnej argumentacji prowadziłoby do niezgodnego z prawem rozszerzenia ochrony przyznanej właścicielowi wcześniejszego znaku towarowego, który opiera sprzeciw na rejestracji wspólnotowego znaku towarowego.

67 Ponieważ w niniejszym przypadku skarżąca zarejestrowała wyłącznie przedstawiony powyżej w pkt 5 wcześniejszy znak towarowy, który stanowił podstawę sprzeciwu, na

podstawie którego Izba Odwoławcza orzekała w zaskarżonej decyzji, jedynie ten znak towarowy korzysta z ochrony przyznanej wcześniejszym zarejestrowanym znakom towarowym. Tak więc, jak to słusznie wskazali Wydział Sprzeciwów i Izba Odwoławcza, dla celów rozpatrywania sprzeciwu to właśnie ten znak należy porównywać ze zgłoszonym znakiem towarowym w odniesieniu do towarów, dla których skarżąca przedstawiła dowód rzeczywistego używania, w tym wypadku dla towarów z klasy 14 „zegarki i bransoletki do zegarków”.

- 68 Mając powyższe na uwadze, należy dokonać kontroli zgodności z prawem zaskarżonej decyzji w zakresie porównania spornych oznaczeń pod względem wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym.
- 69 W odniesieniu do porównania pod względem wizualnym należy przypomnieć, że w pkt 31–33 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła następująco:

„31. Pod względem wizualnym wcześniejszy znak towarowy składa się ze słowa »quantième« zapisanego niewyróżniającym się szczególnie krojem pisma. Litera »q«, która wydaje się być trochę bardziej zaokrąglona niż normalnie, nie różni się jednak znacznie od zwykłej litery »q«. W istocie w przedstawionym przez skarżącą wyciągu ze słownika »Larousse Anglais/Français 1995« część dotycząca słów zaczynających się na tę literę znajduje się pod literą q, która nie różni się znacznie od litery »q« występującej we wcześniejszym znaku towarowym. Czarna linia umieszczona powyżej znaku towarowego nie stanowi jego części. We wcześniejszym znaku towarowym brak jest jakiegokolwiek elementu, który zwracałby uwagę konsumentów na literę »q« per se.

32. W odniesieniu do zgłoszonego znaku towarowego, nawet jeśli [Wydział Sprzeciwów w] zaskarżonej decyzji stwierdził, że zawiera on element przypominający abstrakcyjną tarczę zegara lub zegarka w postaci litery »q«, to uznał on, że słowo »quantum«, które nie [zostało] zapisane bardzo oryginalnym krojem pisma, stanowi [w nim] element dominujący. Z prospektów i wycinków

prasowych zawartych w aktach sprawy wyraźnie wynika, że nie należy do rzadkości, aby oznaczenia umieszczone na zegarkach zawierały symbol umieszczony powyżej elementu słownego lub nazwy, jak to ma miejsce w zgłoszonym znaku towarowym. Do rzadkości nie należy także, by symbol ten stanowił odtworzenie liter, które nasuwają bezpośrednie skojarzenie z elementem słownym lub nazwą, jak w przypadku zgłoszonego znaku towarowego. Jest prawdopodobne, że przeciętny konsument, który przyzwyczajony jest do oglądania logotypów przedstawionych w ten sam sposób, odbierze je jako fantazyjny i odróżniający logotyp, a nie jako zwykły zegar pozbawiony jakiegokolwiek przekazu, jeśli chodzi o wskazanie pochodzenia.

33. Znaki towarowe są podobne pod względem wizualnym w zakresie, w jakim każdy z nich zawiera przedrostek »quant«. Różnią się one o tyle, że zgłoszony znak towarowy zawiera logotyp, który przeciętny konsument będzie postrzegał jako skrócone przedstawienie słowa »quantum«. W odniesieniu do wcześniejszego znaku towarowego nie jest prawdopodobne, że przeciętny konsument będzie koncentrował się na literze »q«, ponieważ brak jest szczególnego powodu, dla którego uwaga konsumenta miałaby się skupiać na tej literze”.

70 Bezsporne jest, że Izba Odwoławcza uznała, iż podobieństwo spornych znaków pod względem wizualnym nie występuje.

71 Jednakże Sąd stwierdza, że takie podobieństwo istnieje.

72 Należy zauważyć, jak to słusznie wskazała Izba Odwoławcza, że sporne oznaczenia zawierają wspólny im przedrostek „quant”. Ponadto, jak to podkreśliła skarżąca, oba zawierają również literę „m”. Z wizualnego punktu widzenia słowne elementy spornych znaków towarowych posiadają zatem sześć wspólnych liter, z których pięć stanowi pierwsze litery każdego z oznaczeń. Chociaż konsument często przywiązuje wagę do pierwszej części słów [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 17 marca 2004 r.



w sprawach połączonych T-183/02 i T-184/02 El Corte Inglés przeciwko OHIM — González Cabello i Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR), Rec. str. II-965, pkt 81], to jego uwaga, że względu na ograniczoną długość danego oznaczenia, może równie dobrze skupiać się pod względem wizualnym na końcowych literach [zob. wyrok Sądu z dnia 6 lipca 2004 r. w sprawie T-117/02 Grupo El Prado Cervera przeciwko OHIM — Héritiers Debuschewitz (CHUFACIT), Zb.Orz. str. II-2073, pkt 48]. W niniejszej sprawie nawet jeśli słowny element zgłoszonego znaku towarowego jest raczej krótki, to należy przypomnieć, że jego ostatnia litera, tj. „m”, jest identyczna z jedną z czterech ostatnich liter wcześniejszego znaku towarowego. Poza tym, jak to również wskazała Izba Odwoławcza, krój pisma spornych oznaczeń niczym się nie wyróżnia. Elementy słowne spornych znaków towarowych są zatem podobne pod względem wizualnym.

- 73 Należy jednakże ustalić, jak to sugeruje Izba Odwoławcza, choć bez wyraźnego przedstawienia toku swojego rozumowania w tym zakresie, i jak to również utrzymuje interwenient w swych pismach procesowych, czy obecność elementu figuratywnego umieszczonego w zgłoszonym znaku towarowym powyżej elementu słownego pozwala wykluczyć wszelkie podobieństwo spornych oznaczeń pod względem wizualnym.
- 74 W tym zakresie przede wszystkim należy przypomnieć, że co do zasady właściwy krąg odbiorców nie będzie uznawał elementu opisowego stanowiącego część złożonego znaku towarowego za element odróżniający i dominujący nad wywieranym przez ten znak wrażeniem całości [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 3 lipca 2003 r. w sprawie T-129/01 Alejandro przeciwko OHIM — Anheuser-Busch (BUDMEN), Rec. str. II-2251, pkt 53, oraz ww. w pkt 72 wyrok w sprawie CHUFACIT, pkt 51].
- 75 W niniejszej sprawie należy stwierdzić, że tak jak to przyjął OHIM, odtworzenie tarczy zegarka lub zegara nie wykazuje charakteru szczególnie odróżniającego dla towarów, dla których interwenient wniósł o rejestrację wspólnotowego znaku towarowego.

76 Ponadto należy przypomnieć, że jeśli chodzi o ocenę dominującego charakteru jednego lub kilku określonych elementów składowych złożonego znaku towarowego, poza samoistnymi cechami każdego z elementów składowych można również uwzględnić wzajemną pozycję różnych elementów składowych znaku w całościowym układzie znaku złożonego [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 23 października 2002 r. w sprawie T-6/01 Matratzen Concord przeciwko OHIM — Hukla Germany (MATRATZEN), Rec. str. II-4335, pkt 35].

77 W niniejszej sprawie wystarczy jednakże wskazać, że element figuratywny został umieszczony powyżej głównego elementu słownego zgłoszonego znaku towarowego, przy czym pozycja ta nie pozwala na uznanie, że z wizualnego punktu widzenia element ten może zdominować wyobrażenie zgłoszonego znaku towarowego, jakie odbiorcy zachowują w pamięci. W tym zakresie należy zauważyć, że w znacznej większości przypadków właściwy krąg odbiorców zostanie skonfrontowany ze zgłoszonym znakiem towarowym przy zakupie zegarków oraz że co do zasady znaki towarowe są umieszczane na tarczach zegarków. Z uwagi na to, że rozmiar tych tarcz jest relatywnie mały, elementy figuratywne będą mało odróżnialne z wizualnego punktu widzenia, zakładając, że w całościowym układzie znaku złożonego, jak w niniejszym przypadku, elementy te nie zostały umieszczone w pozycji centralnej, tylko powyżej elementu słownego zgłoszonego znaku towarowego.

78 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że sporne oznaczenia są podobne pod względem wizualnym.

79 W zakresie porównania spornych oznaczeń pod względem fonetycznym Izba Odwoławcza dokonała w pkt 34 zaskarżonej decyzji następującej oceny:

„Pod względem fonetycznym, ponieważ symbol [występujący] w zgłoszonym znaku towarowym prawdopodobnie zostanie odebrany jako fantazyjny skrót od słowa »quantum«, zgłoszony znak towarowy będzie wymawiany po prostu jako »quantum«. Ponadto nie jest prawdopodobne, aby właściwy krąg klientów wymawiał to słowo prawidłowo jako »kwántóm« (zob. »Robert électronique«), w szczególności

dlatego że słowo to jest używane w bardzo specyficznym kontekście i właściwy krąg odbiorców nie będzie postrzegał go jako słowa łacińskiego. Sylaba »quan« w zgłoszonym znaku towarowym będzie wymawiana »kan« — tak samo jak we wcześniejszym znaku towarowym. Występuje zatem pewien stopień podobieństwa fonetycznego, mimo że końcówki oznaczeń (»-tóm« lub »-toux« w zgłoszonym znaku towarowym i »-tjem« we wcześniejszym znaku towarowym) prawdopodobnie będą się różnić, a wcześniejszy znak towarowy może być wymawiany jako trzy sylaby”.

80 Ocena ta zasadniczo nie może zostać podważona.

81 Jeśli chodzi o wymowę, jest mało prawdopodobne, że przeciętny francuski konsument będzie wymawiał zgłoszony znak towarowy z uwzględnieniem łacińskiej wymowy słowa „quantum”, czyli jako „kwântóm”. W tym zakresie należy wskazać, że przedstawione przez skarżącą w postępowaniu administracyjnym i załączone do skargi badanie opinii publicznej potwierdza tę ocenę. W istocie z badania tego, przeprowadzonego w dniach 30 maja i 1 czerwca 2002 r. na 984-osobowej próbie reprezentatywnej dla ludności francuskiej, wynika, że 79,5% badanych wymawia zgłoszony znak towarowy albo jako „kantóm”, albo jako „kantoux”.

82 W tym zakresie nie można uwzględnić zarzutu interwenienta, zgodnie z którym to badanie nie jest reprezentatywne w szczególności z uwagi na brak jakiegokolwiek wskazania poziomu wykształcenia badanych, które to byłoby istotne dla ustalenia, jaki procent konsumentów wymawiałby element słowny zgłoszonego znaku towarowego z uwzględnieniem łacińskiej etymologii tego słowa, a w konsekwencji w sposób odmienny od słowa „quantième”. W istocie po pierwsze, interwenient niczym nie poparł swego twierdzenia dotyczącego braku istotności wyników badania opinii publicznej, mimo że wydaje się, iż to badanie zostało przeprowadzone zgodnie z metodologią i w obiektywnych warunkach. Interwenient nie przedstawia także przyczyn, dla których Izba Odwoławcza miałaby popełnić błąd poprzez odniesienie się w zaskarżonej decyzji do wyników tego badania. Po drugie, ponieważ próba ludności francuskiej jest z definicji „reprezentatywna” dla tej ludności, badanie to z pewnością uwzględniało poziom wykształcenia tej ludności i pośrednio odzwier-

ciędiało go zestawienie dotyczące struktury próby. Niezależnie od tego interwenient nie uwzględnił faktu, że właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych francuskich konsumentów, co do których nie można zakładać, że posiadają oni znajomość łaciny i wymowy — zresztą niejednolitej — słów łacińskich.

83 Wynika z tego, że co do zasady właściwy krąg odbiorców będzie wymawiał zgłoszony znak towarowy jako „kantóm”, tudzież „kantoum”, podczas gdy wcześniejszy znak towarowy będzie zasadniczo wymawiany jako „kantjem”, bez podziału tej wymowy na trzy sylaby, jak to również wskazują wyniki wspomnianego badania opinii publicznej.

84 Tak więc mimo obecności głoski „o”, tudzież „ou”, w zgłoszonym znaku towarowym i obecności głoski „je” we wcześniejszym znaku towarowym, sporne znaki towarowe zawierają wspólnie, poza sylabą „kant”, końcową głoskę, na którą składa się litera „m”.

85 Należy zatem stwierdzić, że pomiędzy spornymi oznaczeniami występuje podobieństwo fonetyczne.

86 W zakresie koncepcyjnego porównania spornych oznaczeń należy przypomnieć, że w pkt 35–38 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza zawarła następujące doprecyzowanie:

„35. Znaki towarowe posiadają pod względem koncepcyjnym odmienne znaczenie. Znaczenie słowa »quantum« różni się w zależności od dziedziny. W filozofii oznacza ono skończoną i określoną ilość, a w naukach fizycznych odnosi się do wartości dyskretnej, której — lub wielokrotności której — odpowiada przejaw energii. [Kwant działania (...) Kwant energii elektromagnetycznej jest

proporcjonalny do częstotliwości promieniowania (odpowiada tej częstotliwości pomnożonej przez stałą Plancka — która sama jest czasami określana jako kwant — zob. »Robert électronique«]. Według tego słownika słowo [»quantum«] występuje również w słownictwie informatycznym jako »Kwant czasu: maksymalna ilość czasu programu w systemach 'dzielonego czasu' pracy komputera«. Ponadto ze słownika »Le Robert & Collins du management commercial financier économique juridique« (1992) jasno wynika, że słowo to jest używane w dziedzinach prawnych lub administracyjnych w znaczeniu wysokości szkody (wysokość szkody i odsetek). Ponieważ dziedziny, w których używane jest to słowo, są specyficzne, przeciętny konsument nie będzie znał dokładnie któregośkolwiek z wyżej wspomnianych znaczeń, chociaż mógłby, gdyby studiował nauki fizyczne — nawet w podstawowym zakresie — zrozumieć, że chodzi tutaj o pojęcie naukowe.

36. Jeśli chodzi o słowo »quantième«, »Robert électronique« definiuje je, po pierwsze, jako przymiotnik albo zaimek pytający oznaczający »jaki rząd lub jaki porządek numeryczny« [na przykład »Je ne sais à la quantième visite ce fut (Furetière 'Roman bourgeois', II). Le quantième êtes-vous? Le sixième« (Nie wiem przy okazji której wizyta to było. Który pan jest? Szósty] i, po drugie, jako rzeczownik oznaczający kolejny dzień miesiąca oznaczony cyfrą od 1 do 31 [pierwszy, drugi (...), do trzydziestego lub trzydziestego pierwszego; Którego dzisiaj mamy? — data, dzień (miesiąca); jak również (...) Ten zegarek wskazuje dni miesiąca]. Z wyjaśnień towarzyszących temu słowu, co potwierdza przedstawiony przez wnoszącą sprzeciw pogląd prof. Jeana-Pierre'a Lassalle'a, jasno wynika, że sam przymiotnik jest przestarzały. Rzeczownik w drugim znaczeniu nie jest przestarzały i oznacza również wskazanie dnia miesiąca na zegarku. Niezależnie od tej okoliczności, ponieważ słowo to nie jest używane na co dzień, przeciętny konsument nie zrozumie go natychmiast. Niemniej gdyby przeciętny konsument korzystał z porad sprzedawcy zegarków, który z kolei może znać dokładne znaczenie tego słowa jako wskazania miesiąca umieszczone na zegarkach i zegarach, to nie jest wykluczone, że konsument zostanie poinformowany o dokładnym znaczeniu tego słowa.
37. Chociaż z przedstawionego przez wnoszącą sprzeciw badania opinii publicznej wynika, że część przeciętnych konsumentów mogłaby stwierdzić, że zgłoszony znak towarowy odnosi się do pojęcia ilości, to wciąż konsumenci ci są mniej

liczni niż ci, którzy postrzegaliby wcześniejszy znak towarowy jako odnoszący się do tego pojęcia. Nawet jeśli liczni konsumenci mogliby uważać, że znają znaczenie słowa »quantième«, to jeszcze większa ich liczba przypisałaby znaczenie słowu »quantum«. Te proporcje są bardziej istotne w pierwszym przypadku, ponieważ temat »quanti-« nasuwa skojarzenia z pojęciem ilości. Nie jest to [natomiast] oczywiste w przypadku przedrostka »quant-« [zawartego] w zgłoszonym znaku towarowym, który nasuwa skojarzenia z przyimkiem »quant«.

38. Z punktu widzenia konsumentów, którzy rozumieją dokładne znaczenie jednego lub obu tych wyrazów — ściśle lub w przybliżeniu — znaki towarowe będą różnić się pod względem koncepcyjnym. Z punktu widzenia konsumentów, którzy nie rozumieją ich znaczenia, czynnik koncepcyjny posiada minimalne znaczenie przy dokonywaniu porównania [spornych oznaczeń]”.

87 Należy zauważyć przede wszystkim, że Izba Odwoławcza nie stwierdziła wyraźnie, iż w odczuciu właściwego kręgu odbiorców pomiędzy oznaczeniami występuje różnica koncepcyjna.

88 Następnie należy wskazać, że po pierwsze, jak to również stwierdziła Izba Odwoławcza, znaczenie słownych elementów spornych oznaczeń nie zostanie natychmiast zrozumiane przez przeciętnego francuskiego konsumenta, w szczególności z uwagi na to, że słowa te są wykorzystywane w dziedzinach technicznych i specjalistycznych. Oczywiście nie można wykluczyć, jak to wskazuje Izba Odwoławcza, że przeciętny konsument postrzega słowo „quantum” jako termin naukowy. Jednakże nie oznacza to, że przypisze mu on szczególne znaczenie.

89 Niemniej, jak to słusznie wskazał na rozprawie interwenient, należy również w takim przypadku przypisać pewną wagę obiektywnym warunkom, w jakich znaki towarowe występują na rynku [zob. ww. w pkt 74 wyrok w sprawie BUDMEN, pkt 57, oraz

wyrok Sądu z dnia 6 października 2004 r. w sprawach połączonych od T-117/03 do T-119/03 i T-171/03 New Look przeciwko OHIM — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE i NLCollection), Zb.Orz. str. II-3471, pkt 49], a w szczególności warunkom sprzedaży zegarków i zegarów. W istocie towary te są z zasady sprzedawane za pośrednictwem sprzedawcy, który w szczególności będzie służyć nabywcy pewnymi radami i który prawdopodobnie przedstawi mu detale techniczne i wzór danego towaru. W tych okolicznościach możliwe jest, że przeciętny konsument zostanie poinformowany o znaczeniu elementu słownego „quantième” zawartego we wcześniejszym znaku towarowym, który jest w szczególności stosowany w przemyśle zegarmistrzowskim i handlu artykułami zegarmistrzowskimi.

- 90 Stanowi to również przyczynę, dla której na płaszczyźnie koncepcyjnej wynikiem przedstawionego przez skarżącą badania opinii publicznej nie można przypisać utrzymywanego przez nią znaczenia. W istocie o ile prawdą jest, że z badanych, którzy przypisali znaczenie obu słowom, ponad 69% odpowiedzi dla słowa „quantième” i ponad 45% odpowiedzi dla słowa „quantum” odnosiło się do pojęcia ilości, o tyle badanie to, przeprowadzone w gospodarstwach domowych każdego z badanych, nie uwzględnia obiektywnych warunków, w jakich sporne znaki towarowe występują lub mogłyby występować na rynku.
- 91 Wynika z tego, że chociaż co do zasady zainteresowany krąg odbiorców nie przypisuje bezpośrednio dokładnego znaczenia słownym elementom spornych znaków towarowych, to mógłby on nadać znaczenie elementowi słownemu wcześniejszego znaku towarowego, jeśli wziąć pod uwagę obiektywne warunki, w jakich sprzedawane są towary chronione spornymi znakami towarowymi. W konsekwencji pomiędzy spornymi oznaczeniami istnieje pewna różnica koncepcyjna.
- 92 Z ogółu powyższych rozważań wynika, że sporne oznaczenia są podobne od względem wizualnym i fonetycznym oraz wykazują różnice pod względem koncepcyjnym.

— W przedmiocie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd

93 Należy przypomnieć, że w niniejszej sprawie, bazując na rozważaniach przedstawionych w pkt 39 i 40 zaskarżonej decyzji, Izba Odwoławcza stwierdziła, iż w odniesieniu do spornych znaków towarowych nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

94 Przeprowadziła ona zatem następującą analizę:

„39. [...] [N]awet jeśli towary oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym są, z uwagi na ich charakter i przeznaczenie, identyczne z towarami oznaczonymi wcześniejszym znakiem towarowym lub do nich podobne i nawet jeśli akcesoria oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym są, z uwagi na ich charakter i przeznaczenie, komplementarne względem towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, to z okoliczności niniejszej sprawy wynika, że ponieważ zegarki opatrzone wcześniejszym znakiem towarowym są sprzedawane wyłącznie w centrach handlowych E. Leclerc, a zegarki opatrzone innymi znakami towarowymi nie są sprzedawane w tych centrach, towary opatrzone [spornymi] znakami towarowymi nie będą sprzedawane obok siebie lub w tych samych sklepach.

40. Biorąc pod uwagę okoliczności, w których towary oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym były sprzedawane, oraz fakt, że zegarki i bransoletki do zegarków opatrzone tym znakiem są sprzedawane wyłącznie konsumentom końcowym w sklepach E. Leclerc, Izba Odwoławcza nie uważa, by wizualne i fonetyczne podobieństwa spornych znaków, jak również wspólne im możliwe odniesienie koncepcyjne do pojęcia ilości, skłoniły przeciętnego konsumenta w przypadku zobaczenia zgłoszonego znaku towarowego na „zegarkach, zegarach, bransoletkach/łańcuszkach do zegarków, skrzynkach do zegarków lub zegarów” w innych sklepach niż centra handlowe E. Leclerc do uznania, że towary oznaczone spornymi znakami towarowymi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub z przedsiębiorstw ze sobą powiązanych”.



- 95 Argumentacji tej nie można podzielić.
- 96 Należy przypomnieć, że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd zakłada pewną współzależność branych pod uwagę czynników, a w szczególności podobieństwa znaków towarowych oraz podobieństwa oznaczonych towarów lub usług. W ten sposób niewielki stopień podobieństwa towarów lub usług może być kompensowany dużym stopniem podobieństwa oznaczeń (zob. podobnie wyrok Trybunału z dnia 29 września 1998 r. w sprawie C-39/97 Canon, Rec. str. I-5507, pkt 17, oraz w zakresie stosowania rozporządzenia nr 40/94 ww. w pkt 59 wyrok w sprawie GIORGIO BEVERLY HILLS, pkt 32).
- 97 W niniejszej sprawie bezsporne jest, że towary oznaczone spornymi znakami towarowymi są po części identyczne i po części podobne. Wynika z tego, że aby wykluczyć prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, ta identyczność i to podobieństwo muszą być kompensowane wysokim stopniem odmienności oznaczeń. Jak zostało przypomniane powyżej, sporne oznaczenia są podobne od względem wizualnym i fonetycznym, ale wykazują pewną różnicę koncepcyjną.
- 98 Oczywiście zgodnie z orzecznictwem różnica koncepcyjna pomiędzy oznaczeniami może z natury w dużym stopniu znosić wizualne i fonetyczne podobieństwa oznaczeń (ww. w pkt 60 wyrok w sprawie BASS, pkt 54). Jednakże w myśl tego orzecznictwa takie zniesienie wymaga, aby przynajmniej jeden z rozpatrywanych znaków towarowych posiadał, z perspektywy właściwego kręgu odbiorców, na tyle jasne i określone znaczenie, aby odbiorcy ci mogli je natychmiast uchwycić.
- 99 Natomiast w niniejszej sprawie, jak to zostało wskazane powyżej, wykluczone jest, by właściwy krąg odbiorców natychmiast uchwycił określone znaczenie zarówno elementu słownego „quantième” we wcześniejszym znaku towarowym, jak i elementu słownego „quantum” w zgłoszonym znaku towarowym.

- 100 W tych okolicznościach koncepcyjna różnica pomiędzy spornymi oznaczeniami nie może kompensować w znacznym stopniu wskazanych wizualnych i fonetycznych podobieństw tych oznaczeń.
- 101 Izba Odwoławcza stwierdziła jednak, że szczególne formy sprzedaży towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym pozwalają na wykluczenie wszelkiego prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do spornych znaków.
- 102 W tym zakresie w ramach badania prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd uwzględnienie tego kryterium należy z zasady wykluczyć, jak to zresztą utrzymywali skarżąca i OHIM.
- 103 Zgodnie z orzecznictwem w ramach całościowej oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd waga, jaką należy przypisać wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym aspektom spornych oznaczeń, może się różnić w zależności od obiektywnych warunków, w jakich znaki towarowe mogą występować na rynku (zob. ww. w pkt 74 wyrok w sprawie BUDMEN, pkt 57, oraz ww. w pkt 89 wyrok w sprawie NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE i NLCollection, pkt 49). Warto w tym względzie wskazać, że jako punkt odniesienia należy brać pod uwagę „normalne” formy sprzedaży towarów oznaczonych spornymi znakami towarowymi, czyli takie, których można zwykle oczekiwać w przypadku kategorii towarów oznaczonych danymi znakami towarowymi. W niniejszej sprawie dla zegarków i bransoletek do zegarków chodzi o warunki, które co do zasady zakładają dokonywanie ich zakupu za pośrednictwem sprzedawcy, bez możliwości uzyskania przez konsumenta bezpośredniego dostępu do nich w ramach samoobsługi.
- 104 Uwzględnienie obiektywnych warunków sprzedaży towarów oznaczonych spornymi znakami towarowymi jest w pełni uzasadnione. W istocie należy przypomnieć, że badanie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, do którego przeprowadzenia zobowiązane są instancje OHIM, jest badaniem prospektywnym. Ponieważ szczególne formy sprzedaży towarów oznaczonych znakami towarowymi mogą

różnić się w czasie i w zależności od woli właściciela tych znaków towarowych, prospektywna analiza prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do dwóch znaków towarowych, której cel leży w interesie publicznym, tj. zapewnienie, że właściwy krąg odbiorców nie będzie zagrożony wprowadzeniem w błąd co do handlowego pochodzenia danych towarów, nie może zależeć od z natury subiektywnych zamierzeń handlowych — zrealizowanych czy też nie — właścicieli znaków towarowych.

105 Natomiast należy podkreślić, że instancje OHIM są uprawnione do uwzględnienia obiektywnych form sprzedaży towarów, w szczególności w ramach określenia odpowiedniej wagi, jaką należy przypisać wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym aspektom spornych znaków towarowych. Tak więc jeśli towar oznaczony danym znakiem towarowym jest sprzedawany wyłącznie ustnie, to w odczuciu właściwego kręgu odbiorców fonetyczny aspekt danego oznaczenia będzie posiadał bezwzględnie większe znaczenie niż aspekt wizualny (zob. podobnie ww. w pkt 89 wyrok w sprawie NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, pkt 49).

106 W tym zakresie Sąd nie może zgodzić się z tezą interwenienta, zgodnie z którą w niniejszej sprawie Izba Odwoławcza faktycznie wzięła pod uwagę obiektywne warunki sprzedaży towarów skarżącej, ponieważ towary te są oznaczone kategorią znaków towarowych *sui generis*, a mianowicie markami własnymi lub markami detalisty. W istocie taki argument nie uwzględnia, po pierwsze, faktu, że towary opatrzone wcześniejszym znakiem towarowym nie występują w centrach handlowych E. Leclerc, ale w wyspecjalizowanych punktach sprzedaży, które mogą być usytuowane w towarzyszącej im galerii handlowej, i po drugie, okoliczności, że marki detalisty występują na rynku, włączając w to centra handlowe, jednocześnie z innymi znakami towarowymi innych właścicieli, którymi oznaczone są identyczne lub podobne towary.

107 Wynika z tego, że uwzględniając przy ocenie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do spornych znaków towarowych szczególne formy sprzedaży towarów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, które są bezwzględnie ograniczone w czasie i zależne jedynie od handlowej strategii właściciela tego znaku towarowego, Izba Odwoławcza naruszyła prawo.

- 108 Ze względu na wszystkie wymienione powyżej przyczyny Izba Odwoławcza niesłusznie wykluczyła w odniesieniu do spornych znaków towarowych istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd przeciętnego francuskiego konsumenta.
- 109 Ocena ta nie może zostać podważona przez argument OHIM i interwenienta, zgodnie z którym z uwagi na jego mało odróżniający charakter wcześniejszy znak towarowy może zostać objęty jedynie ograniczoną ochroną.
- 110 W istocie o ile prawdą jest, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest tym większe, im bardziej odróżniający jest charakter wcześniejszego znaku towarowego (wyrok Trybunału z dnia 11 listopada 1997 r. w sprawie C-251/95 SABEL, Rec. str. I-6191, pkt 24), o tyle w niniejszej sprawie identyczność i podobieństwo towarów oznaczonych spornymi znakami w połączeniu z wizualnym i fonetycznym podobieństwem składających się na nie oznaczeń, które nie może być kompensowane w dużym zakresie przez występującą pomiędzy tymi oznaczeniami różnicę koncepcyjną, wystarczą, aby zaistniało prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd przeciętnego francuskiego konsumenta w rozumieniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94. Ponieważ prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd stanowi szczególną przesłankę ochrony wcześniejszego znaku towarowego, ochrona ta znajduje zastosowanie niezależnie od zagadnienia, czy wcześniejszy znak towarowy posiada jedynie mało odróżniający charakter.
- 111 Wreszcie w odniesieniu do utrzymywanego braku prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd części właściwego kręgu odbiorców składającego się z osób zawodowo trudniących się tą dziedziną należy wskazać, że używanie akcesoriów wymienionych w klasie 14 wśród towarów, dla których wniesiono o rejestrację znaku towarowego, nie jest ściśle zastrzeżone dla specjalistów i nie mogą być one rozpatrywane w oderwaniu od innych towarów, dla których dokonano zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego. W konsekwencji stwierdzenie istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd przeciętnego francuskiego konsumenta wystarczy, aby uznać, że w odniesieniu do spornych znaków towarowych istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd właściwego kręgu odbiorców.

- 112 Należy zatem przychylić się do drugiego zarzutu, opartego na naruszeniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 i, bez potrzeby badania pierwszego zarzutu podniesionego przez skarżącą, uwzględnić jej żądanie stwierdzenia nieważności.
- 113 Wynika z tego, że nie ma potrzeby wypowiedzania się w przedmiocie drugiego żądania skarżącej, mającego na celu dokonanie odmowy rejestracji zgłoszonego wspólnotowego znaku towarowego, ponieważ w każdym razie OHIM zobowiązany jest na mocy art. 63 ust. 6 rozporządzenia nr 40/94 do podjęcia środków w celu zastosowania się do orzeczenia sądu wspólnotowego.

### **W przedmiocie kosztów**

- 114 Zgodnie z art. 87 § 2 regulaminu Sądu kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. W niniejszej sprawie skarżąca wniosła o obciążenie OHIM kosztami postępowania w niniejszej instancji. Ponieważ OHIM przegrał sprawę, należy — zgodnie z żądaniem skarżącej — obciążyć go poniesionymi przez nią kosztami w postępowaniu przed Sądem.
- 115 Ponadto skarżąca wniosła o obciążenie interwenienta kosztami poniesionymi przez nią w związku z postępowaniem administracyjnym przed OHIM. W tym zakresie należy przypomnieć, że zgodnie z art. 136 § 2 regulaminu niezbędne koszty poniesione przez strony w związku z postępowaniem przed izbą odwoławczą uznaje się za koszty podlegające zwrotowi. Nie ma to jednak zastosowania do kosztów poniesionych w związku z postępowaniem przed Wydziałem Sprzeciwów. W konsekwencji żądanie skarżącej zmierzające do obciążenia interwenienta, z uwagi na to, że przegrał on sprawę, kosztami postępowania administracyjnego przed OHIM może zostać uwzględnione jedynie w odniesieniu do niezbędnych kosztów poniesionych przez skarżącą w związku z postępowaniem przed Izbą Odwoławczą.

Z powyższych względów

SĄD (czwarta izba)

orzeka, co następuje:

- 1) **Stwierdza się nieważność decyzji Trzeciej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) z dnia 30 stycznia 2003 r. (sprawa R 109/2002-3).**
- 2) **Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) ponosi własne koszty oraz zostaje obciążony kosztami poniesionymi przez skarżącą w związku z postępowaniem przed Sądem.**
- 3) **Interwenient ponosi własne koszty oraz zostaje obciążony kosztami poniesionymi przez skarżącą w związku z postępowaniem przed Izbą Odwoławczą.**

Legal

Mengozi

Wiszniewska-Białecka

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 12 stycznia 2006 r.

Sekretarz

Prezes

E. Coulon

H. Legal