

Zadeva T-390/03

CM Capital Markets Holding, SA proti Urdu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT)

„Znamka Skupnosti – Postopek z ugovorom – Prejšnja figurativna znamka, ki vsebuje izraz ‚capital markets CM‘ – Prijava figurativne znamke Skupnosti, ki vsebuje element ‚CM‘ – Relativni razlog za zavrnitev – Verjetnost zmede – Člen 8(1)(b) Uredbe (ES) št. 40/94“

Sodba Sodišča prve stopnje (tretji senat) z dne 11. maja 2005 II - 1701

Povzetek sodbe

Znamka Skupnosti – Opredelitev in pridobitev znamke Skupnosti – Relativni razlogi za zavrnitev – Ugovor imetnika starejše enake ali podobne znamke, registrirane za enake ali podobne proizvode ali storitve – Verjetnost zmede s prejšnjo znamko – Figurativni znamki CM in CAPITAL MARKETS CM

(Uredba Sveta št 40/94, člen 8(1)(b))

Za upoštevno javnost, ki jo sestavljajo zelo pozorni in preudarni španski potrošniki, ne obstaja verjetnost zmede med figurativnim znakom v obliki kvadrata rdeče barve, prečrtanega z rumeno črto, v katerem sta črki „C“ in „M“ bele barve, katerega registracija kot znamka Skupnosti se zahteva za blago in storitve iz razredov od 1 do 42 Nicejskega aranžmaja, in figurativno znamko, sestavljeno iz dveh elementov, in sicer iz izraza „capital markets“, izpisanega v črni ležeči pisavi, in iz črk „C“ in „M“, eno nad drugo, ki je bila prej registrirana v Španiji za storitve „[o]glasna dejavnost, vodenje komercialnih poslov, poslovna administracija, pisarniški posli“, „[z]avarovalništvo, finančni posli, denarni posli, posli v zvezi s posredovanjem nepremičnin“, „[t]elekomunikacije“

in „[n]udjenje pravne pomoči, industrijske analize in raziskave“ iz razredov 35, 36, 38 in 42, če sicer obstaja enakost med storitvami, ki jih pokrivajo zadevne znamke, vendar če ti znamki nista niti vidno niti pojmovno podobni, ker te razlike lahko nevtralizirajo glasovno podobnost med njima, in če prejšnja znamka nima večjega razlikovalnega značaja. Ta sklep še okrepi dejstvo, da je upoštevna javnost visoko specializirana na področju zadevnih storitev in je zato lahko pozornejša pri izbiri teh storitev.

(Glej točke od 64 do 67 in 69.)