WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (trzecia izba)

z dnia 8 grudnia 2005 r.*

W sprawie T-29/04

Castellblanch, SA, z siedzibą w Sant Sadurni d'Anoia (Hiszpania), reprezentowana przez adwokatów F. de Visschera, E. Cornu'a, É. De Gryse'a oraz D. Moreau,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowanemu przez I. de Medrana Caballera, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

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

Champagne Louis Roederer SA, z siedzibą w Reims (Francja), reprezentowana przez adwokata P. Cousina,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Drugiej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 17 listopada 2003 r. (sprawa R 37/2000-2), dotyczącą postępowania w sprawie sprzeciwu między Castellblanch, SA a Champagne Louis Roederer S.A.,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (trzecia izba),

w składzie: M. Jaeger, prezes, V. Tiili i O. Czúcz, sędziowie,

sekretarz: K. Andova, administrator,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 26 stycznia 2004 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedziami na skargę złożonymi przez OHIM w sekretariacie Sądu w dniach 4 czerwca i 28 września 2004 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną przez interwenienta w sekretariacie Sądu w dniu 1 czerwca 2004 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 4 lipca 2005 r.,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 1 kwietnia 1996 r. Castellblanch, SA wniosła do Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) o rejestrację wspólnotowego znaku towarowego 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.

2 Zgłoszonym znakiem towarowym jest następujące oznaczenie graficzne (zwane dalej „znakiem towarowym CRISTAL CASTELLBLANCH "):



3 Towary, dla których wnosi się o rejestrację znaku, zaliczane są do klasy 33 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., w zrewidowanym i zmienionym brzmieniu, i odpowiadają następującemu opisowi: „Wina i wina musujące".

4 Zgłoszenie opublikowane zostało w *Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych* nr 29/1997 z dnia 24 listopada 1997 r.

5 W dniu 23 lutego 1998 r. Champagne Louis Roederer SA wniosła na podstawie art. 42 rozporządzenia nr 40/94 sprzeciw wobec rejestracji tego znaku wspólnotowego. Sprzeciw uzasadniony był następującymi przypadkami wcześniejszej rejestracji oznaczenia słownego CRISTAL:

— rejestracja francuska nr 1 114 613 z dnia 27 listopada 1979 r., odnowiona w dniu 13 listopada 1989 r. (nr 1 559 904) oraz w dniu 20 grudnia 1991 r. (nr 1 713 576) dla oznaczania „win pochodzenia francuskiego, mianowicie szampana, win musujących oraz napojów alkoholowych (z wyjątkiem piwa)" zaliczanych do klasy 33;

— międzynarodowa rejestracja nr 451 185, o którą wniesiono w dniu 29 stycznia 1980 r. wywołująca skutki na terenie Austrii, w krajach Beneluksu, we Włoszech i w Portugalii dla oznaczania „win pochodzenia francuskiego, mianowicie szampana i win musujących" zaliczanych do klasy 33;

— rejestracja niemiecka DD 647 501 z dnia 18 kwietnia 1991 r. dla oznaczania „napojów alkoholowych (z wyjątkiem piwa)" zaliczanych do klasy 33;

— rejestracja brytyjska nr 1 368 211, o którą wniesiono w dniu 22 grudnia 1988 r. dla oznaczania „win typu szampan" zaliczanych do klasy 33;

— rejestracja irlandzka nr 150 404 z dnia 30 października 1992 r. dla oznaczania „napojów alkoholowych (z wyjątkiem piwa)" zaliczanych do klasy 33;

— rejestracja duńska VR 06.021 1995 z dnia 15 września 1995 r. dla oznaczania „szampana, win musujących, wina i koniaku" zaliczanych do klasy 33.

6 W uzasadnieniu sprzeciwu wskazywano także na znaki towarowe powszechnie znane w Belgii, Francji, Wielkiej Brytanii i Niemczech dla oznaczania „win typu szampan".

7 Sprzeciw dotyczył wszystkich towarów objętych wcześniejszą rejestracją oznaczenia CRISTAL i odnosił się do wszystkich towarów objętych zgłoszeniem. W uzasadnieniu sprzeciwu powołano się na przyczyny wymienione w art. 8 ust. 1 lit. a) i b) rozporządzenia nr 40/94.

8 W decyzji z dnia 26 października 1999 r. Wydział Sprzeciwów uwzględnił wniesiony sprzeciw. W uzasadnieniu decyzji powołano się wyłącznie na istnienie wcześniejszego francuskiego znaku towarowego (zwanego dalej „wcześniejszym znakiem towarowym"). Wydział Sprzeciwów stwierdził po pierwsze, że interwenient przedstawił dostateczne dowody na to, że wcześniejszy znak towarowy jest rzeczywiście używany. Po drugie zaś doszedł on do przekonania, że - mając na względzie identyczność towarów i podobieństwo konkurujących ze sobą oznaczeń, jak również wysoce odróżniający charakter wcześniejszego znaku towarowego na rynku francuskim - wystąpiło ryzyko wprowadzenia w błąd właściwego kręgu odbiorców, czyli konsumentów francuskich.

9 W dniu 22 grudnia 1999 r. skarżąca odwołała się od decyzji Wydziału Sprzeciwów do OHIM na podstawie art. 57–62 rozporządzenia nr 40/94.

10 W toku postępowania przed Izbą Odwoławczą skarżąca ograniczyła swoje zgłoszenie do następujących produktów zaliczanych do klasy 33: „hiszpańskie wina musujące typu cava".

11 Mocą decyzji z dnia 17 listopada 2003 r. (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją") Izba Odwoławcza oddaliła odwołanie. Uznała ona, że wcześniejszy znak towarowy jest rzeczywiście używany oraz że zarówno towary, jak i konkurujące ze sobą oznaczenia, są do siebie podobne i w związku z tym występuje prawdopodobieństwo wprowadzenia konsumentów francuskich w błąd, obejmujące prawdopodobieństwo skojarzenia tych dwóch oznaczeń.

Żądania stron

12 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

— obciążenie OHIM kosztami postępowania.

13 OHIM wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

14 Interwenient wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

W przedmiocie dopuszczalności dowodu z dokumentów, na które powołano się po raz pierwszy przed Sądem

15 Skarżąca twierdzi, że nie można dopuścić dowodu z załączników 23–30 do złożonej przez interwenienta odpowiedzi na skargę z uwagi na to, że powołano się na nie po raz pierwszy przez Sądem.

16 Należy zauważyć, że załączniki nr 23 i 24 są kopiami krajowych orzeczeń. Mimo że powołano się na nie po raz pierwszy przed Sądem, nie stanowią one dowodów sensu stricto, lecz orzecznictwo krajowe, na które strona ma prawo powoływać się również po zakończeniu postępowania przed OHIM.

17 Załącznik nr 25 jest kopią fragmentu słownika francusko-hiszpańskiego. Nie zostało wykazane, by dokument ten przedstawiony został w postępowaniu przed OHIM. Niemniej jednak stanowi on dowód na uwzględnioną w zaskarżonej decyzji okoliczność, że hiszpański wyraz „cava" jest odpowiednikiem francuskiego wyrazu „champagne". A zatem fakt powołania się przez interwenienta na ten słownik jest dla przebiegu sprawy obojętny, skoro okoliczność, na którą dowód ten został powołany, stwierdzona została w opisie stanu faktycznego w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą.

18 Jeśli chodzi o załączniki nr 26–29, są to kopie korespondencji wymienionej między sekretariatem Sądu a przedstawicielem interwenienta dotyczące niniejszego postępowania i w związku z tym skarżąca nie może twierdzić, iż dowody takie są niedopuszczalne.

19 Załącznik 30 stanowią fotografie skrzynki, w której są wprowadzane do obrotu butelki oznaczone znakiem towarowym CRISTAL. Z akt administracyjnych dotyczących postępowania przed OHIM wynika, że wśród przedstawionych temu urzędowi dokumentów znalazły się fotografie tej skrzynki. Dlatego też Sąd może uwzględnić ten załącznik w materiale dowodowym.

20 W związku z powyższym zarzut niedopuszczalności dowodu z załączników nr 23–30 do odpowiedzi interwenienta na skargę należy oddalić.

Co do istoty sprawy

21 W uzasadnieniu swojej skargi skarżąca przedstawia dwa zarzuty. Pierwszy z nich dotyczy naruszenia art. 15 ust. 2 lit. a) oraz art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, a także zasady nr 22 pkt 2) rozporządzenia Komisji (WE) nr 2868/95 z dnia 13 grudnia 1995 r. wykonującego rozporządzenie nr 40/94 (Dz.U. L 303, str. 1, zwanego dalej „rozporządzeniem wykonawczym"). Drugi zarzut dotyczy naruszenia art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

W przedmiocie zarzutu pierwszego dotyczącego naruszenia art. 15 ust. 2 lit. a) oraz art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, a także zasady nr 22 pkt 2) rozporządzenia wykonawczego

Uwagi wstępne

22 W ramach uzasadnienia zarzutu pierwszego interwenient przedstawił „uwagę wstępną" dotyczącą zastosowania art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94 oraz zasady 22 pkt 1) rozporządzenia wykonawczego, co OHIM zinterpretował jako zarzut naruszenia tych przepisów, który nie został podniesiony w skardze zgodnie z art. 134 § 3 regulaminu Sądu, a który byłby uznany za niedopuszczalny z uwagi na to, że nie został przedstawiony w postępowaniu przed OHIM.

23 Interwenient twierdzi, że skarżąca nigdy nie żądała od niego przedstawienia dowodów używania wcześniejszego znaku towarowego zgodnie z art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94. Przedstawienia takich dowodów w zakreślonym przez siebie terminie nie zażądał również OHIM na podstawie zasady 22 pkt 1) rozporządzenia wykonawczego. Dlatego też interwenient, powołując się na rozstrzygnięcie zawarte w wyroku Sądu z dnia 17 marca 2004 r. w sprawie T-183/02 i T-184/02 El Corte Inglés przeciwko OHIM — González Cabello et Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR), dotychczas nieopublikowanym w Zbiorze, twierdzi że wbrew temu, co uczyniła Izba Odwoławcza, nie ma konieczności badania, czy przedstawione przez interwenienta dowody z dokumentów na okoliczność powszechnej znajomości używania znaku towarowego, do którego przysługują mu prawa, w dostateczny sposób wykazują rzeczywiste używanie tego znaku. W związku z powyższym pierwszy z zarzutów podniesionych przez skarżącą należy oddalić.

24 Wystarczy stwierdzić, że wobec faktu, iż interwenient nie kwestionuje zakresu stosowania zaskarżonej decyzji, w której uwzględniono sprzeciw, oraz nie żąda on ani stwierdzenia jej nieważności ani jej zmiany [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 11 maja 2005 r. w sprawie od T-160/02 do T-162/02 Naipes Heraclio Fournier przeciwko OHIM — France Cartes (Miecz związany z grą w karty, rycerz buław i król mieczy), Zb.Orz. str. II-1643, pkt 17–20], przedstawiona przezeń uwaga wstępna nie stanowi uzasadnienia jego żądań.

25 Z tego względu uwaga ta nie będzie przedmiotem rozważań Sądu.

Co do rzekomej zmiany charakteru odróżniającego wcześniejszego znaku towarowego

26 Skarżąca twierdzi, że interwenient nie wykazał, by wcześniejszy znak towarowy był w rzeczywistym użyciu, i w związku z tym zaskarżona decyzja narusza art. 15 ust. 2 lit. a) oraz art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, a także zasadę 22 ust. 2 rozporządzenia wykonawczego. Podnosi ona, że w przypadku znaków towarowych

złożonych z wielu elementów - spośród których tylko jeden lub tylko niektóre mają odróżniający charakter, pozwalając na rejestrację znaku towarowego jako całości - zmiana takich elementów, ich pominięcie lub zastąpienie innymi elementami wywołają co do zasady zmianę charakteru odróżniającego tego znaku towarowego. Skarżąca wskazuje w tym względzie na praktykę decyzyjną OHIM.

27 OHIM i interwenient zaprzeczają twierdzeniom skarżącej utrzymując, że używanie znaku towarowego CRISTAL zostało wykazane.

28 Sąd przypomina, że w treści motywu dziewiątego rozporządzenia nr 40/94 Rada uznała, że ochrona wcześniejszych znaków towarowych da się uzasadnić tylko wówczas, gdy są one rzeczywiście używane. Zgodnie z tym motywem art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94 stanowi, że zgłaszający wspólnotowy znak towarowy może żądać przedstawienia dowodu na rzeczywiste używanie wcześniejszego znaku towarowego na terytorium, na którym jest on chroniony w okresie pięciu lat poprzedzających publikację zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego, którego dotyczy postępowanie w sprawie sprzeciwu [wyroki Sądu: z dnia 12 grudnia 2002 r. w sprawie T-39/01 Kabushiki Kaisha Fernandes przeciwko OHIM — Harrison (HIWATT), Rec. str. II-5233, pkt 34 oraz z dnia 6 października 2004 r. w sprawie T-356/02 Vitakraft-Werke Wührmann przeciwko OHIM — Krafft (VITAKRAFT), Zb.Orz. str. II-3445, pkt 25).

29 Zgodnie z zasadą 22 ust. 2 rozporządzenia wykonawczego, dowód używania wcześniejszego znaku towarowego powinien zawierać wskazanie miejsca, czasu, zakresu oraz charakteru używania tego znaku.

30 Należy dodać, że zgodnie z art. 15 ust. 2 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 w zw. z art. 43 ust. 2 i 3 tego rozporządzenia, przy wykazywaniu rzeczywistego używania wcześniejszego znaku towarowego (krajowego lub wspólnotowego), na który powołano się w sprzeciwie wobec zgłoszonego wspólnotowego znaku towarowego, należy przedstawić dowód używania tego znaku również w postaci, która różni się pod względem poszczególnych elementów niewpływających na odróżniający charakter tego znaku w postaci, w której 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].

31 W niniejszej sprawie skarżąca twierdzi, że z przedstawionych przez interwenienta dowodów na okoliczność używania wcześniejszego znaku towarowego i posiadanej przezeń renomy wynika, iż znak ten był przez niego używany w innej postaci niż zarejestrowana. Znak ten używany był bowiem na butelkach, na których etykietach — zarówno głównej, jak i tej umieszczonej na szyjce — oprócz słowa „cristal" występowała często nazwa „Louis Roederer", symbol składający się z liter „l" i „r" oraz dodatkowe elementy graficzne. Zdaniem skarżącej, połączenie słowa „cristal" z nazwą „Louis Roederer", literami „lr" oraz dodatkowymi elementami graficznymi wpływa znacząco na tożsamość wcześniejszego znaku towarowego, w szczególności z uwagi na charakter wysoce odróżniający słów „Louis Roederer", i w związku z tym nie można w takim wypadku mówić o rzeczywistym używaniu wcześniejszego znaku towarowego CRISTAL. Dlatego też zgłoszony przez interwenienta sprzeciw, a co za tym idzie również zaskarżona decyzja, są bezzasadne.

32 Sąd zaznacza przede wszystkim, że - jak zauważa OHIM - skarżąca nie zakwestionowała miejsca, czasu, ani zakresu używania wcześniejszego znaku towarowego, lecz jedynie charakter tego używania.

33 W zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, iż żadne przepisy dotyczące wspólnotowych znaków towarowych nie wymagają, by wnoszący sprzeciw wykazał fakt używania wcześniejszego znaku towarowego w sposób oderwany od innych

znaków. Zdaniem Izby Odwoławczej może się zdarzyć, że dwa - lub więcej - znaki towarowe używane będą łącznie, lecz w sposób niezależny, wraz z nazwą przedsiębiorstwa producenta lub bez tej nazwy. Dzieje się tak w szczególności w sektorze produkcji samochodów i wina.

34 Z powyższym poglądem należy się zgodzić. W niniejszej sprawie nie mamy do czynienia z sytuacją, w której znak towarowy, do którego uprawniony jest interwenient, używany jest w postaci różniącej się od postaci zarejestrowanej, lecz z sytuacją, w której kilka oznaczeń jest w jednoczesnym użyciu, co nie wpływa na charakter odróżniający oznaczenia zarejestrowanego. Jak słusznie stwierdził OHIM, przy etykietowaniu wyrobów winiarskich jednoczesne umieszczanie na jednym towarze różnych znaków towarowych lub wskazówek, w szczególności zaś nazwy producenta oraz nazwy produktu, należy do powszechnie stosowanej praktyki handlowej.

35 Występujący w niniejszej sprawie znak towarowy CRISTAL pojawia się wyraźnie cztery razy na szyjce butelki wprowadzanej do obrotu przez interwenienta oraz dwukrotnie na etykiecie głównej, wraz z symbolem ®. Na szyjce butelki znak ten występuje w oddzieleniu od pozostałych elementów. Nadto na skrzynkach, w których wprowadza się do obrotu butelki opatrzone znakiem towarowym CRISTAL, znak ten występuje samodzielnie. Podobnie na przedstawionych przez interwenienta fakturach określenie „cristal" występuje łącznie z określeniem „1990 coffret". W związku z powyższym należy stwierdzić, że znak towarowy CRISTAL służy do identyfikacji towarów wprowadzanych do obrotu przez interwenienta.

36 Jeśli chodzi o występujące na etykiecie głównej określenie „Louis Roederer", wskazuje ono po prostu na nazwę producenta, co może wywoływać bezpośrednie skojarzenia miedzy konkretnym przedsiębiorstwem a gamą oferowanych przez nie produktów. To samo rozumowanie dotyczy zbitki liter „lr", na którą składają się inicjały nazwy interwenienta. Jak zauważył OHIM, łączne umieszczenie tych elementów na butelce nie osłabia funkcji identyfikacyjnej spełnianej przez znak towarowy CRISTAL w odniesieniu do omawianych produktów.

37 Należy również zgodzić się ze stanowiskiem OHIM, który twierdzi, że połączenie znaku słownego i oznaczenia geograficznego „Champagne" nie może być uznane za dodatek mogący wpłynąć na charakter odróżniający znaku towarowego używanego dla oznaczenia szampana. W sektorze winiarskim konsumentowi często zależy na określonym pochodzeniu geograficznym towaru oraz określonym producencie, z uwagi na to, że renoma towarów ma częstokroć związek z faktem, że są one wytwarzane w określonym regionie geograficznym przez określonego producenta win.

38 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że zastosowanie słownego znaku towarowego CRISTAL łącznie z innymi wskazówkami nie ma większego znaczenia i że Izba Odwoławcza nie naruszyła ani art. 15 ust. 2 lit. a) ani art. 43 ust. 2 i 3 rozporządzenia nr 40/94, ani zasady 22 ust. 2 rozporządzenia wykonawczego.

39 W konsekwencji pierwszy zarzut skarżącej należy oddalić.

W przedmiocie zarzutu drugiego dotyczącego naruszenia art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94

40 Skarżąca jest zdania, że uwzględniając brak podobieństwa zarówno między towarami, jak i znakami, niewielki charakter odróżniający wcześniejszego znaku towarowego oraz pozostałe istotne czynniki, takie jak krajowe decyzje dotyczące tej sprawy oraz bezkonfliktowe współistnienie konkurujących ze sobą oznaczeń, należy uznać, że nie występuje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd co do tych oznaczeń.

41 OHIM i interwenient twierdzą, że Izba Odwoławcza właściwie oceniła występowanie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.

42 Zgodnie z treścią art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, odmawia się rejestracji wcześniejszego znaku towarowego w wyniku wniesionego sprzeciwu jeśli 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. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd obejmuje również prawdopodobieństwo skojarzenia z wcześniejszym znakiem towarowym. Poza tym zgodnie z art. 8 ust. 2 lit. a) ii) i iii) rozporządzenia nr 40/94, wcześniejszymi znakami towarowymi są znaki towarowe zarejestrowane w Państwie Członkowskim oraz znaki towarowe rejestrowane na mocy międzynarodowych uzgodnień obowiązujących w Państwie Członkowskim, których data zgłoszenia jest wcześniejsza od daty wystąpienia ze zgłoszeniem wspólnotowego znaku towarowego.

43 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest to prawdopodobieństwo wystąpienia u odbiorców przeświadczenia, że dane towary czy usługi pochodzą od tego samego przedsiębiorstwa lub od przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo.

44 Z orzecznictwa tego wynika również, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd należy oceniać całościowo mając na uwadze sposób postrzegania oznaczeń oraz danych towarów lub usług przez właściwy krąg odbiorców oraz przy uwzględnieniu wszystkich istotnych czynników występujących w danej sprawie, w szczególności współzależności między podobieństwem oznaczeń a podobieństwem oznaczonych towarów lub usług [zob. wyrok sądu z dnia 9 lipca 2003 r. w sprawie T-162/01 Laboratorios RTB przeciwko OHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Rec. str. II-2821, pkt 31–33 oraz wskazane tam orzecznictwo].

45 W niniejszej sprawie znakami towarowymi, na które powołano się w sprzeciwie, są krajowe znaki towarowe zarejestrowane we Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii, Irlandii i Danii oraz międzynarodowy znak towarowy chroniony na terenie Austrii, w krajach Beneluksu, we Włoszech i w Portugalii. Rozstrzygnięcie zawarte w decyzji Wydziału Sprzeciwów oraz zaskarżona decyzja wydane zostały wyłącznie w oparciu o francuski wcześniejszy znak towarowy, czego żadna ze stron nie kwestionuje. Dlatego też przeprowadzane przez Sąd badanie należy ograniczyć do terytorium Francji.

46 Właściwy krąg odbiorców stanowią zatem przeciętni konsumenci francuscy, właściwie poinformowani, dostatecznie uważni i rozsądni. Do kręgu tego należą także specjaliści i profesjonaliści z sektora winiarskiego i restauracyjnego.

— Co do porównania towarów

47 Skarżąca podkreśla, że korzystanie przez interwenienta z jego znaku towarowego ogranicza się do „win pochodzenia francuskiego, mianowicie szampana", podczas gdy zgłoszony przez skarżącą znak towarowy, w następstwie ograniczenia listy towarów, o których mowa w zgłoszeniu, służy do oznaczania „hiszpańskich win musujących typu cava". Ponadto towary te nie są podobne z uwagi na ich różne pochodzenie, różne cechy charakterystyczne, różną cenę szampana i „cavy", jak również inny krąg odbiorców.

48 Należy w tym miejscu przypomnieć, że zarówno w decyzji Wydziału Sprzeciwów, jak i w zaskarżonej decyzji, uznano, że fakt używania wcześniejszego znaku towarowego dla wszystkich towarów, dla których był on zarejestrowany - a zatem nie tylko dla szampana - został wykazany.

49 Dlatego też należy dokonać porównania „hiszpańskich win musujących typu cava", o których mowa w zgłoszeniu, z „winami pochodzenia francuskiego, mianowicie

szampanem i winami musującymi oraz napojami alkoholowymi (z wyjątkiem piwa)", dla których używa się wcześniejszego znaku towarowego.

50 Przy ocenie podobieństwa towarów lub usług należy mieć na uwadze wszystkie istotne czynniki, które charakteryzują wzajemny stosunek tych towarów lub usług. Czynniki te obejmują między innymi ich charakter i przeznaczenie, sposób korzystania z nich, jak również to, czy konkurują one ze sobą, czy też się uzupełniają (zob. analogicznie wyrok Sądu z dnia 29 września 1998 r. w sprawie C-39/97 Canon, Rec. str. I-5507, pkt 23).

51 Nadto, jeśli do towarów oznaczanych wcześniejszym znakiem towarowym należą towary zawarte w zgłoszeniu znaku towarowego, towary te uznawane są za identyczne [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 23 października 2002 r. w sprawie T-104/01 Oberhauser przeciwko OHIM — Petit Liberto (Fifties), Rec. str. II-4359, pkt 32 i 33].

52 Należy zaznaczyć, że „wina pochodzenia francuskiego, mianowicie szampan i wina musujące oraz napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)" oraz „hiszpańskie wina musujące typu cava" są towarami tego samego rodzaju, przeznaczonymi do jednakowego użytku i konsumowanymi w takich samych warunkach, np. przy okazji przyjęć, a także że sprzedawane są przez te same przedsiębiorstwa lub występują na tych samych półkach w wielkich supermarketach, konkurując ze sobą. Mimo że towary, których dotyczy złożone przez skarżącą zgłoszenie pochodzą wyłącznie z Hiszpanii, fakt ten nie wystarczy, by wykluczyć podobieństwo tych towarów w toku przeprowadzania oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd występuje również wtedy, gdy odbiorcy postrzegają dane towary jako wytworzone w różnych miejscach (zob. analogicznie ww. wyrok w sprawie Canon, pkt 29 i 30). Należy także przypomnieć, że towarami, do których oznaczania służy wcześniejszy znak towarowy, są nie tylko wina pochodzenia francuskiego, lecz również wina musujące w ogólności, które mogą być także wytwarzane w Hiszpanii. Zatem wina musujące obejmują również „hiszpańskie wina musujące typu cava" i w związku z tym należy uznać, że towary te są identyczne.

53 Nawet przy założeniu, że wcześniejszy znak towarowy używany jest wyłącznie do oznaczania szampana, należałoby uznać, że towary te są podobne. W związku z tym argument skarżącej dotyczący różnicy w cenie między szampanem marki CRISTAL a sprzedawaną przezeń „cavą" jest bezzasadny. Porównania należy bowiem dokonać między szampanem w ogólności a towarami wymienionymi w zgłoszeniu, nie zaś między szczególnym towarem, jakim jest szampan marki CRISTAL a tymi towarami. Należy podkreślić, że występują szampany dobrej jakości, których cena nie odbiega w stopniu znacznym od ceny „cavy". Ponadto, jak wskazano wyżej, przy założeniu, że konsument francuski wie, że „cava" może być wytwarza tylko w Hiszpanii, fakt wytwarzania jej w różnych innych miejscach jest bez znaczenia. Nie można wykluczyć wystąpienia sytuacji, w której jeden producent wytwarza zarówno „cavę", jak i szampan, tylko w różnych miejscach.

54 W konsekwencji należy uznać, że omawiane towary są identyczne, a przynajmniej, że występuje między nimi duże podobieństwo.

— W przedmiocie porównania oznaczeń

55 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, jeśli chodzi o podobieństwo wizualne, fonetyczne czy koncepcyjne konkurujących ze sobą znaków, całościowej oceny występowania prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, należy dokonywać w oparciu o ogólne wrażenie wywoływane przez te oznaczenia, mając w szczególności na względzie ich elementy odróżniające i dominujące [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 tam orzecznictwo].

56 Skarżąca jest zdania, że porównania oznaczeń należy dokonywać mając na uwadze postać, w jakiej wcześniejszy znak jest używany, nie zaś jego postać zarejestrowaną.

57 Z twierdzeniem skarżącej nie można się zgodzić. Jak słusznie stwierdziła Izba Odwoławcza, porównania oznaczeń należy dokonywać przy uwzględnieniu ich postaci zarejestrowanej lub postaci, w której występują one w zgłoszeniu, niezależnie od tego, czy używane są same, czy łącznie z innymi znakami lub określeniami. Dlatego też oznaczenia, które należy porównać są następujące:

CRISTAL

wcześniejszy znak towarowy



zgłoszony znak towarowy

58 Izba Odwoławcza, podobnie jak Wydział Sprzeciwów, stwierdziła, co nastepuje:

„W decyzji [Wydziału Sprzeciwów] stwierdzono, że mimo pewnych podobieństw między konkurującymi ze sobą oznaczeniami, znaki towarowe nie są uważane za podobne pod względem wizualnym. Z drugiej strony występujące różnice fonetyczne nie wystarczają do stwierdzenia, że znaki te dostatecznie różnią się między sobą, i w związku z tym uznane zostały za podobne pod względem fonetycznym. Wreszcie Wydział Sprzeciwów uznał, że oznaczenia te są do siebie podobne pod względem koncepcyjnym i potwierdził, że słowo „cristal" może sugerować, że chodzi o towary, do których identyfikacji służą konkurujące ze sobą oznaczenia, lecz że w żadnym wypadku słowo to ich nie opisuje".

59 Jeśli chodzi o porównanie oznaczeń na płaszczyźnie wizualnej, należy zauważyć, że wcześniejszy znak towarowy składa się wyłącznie z elementu słownego „cristal", podczas gdy zgłoszony znak jest znakiem graficznym, złożonym z rysunku przedstawiającego zamek oraz słów „cristal" i „castellblanch" umieszczonych razem w owalnym kropkowanym obramowaniu. Słowo „castellblanch" napisane jest grubą i większą czcionką niż słowo „cristal". Dlatego też, jak słusznie twierdzi skarżąca, wobec faktu, iż elementy graficzne znaku mają drugorzędne znaczenie, uwaga konsumenta skierowana jest przede wszystkim na słowo „castellblanch". Jednakże, zważywszy na centralną pozycję zajmowaną przez słowo „cristal" w zgłoszonym znaku towarowym oraz mając na uwadze okoliczność, że wcześniejszy znak towarowy zawiera się całkowicie w zgłoszonym znaku, należy uznać, że między konkurującymi ze sobą oznaczeniami występuje pewien stopień podobieństwa.

60 Jeśli chodzi o porównanie pod względem fonetycznym, to mimo występujących różnic w ilości słów, liter, sylab, samogłosek i spółgłosek, na które wskazuje skarżąca, należy stwierdzić, iż między omawianymi znakami towarowymi występuje podobieństwo fonetyczne, gdyż znak wcześniejszy zawiera się w całości w zgłoszonym znaku. Ponadto element wspólny obydwu znaków stanowi pierwsze słowo zgłoszonego znaku i w związku z tym wymawiany jest jako pierwszy. Dodanie kolejnego słowa „castellblanch" nie znosi tego podobieństwa. Wobec faktu, iż słowo „cristal" jest krótkie i charakterystyczne, nie można wykluczyć, że przy składaniu ustnych zamówień konsument wypowiada tylko to pierwsze słowo. Określenie „cristal" stanowi zatem element dominujący zgłoszonego znaku towarowego z punktu widzenia fonetycznego. Ponadto jest ono identyczne z jedynym elementem wcześniejszego znaku. A zatem należy uznać, że między konkurującymi ze sobą oznaczeniami występuje podobieństwo fonetyczne.

61 Jeśli chodzi o porównanie oznaczeń na płaszczyźnie koncepcyjnej, należy stwierdzić, że są one do siebie podobne. Obydwa zawierają bowiem słowo „cristal", którego znaczenie koncepcyjne nawiązuje do przejrzystości i czystości, i jest czytelne dla właściwego kręgu odbiorców. Z kolei słowo „castellblanch" nie posiada jasnego znaczenia dla właściwego kręgu odbiorców. W tych okolicznościach słowo „castellblanch" nie może być uznane za element dominujący zgłoszonego znaku towarowego na płaszczyźnie koncepcyjnej. Nietrafny jest argument skarżącej, zgodnie z którym w odniesieniu do cech omawianych towarów słowo „cristal" ma charakter opisowy lub co najmniej ewokacyjny, co sprawia, że w przypadku

zgłoszonego znaku ma ono znaczenie drugorzędne. Okoliczność ta nie wpływa na treść koncepcyjną zgłoszonego znaku. Ponadto, nie można wykluczyć, że element ewokacyjny może być postrzegany jako element dominujący, w przypadku, gdy pozostałe elementy oznaczenia są od niego mniej charakterystyczne [wyrok Sądu z dnia 25 maja 2005 r. w sprawie T-288/03, TeleTech Holdings przeciwko OHIM — Teletech International (TELETECH GLOBAL VENTURES), Zb.Orz. str. II-1767, pkt 86].

62 Dlatego też należy stwierdzić, że między konkurującymi ze sobą oznaczeniami występują duże podobieństwa. W dalszej części konieczne jest ustalenie, czy w stosunku do omawianych oznaczeń występuje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

— W przedmiocie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd

63 Skarżąca twierdzi, że wcześniejszy znak towarowy ma tylko niewielki charakter odróżniający, z uwagi na to, iż słowo „cristal" ma charakter opisowy i ewokacyjny w stosunku do omawianych towarów. Twierdzi ona również, że znak ten nie nabył charakteru odróżniającego w drodze używania oraz że na rynku występuje wiele innych znaków towarowych zawierających słowo „cristal", zarejestrowanych dla towarów zaliczanych do klasy 33.

64 W treści zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza odrzuciła argument, zgodnie z którym słowo „cristal" miałoby stanowić wskazówkę opisującą omawiane towary stwierdzając, że jest to wskazówka o charakterze ewokacyjnym, sugerująca krystaliczność win, ale w żaden sposób nie opisuje ona towaru. Ponadto Izba Odwoławcza — opierając się w szczególności na wynikach badań w sprawie powszechnej znajomości znaku przeprowadzonych w 1999 r we Francji, Zjednoczonym Królestwie i we Włoszech przez francuski Instytut Gallupa (zwane dalej „sondażem Gallupa") — uznała, że wykazano istnienie charakteru wysoce odróżniającego znaku towarowego CRISTAL na rynku francuskim.

65 Z sondażu Gallupa wynika, że zarówno we Francji, jak i we Włoszech oraz w Zjednoczonym Królestwie, znak towarowy CRISTAL jest prawie równie powszechnie znany, jak znak Dom Pérignon.

66 Należy stwierdzić, że w lutym 1999 r. w sondażu Gallupa badano „powszechną znajomość prestiżowych producentów szampana we Francji, Włoszech i w Zjednoczonym Królestwie". Z części zatytułowanej „Kontekst, cele i metodologia" wynika, iż przedstawiciele interwenienta chcieli przeprowadzić badanie powszechnej znajomości szampana marki CRISTAL „w hotelach, restauracjach i wśród właścicieli ekskluzywnych piwnic" oraz że „dane były uzyskiwane od osób sprawujących pieczę nad winami lub zarządzających piwnicami winnymi w hotelach, restauracjach lub u właścicieli ekskluzywnych piwnic". W każdym z badanych krajów przeprowadzono wywiad z setką osób.

67 Należy zauważyć, że sondaż ten wykazuje powszechną znajomość znaku towarowego CRISTAL jedynie wśród części danego kręgu odbiorców. Nie zawiera on badania powszechnej znajomości znaku towarowego CRISTAL wśród przeciętnych konsumentów, lecz jedynie informacje na temat takiej znajomości pośród profesjonalistów, wysoko wyspecjalizowanych w omawianej dziedzinie. Również pozostałe dokumenty przedstawione przez interwenienta stanowią jedynie dowód powszechnej znajomości tego znaku wśród specjalistów, jako że chodzi o fragmenty specjalistycznych gazet z sektora produkcji win. Na podstawie tych dokumentów nie można stwierdzić, że znak towarowy CRISTAL jest powszechnie znany przeciętnym konsumentom francuskim.

68 Jednak mimo że nie da się stwierdzić, iż wcześniejszy znak towarowy jest powszechnie rozpoznawany lub cieszy się renomą w całym danym kręgu odbiorców — który stanowią przeciętni konsumenci francuscy, właściwie poinformowani,

dostatecznie uważni i rozsądni — to jednak należy uznać, że w odniesieniu do konkurujących ze sobą znaków występuje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd z uwagi na identyczność lub co najmniej duże podobieństwo oznaczanych nimi towarów oraz podobieństwo samych oznaczeń. Nie ma pod tym względem znaczenia, że wcześniejszy znak ma samoistny charakter wysoce odróżniający.

69 Przy dokonywaniu oceny występowania prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, należy uwzględnić charakter odróżniający wcześniejszego znaku towarowego (zob. analogicznie ww. wyrok w sprawie Canon, pkt 24), lecz jest to tylko jedno z kryteriów takiej oceny. Nawet jeśli wcześniejszy znak towarowy ma niewielki charakter odróżniający, może występować ryzyko wprowadzenia w błąd między innymi z powodu podobieństwa oznaczeń oraz towarów i usług [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 16 marca 2005 r. w sprawie T-112/03 L'Oréal przeciwko OHIM — Revlon (FLEXI AIR), Zb.Orz. str. II-949, pkt 61].

70 W każdym razie słowo „cristal" nie opisuje omawianych towarów, lecz może być uznane za element ewokacyjny. Dlatego też należy stwierdzić, że znak towarowy CRISTAL ma średni charakter odróżniający, lecz nie jest to niewielki charakter odróżniający, jak chce skarżąca.

71 Jeśli chodzi o argument skarżącej dotyczący występowania również innych znaków towarowych zawierających słowo „cristal" zarejestrowanych dla towarów należących do klasy 33, za pomocą którego pragnie ona wykazać, że wcześniejszy znak towarowy ma niewielki charakter odróżniający oraz że możliwe jest bezkonfliktowe współistnienie omawianych dwóch znaków, wystarczy stwierdzić, iż nie zostało wykazane, by znaki te wywoływały skutki lub były używane w odniesieniu do omawianych towarów, w szczególności zaś do win musujących.

72 Ponadto, mimo że nie sposób całkowicie wykluczyć, iż w pewnych przypadkach współistnienie na rynku wcześniejszych znaków towarowych mogłoby zmniejszyć stwierdzone przez OHIM prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do dwóch konkurujących ze sobą znaków, to jednak tego rodzaju okoliczność może

być uwzględniona tylko wówczas, gdy przynajmniej w ramach toczącego się przed OHIM postępowania dotyczącego względnych podstaw odmowy rejestracji zgłaszający wspólnotowy znak towarowy dostatecznie wykazał, iż wymienione wyżej współistnienie opiera się na braku prawdopodobieństwa wprowadzenia właściwego kręgu odbiorców w błąd w odniesieniu do wcześniejszych znaków towarowych, na które się powołuje, oraz wskazanego w sprzeciwie wcześniejszego znaku interwenienta, a także pod warunkiem, że owe wcześniejsze znaki i znaki konkurujące ze sobą są identyczne [wyrok Sądu z dnia 11 maja 2005 r. w sprawie T-31/03 Grupo Sada przeciwko OHIM — Sadia (GRUPO SADA) Zb.Orz. str. II-1667, pkt 86].

73 W niniejszej sprawie należy podkreślić, iż na poparcie swojego twierdzenia, zgodnie z którym jej dwa wcześniejsze znaki towarowe współistniały na rynku z wcześniejszym znakiem interwenienta, skarżąca nie przedstawiła w toku postępowania administracyjnego żadnego dowodu poza kopiami zdjęć niektórych rejestracji znaków towarowych, na które się powołuje, oraz zaświadczeń o rejestracji. Wystarczy stwierdzić, że omawiane wcześniejsze znaki towarowe nie są identyczne z konkurującymi ze sobą znakami występującymi w niniejszej sprawie. Ponadto informacje te są niewystarczające, by wykazać, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do konkurujących ze sobą znaków zmalało, a tym bardziej, że zostało zniwelowane (zob. podobnie ww. wyrok w sprawie GRUPO SADA, pkt. 87).

74 Co się zaś tyczy twierdzenia dotyczącego współistnienia wcześniejszego znaku towarowego CRISTAL i znaku krajowego skarżącej CRISTAL CASTELLBLANCH, wystarczy stwierdzić, że skarżąca nie wykazała również, by współistnienie to opierało się na niewystępowaniu ryzyka wprowadzenia w błąd. Przeciwnie, z materiału dowodowego wynika, iż znaki skarżącej i interwenienta były wielokrotnie w konflikcie, co oznacza, że ich współistnienie nie było bezkonfliktowe.

75 Jeśli chodzi o wskazane przez strony decyzje krajowe, należy stwierdzić, że wspólnotowy system znaków towarowych jest systemem autonomicznym i stanowiącym pewną całość, który ma za zadanie realizację właściwych mu celów i jest stosowany niezależnie od systemów krajowych [wyrok Sądu z dnia 5 grudnia 2000 r. w sprawie T-32/00, Messe München przeciwko OHIM (electronica), Rec. str. II-3829, pkt 47].

76 W tych okolicznościach drugi z zarzutów podniesionych przez skarżącą należy oddalić.

77 W związku z powyższym skarga podlega oddaleniu w całości.

W przedmiocie kosztów

78 Zgodnie z art. 87 § 2 regulaminu Sądu kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy — zgodnie z żądaniem OHIM i interwenienta — obciążyć ją kosztami poniesionymi przez te podmioty.

Z powyższych względów,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI (trzecia izba)

orzeka, co następuje :

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Skarżąca zostaje obciążona kosztami.

Jaeger Tiili Czúcz

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 8 grudnia 2005 r.

Sekretarz

E. Coulon

Prezes

M. Jaeger