WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (trzecia izba)

z dnia 3 maja 2006 r. *

W sprawie T-439/04

Eurohypo AG, z siedzibą w Eschborn (Niemcy), reprezentowana przez adwokatów M. Klotha i C. Rohnkego, z adresem do doręczeń w Luksemburgu,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowanemu przez A. von Mühlendahla i J. Weberndörfera, działających w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Czwartej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 6 sierpnia 2004 r. (sprawa R 829/2002-4) dotyczącą rejestracji słownego oznaczenia EUROHYPO jako wspólnotowego znaku towarowego,

* Język postępowania: niemiecki.

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI
WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (trzecia izba),

w składzie: M. Jaeger, prezes, V. Tiili i O. Czúcz, sędziowie,
sekretarz: C. Kristensen, administrator,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 5 listopada 2004 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 23 lutego 2005 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 26 października 2005 r.,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 30 kwietnia 2002 r. Deutsche Hypothekenbank Frankfurt-Hamburg AG, która następnie zmieniła nazwę na Eurohypo AG, 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 Znakiem towarowym objętym zgłoszeniem jest oznaczenie słowne EUROHYPO.

3 Usługi, których dotyczy zgłoszenie, należą do klasy 36 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:

„Sprawy finansowe; sprawy monetarne; sprawy nieruchomości, usługi finansowe, finansowanie, analizy finansowe, inwestycje, ubezpieczenia".

4 Mocą decyzji z dnia 30 sierpnia 2002 r. ekspert odrzucił zgłoszenie na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94 oraz na podstawie art. 7 ust. 2 tego rozporządzenia.

5 W dniu 30 września 2002 r. skarżąca odwołała się od decyzji eksperta. Uzasadnienie tego odwołania znalazło się w piśmie złożonym w dniu 30 grudnia 2002 r.

6 W decyzji z dnia 6 sierpnia 2004 r. (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją") Czwarta Izba Odwoławcza uwzględniła odwołanie w części, uchylając decyzję eksperta w odniesieniu do usług w zakresie „analiz finansowych, inwestycji, ubezpieczeń". Odwołanie zostało natomiast oddalone w odniesieniu do pozostałych usług należących do klasy 36, to jest „spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości, usług finansowych, finansowania". Izba Odwoławcza, powołując się na art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, uznała zasadniczo, że oznaczenie słowne EUROHYPO miało w stosunku do tych ostatnich usług charakter opisowy. Dodała, że dotyczy to wszystkich krajów, w których ludność posługuje się językiem niemieckim, i że na podstawie art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 40/94 okoliczność ta stanowi wystarczający powód odmowy udzielenia ochrony. Uznała ona ponadto, że

elementy „euro" i „hypo" zawierają wyraźną wskazówkę co do cech pięciu wyżej wymienionych rodzajów usług i że połączenie tych dwóch elementów w jednym wyrazie nie sprawia, że znak towarowy wykazuje charakter opisowy w mniejszym stopniu.

Żądania stron

7 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w części, w której odwołanie skarżącej zostało oddalone;

— obciążenie OHIM kosztami postępowania.

8 OHIM wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

9 Skarżąca wskazuje na dwa zarzuty, które dotyczą odpowiednio naruszenia art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94 oraz naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94

Argumenty stron

10 Skarżąca twierdzi, że z art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94, który stanowi, iż „[OHIM] bada stan faktyczny z urzędu", wynika, że badanie stanu faktycznego powinno być dostatecznie dokładne, pozwalające OHIM na uzyskanie pewności co do zaistnienia podstaw odmowy rejestracji w rozumieniu art. 7 rozporządzenia nr 40/94. OHIM nie dysponuje w tym zakresie żadnymi uprawnieniami dyskrecjonalnymi, zaś decyzje dotyczące rejestracji oznaczeń jako wspólnotowych znaków towarowych stanowią decyzje związane. Dlatego też jeśli podstawy odmowy rejestracji nie występują, zgłaszający ma prawo do tego, by zgłoszony znak został zarejestrowany, jako że prawo własności intelektualnej, obejmujące prawo o znakach towarowych, należy do praw podstawowych Unii Europejskiej, chronionych w art. 17 ust. 2 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, proklamowanej w dniu 7 grudnia 2000 r. w Nicei (Dz.U. C 364, str. 1, zwanej dalej „kartą").

11 Zdaniem skarżącej Izba Odwoławcza oparła się w niniejszej sprawie wyłącznie na swojej koncepcji dotyczącej dwóch elementów składowych zgłoszonego znaku towarowego: „euro" i „hypo", a dokonane przez nią badanie nie było wyczerpujące i nie pozwoliło na właściwą ocenę postrzegania oznaczenia słownego EUROHYPO przez krąg odbiorców.

12 Twierdzi ona ponadto, że w zaskarżonej decyzji znalazły się jedynie ustalenia dotyczące elementów „euro" i „hypo" z osobna i że nie zawiera ona żadnych ustaleń na temat charakteru opisowego złożonej nazwy „eurohypo". Skarżąca twierdzi, że gdyby Izba Odwoławcza przeprowadziła badanie w Internecie, stwierdziłaby, że ta złożona nazwa nie występuje w nim ani razu w znaczeniu opisowym i że każdy przypadek występowania tej nazwy dotyczy jej przedsiębiorstwa. W załączniku do

skargi przedstawia ona 100 pierwszych wyników poszukiwań słowa „eurohypo" na 10 000 znalezionych w Internecie, aby wykazać, że oznaczenie to nie jest wykorzystywane do opisywania omawianych usług finansowych.

13 Poza tym skarżąca twierdzi, że OHIM nie wykazał, by dany krąg odbiorców nie postrzegał znaku towarowego EUROHYPO jako wskazującego na pochodzenie.

14 OHIM twierdzi, że art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94 nie określa sposobu, w jaki należy przeprowadzić badanie okoliczności faktycznych. W przypadku znaków słownych OHIM powinien uwzględnić potoczne rozumienie słowa przez krąg odbiorców lub jego część, do którego znak jest adresowany, bez konieczności przeprowadzania bardziej szczegółowego badania — jeśli możliwe jest stwierdzenie, że znak nie nadaje się do rejestracji — przy uwzględnieniu potocznego rozumienia tego słowa. Zdaniem OHIM jest rzeczą oczywistą, że tak właśnie było w niniejszym przypadku.

15 Ponadto wynikające z karty prawo własności intelektualnej nie jest prawem bezwzględnym, a wymienione w art. 7 rozporządzenia nr 40/94 podstawy odmowy rejestracji stanowią ograniczenia tego prawa.

Ocena Sądu

16 Skarżąca twierdzi zasadniczo, że zaskarżona decyzja narusza art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94, zgodnie z którym „[w] trakcie postępowania [...] [OHIM] bada stan faktyczny z urzędu", z uwagi na to, że przeprowadzone przez Izbę Odwoławczą badanie stanu faktycznego nie było wyczerpujące.

17 W myśl orzecznictwa badanie przeprowadzane przez organ właściwy w dziedzinie znaków towarowych musi być dokładne i zupełne, tak aby zapobiec bezpodstawnej rejestracji znaków towarowych. Z uwagi na pewność prawa i dobrą administrację należy zatem zapewnić, by nie były rejestrowane znaki, których używanie mogłoby być z powodzeniem podważone przed sądem [zob. odnośnie do pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. 1989 L 40, str. 1) wyrok Trybunału z dnia 6 maja 2003 r. w sprawie C-104/01 Libertel, Rec. str. I-3793, pkt 59 oraz wskazane tam orzecznictwo].

18 Jednak art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94 nie precyzuje, w jaki sposób OHIM powinien przeprowadzić badanie stanu faktycznego.

19 Poza tym zdolność danego oznaczenia do bycia zarejestrowanym jako znak towarowy należy oceniać wyłącznie w świetle właściwych przepisów wspólnotowych, przy uwzględnieniu ich wykładni dokonanej przez sąd wspólnotowy. Dlatego też wystarczy, że przy podejmowaniu decyzji Izba Odwoławcza odwołała się do kryterium charakteru opisowego, stosując jego wykładnię przyjętą w orzecznictwie. Nie miała ona obowiązku przedstawienia stosownych dowodów [wyroki Sądu z dnia 8 lipca 2004 r. w sprawie T-289/02 Telepharmacy Solutions przeciwko OHIM (TELEPHARMACY SOLUTIONS), Zb.Orz. str. II-2859, pkt 54 oraz z dnia 22 czerwca 2005 r. w sprawie T-19/04 Metso Paper Automation przeciwko OHMI (PAPERLAB), Zb.Orz. str. II-2383, pkt 34].

20 Izba Odwoławcza zbadała, jakie znaczenie przypisuje elementom „euro" i „hypo" konsument niemiecki, jak również możliwe znaczenia słowa złożonego „eurohypo" (pkt 13–16 zaskarżonej decyzji). Stwierdzenie, że w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji nie ma mowy o wynikach dodatkowych poszukiwań, takich jak wyniki poszukiwania na stronach Internetu, nie wystarcza, by uznać, że Izba Odwoławcza zastąpiła rozumienie omawianego słowa przez dany krąg odbiorców własną jego interpretacją. Decyzja Izby Odwoławczej o zaniechaniu przeprowadzania dalszych badań

w sytuacji, w której była ona na tyle przekonana co do charakteru opisowego elementów „euro" i „hypo" oraz wyrazu „eurohypo", by odmówić rejestracji znaku, nie jest sprzeczna z art. 74 ust. 1 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94.

21 Jeśli chodzi o fundamentalny charakter prawa własności intelektualnej, wynikający — zdaniem skarżącej — z art. 17 ust. 2 karty, który stanowi, że „własność intelektualna podlega ochronie", wystarczy stwierdzić, że prawo to nie jest prawem bezwzględnym i że wspólnotowe znaki towarowe funkcjonują w ramach ograniczeń, nałożonych w szczególności przez art. 4 w zw. z art. 7 i 8 rozporządzenia nr 40/94.

22 Poza tym, jeśli zaś chodzi o przedstawione przez skarżącą w załączniku do skargi wyniki poszukiwań w Internecie, należy przypomnieć, że zadaniem Sądu nie jest ponowne rozpoznanie stanu faktycznego w świetle dokumentów przedłożonych po raz pierwszy przed tym Sądem. Sąd obowiązany jest pominąć podnoszone w postępowaniu przed nim okoliczności faktyczne, które nie były przedstawione w postępowaniu przed poszczególnymi instancjami OHIM [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 5 marca 2003 r. w sprawie T-237/01 Alcon przeciwko OHIM — Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), Rec. str. II-411, pkt 61 i 62, utrzymany w mocy w postępowaniu odwoławczym postanowieniem Trybunału z dnia 5 października 2004 r. w sprawie C-192/03 P Alcon przeciwko OHIM, Rec. str. I-8993, wyroki Sądu z dnia 6 marca 2003 r. w sprawie T-128/01 DaimlerChrysler przeciwko OHIM (Calandre), Rec. str. II-701, pkt 18, z dnia 3 lipca 2003 r. w sprawie T-129/01 Alejandro przeciwko OHIM — Anheuser-Busch (BUDMEN), Rec. str. II-2251, pkt 67, z dnia 4 listopada 2003 r. w sprawie T-85/02 Díaz przeciwko OHIM — Granjas Castelló (CASTILLO), Rec. str. II-4835, pkt 46 oraz z dnia 1 lutego 2005 r. w sprawie T-57/03 SPAG przeciwko OHIM — Dann i Backer (HOOLIGAN), Zb.Orz. str. II-287, pkt 20].

23 Wreszcie należy wskazać, że twierdzenia skarżącej dotyczące dokonanej przez Izbę Odwoławczą oceny tego, czy dany krąg odbiorców postrzega oznaczenie słowne EUROHYPO jako mające opisowy, czy odróżniający charakter, zmierzają do podważenia prawidłowości uzasadnienia zaskarżonej decyzji. W związku z tym należy je przeanalizować w ramach badania drugiego z podniesionych zarzutów.

24 Z powyższego wynika, że zarzut pierwszy podlega oddaleniu.

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94

Argumenty stron

25 Na wstępie skarżąca zwraca uwagę, że Izba Odwoławcza oparła swoją decyzję o odrzuceniu zgłoszenia wyłącznie na art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

26 Zdaniem skarżącej Izba Odwoławcza słusznie uznała, że elementy „euro" i „hypo" mogą wywoływać skojarzenia z walutą europejską i słowem „Hypothek" (hipoteka), lecz nie uwzględniła ona innych możliwych znaczeń tych dwóch elementów. „Euro" nie wskazuje bowiem jedynie na walutę Unii Europejskiej, lecz stanowi także skrót od słowa „Europa", jak w nazwie samolotu „Euro-fighter" lub firmy jednej ze spółek skarżącej „Eurohypo Europäische Hypothekenbank der Deutschen Bank AG". Element „hypo", wywodzący się z języka greckiego, niekoniecznie jest związany z wyrazem „Hypothek", czego dowodem są niemieckie słowa „Hypothese" (hipoteza), „Hypotenuse" (przeciwprostokątna), „Hypochonder" (hipochondryk) czy „Hypozentrum" (hipocentrum). Poza tym najczęściej spotykanym typem obciążenia rzeczowego na nieruchomości jest „Grundschuld" (dług gruntowy). Skrót „hypo" nie jest dla niemieckich odbiorców skrótem typowym, w przeciwieństwie do innych skrótów, takich jak „Disco" na określenie „Discothek" (dyskoteka) czy „Auto" na określenie „Automobil" (automobil).

27 Skarżąca twierdzi ponadto, że oznaczenie słowne EUROHYPO, rozpatrywane jako całość, nie stanowi opisu usług, w stosunku do których odmówiono rejestracji. Oznaczenie słowne EUROHYPO nie służy powszechnie w języku niemieckim do opisywania usług finansowych. Wymienione w pkt 12 powyżej wyniki poszukiwań w Internecie dowodzą, że słowo to zwykle nie występuje w znaczeniu opisowym.

28 Zasady wyrażone w wyroku w sprawie C-383/99 P Procter & Gamble przeciwko OHIM, Rec. str. I-6251, zwanym dalej „wyrokiem w sprawie BABY-DRY" znajdują w pełni zastosowanie w niniejszej sprawie z uwagi na to, że wyraz „eurohypo" stanowi „nowy pomysł leksykalny", nie zaś nazwę zwykle używaną do określenia omawianych usług finansowych. Ponadto brak myślnika między elementami „euro" i „hypo" podkreśla ich graficzne stopienie się, co tworzy bardzo charakterystyczną kombinację słów.

29 Okoliczność, że w nazwach wielu innych banków występuje element „hypo", dowodzi, iż połączenie słów zawierające element „hypo" ma na celu wskazanie na pochodzenie handlowe, w szczególności w omawianym sektorze usług finansowych. Oznaczenie słowne EUROHYPO nadaje się zatem do wskazywania na pochodzenie handlowe tego rodzaju usług.

30 Skarżąca podkreśla również, że aby ocenić, czy dany znak towarowy ma charakter odróżniający, należy zbadać używanie tego znaku. Z uwagi na częste używanie oznaczenia EUROHYPO w sektorze omawianych usług oraz z powodu jego częstego występowania w mediach, odbiorcy przywykli do tego oznaczenia i w związku z tym nabyło ono charakteru odróżniającego, stanowiącego wymóg jego rejestracji jako znaku towarowego. Aby zilustrować fakt częstego wykorzystania wyrazu „eurohypo", skarżąca przedstawia w załączniku do skargi — oprócz dowodów wymienionych w pkt 12 powyżej — także sprawozdanie z działalności swojej grupy za rok 2003, raport dotyczący banków hipotecznych oraz informacje znajdujące się na jej stronie internetowej.

31 Nadto skarżąca twierdzi, że potwierdzenie zdolności oznaczenia słownego EUROHYPO do bycia zarejestrowanym stanowią rejestracje szwajcarskiego znaku słownego EUROHYPO (rejestracja nr 03932/2002) oraz międzynarodowego słownego znaku towarowego EUROHYPO (rejestracja nr 638974), objętego ochroną na terenie Niemiec, Austrii i Szwajcarii, czyli na całym obszarze niemieckojęzycznym.

32 OHIM twierdzi, że Izba Odwoławcza oparła swoją decyzję o odrzuceniu zgłoszenia znaku towarowego EUROHYPO w odniesieniu do wymienionych wyżej usług na przepisach art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94, które to przepisy zostały expressis verbis wymienione w zaskarżonej decyzji i których zastosowanie wynika z treści tejże decyzji. Nadto wskazane wyżej dwie podstawy odmowy rejestracji zostały omówione w skardze oddzielnie.

33 OHIM uważa, że odbiorcy postrzegają element „euro" jako odnoszący się do waluty Unii Europejskiej i że ma on walor opisowy, nawet jeśli przypisuje się mu znaczenie „Europa", z uwagi na to, ze wskazuje on terytorium, na którym świadczone są usługi. Podobnie element „hypo" postrzegany jest przez odbiorców jako skrót wyrazu „hipoteka". Inne znaczenia elementu „hypo" przedstawione przez skarżącą nie są istotne, albowiem nie mają związku z właściwymi usługami finansowymi. Podnoszona przez skarżącą niejasność znaczeń wyrazów „euro" i „hypo" także jest bez znaczenia.

34 Aby wykazać, że element „hypo" jest powszechnie używanym skrótem, OHIM przedstawia w załączniku do odpowiedzi na skargę wyniki poszukiwań w Internecie. Dowód ten można jego zdaniem dopuścić, ponieważ dzięki ustaleniom zawartym w zaskarżonej decyzji skarżąca dysponowała wszystkimi danymi niezbędnymi do zrozumienia tej decyzji i kwestionowania jej zgodności z prawem przed Sądem [wyroki Sądu z dnia 9 października 2002 r. w sprawie T-173/00 KWS Saat przeciwko OHIM (Nuance d'orange), Rec. str. II-3843, pkt 56 i nast. oraz z dnia 31 marca 2004 r. w sprawie T-216/02 Fieldturf przeciwko OHIM (LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS), Rec. str. II-1023, pkt 41].

35 Izba Odwoławcza słusznie zatem stwierdziła, że połączenie dwóch elementów „euro" i „hypo" wcale nie powoduje, że powstała w ten sposób całość ma w mniejszym stopniu charakter opisowy. W stosunku do omawianych usług stanowi ona dla przeciętnego konsumenta ofertę dotyczącą finansowania lub zarządzania zabezpieczonymi hipoteką pożyczkami zaciągniętymi w walucie europejskiego obszaru walutowego.

36 Dalej OHIM twierdzi, że stan faktyczny występujący w wyroku w sprawie BABY-DRY różni się zasadniczo od okoliczności niniejszej sprawy, albowiem w pierwszej ze spraw chodziło o nietypowe połączenie słów. Jego zdaniem niezwykle istotne jest natomiast orzecznictwo dotyczące zgłoszeń znaków zawierających przedrostek „euro", które potwierdza zasadność praktyki OHIM polegającej na uznawaniu elementu „euro" za mający charakter opisowy, a nie odróżniający [wyrok Sądu z dnia 7 czerwca 2001 r. w sprawie T-359/99 DKV przeciwko OHIM (EuroHealth), Rec. str. II-1645, pkt 27].

37 OHIM przypomina, że słowny znak towarowy, który ma charakter opisowy w odniesieniu do cech towarów lub usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, jest z tego względu całkowicie pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do tychże towarów lub usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia (wskazany w pkt 19 powyżej wyrok w sprawie TELEPHARMACY SOLUTIONS, pkt 24).

38 Jeśli chodzi o charakter odróżniający znaku towarowego, oznaczenie EUROHYPO jako całość nie nadaje się do tego, by służyć danemu kręgowi odbiorców do odróżniania usług oferowanych przez skarżącą od usług pozostałych przedsiębiorstw z uwagi na to, że stanowi ono zwyczajne zestawienie słów, złożone z dwóch opisowych wskazówek, pozbawione w dodatku fantazji.

39 Co do argumentu dotyczącego częstego używania znaku, OHIM zwraca uwagę, że jeśli miałby on służyć wykazaniu charakteru odróżniającego nabytego w drodze używania w rozumieniu art. 7 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94, to nie został podniesiony w stosownym czasie. W toku postępowania przed OHIM uczyniono jedynie wzmiankę dotyczącą ogólnej pozycji skarżącej na rynku, niepopartą żadnymi dowodami. Liczne dokumenty przedstawione po raz pierwszy w postępowaniu wszczętym na podstawie skargi, które mają na celu wykazanie częstotliwości używania omawianego znaku towarowego, nie mogą być przez Sąd uwzględnione.

40 Wreszcie jeśli chodzi o wcześniejsze rejestracje krajowe, OHIM podnosi, że skarżąca nie wspomniała o nich ani w postępowaniu przed ekspertem, ani w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą. Przypomina on ponadto, że wspólnotowe prawo o znakach towarowych stanowi autonomiczną regulację, a rejestracje krajowe stanowią co najwyżej dowód na brak podstaw odmowy rejestracji znaku na danym terytorium.

Ocena Sądu

41 Należy stwierdzić, że — wbrew twierdzeniom OHIM — z pkt 12 i nast. zaskarżonej decyzji wynika, że w decyzji o odrzuceniu zgłoszenia oznaczenia słownego EUROHYPO w odniesieniu do usług w zakresie „spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości, usług finansowych, finansowania" powołano się wyłącznie na art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94. Jednak dokonana w pkt 13–16 analiza, która stanowi podstawę wymienionej wyżej decyzji o odrzuceniu, dotyczy opisowego charakteru oznaczenia słownego EUROHYPO.

42 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem każda z wymienionych w art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 podstaw odmowy rejestracji jest niezależna od pozostałych i powinna być rozpatrywana oddzielnie. Ponadto podstawy te należy interpretować w świetle ogólnego interesu chronionego przez każdą z nich. Interes ogólny brany pod uwagę przy badaniu każdej z tych podstaw odmowy rejestracji powinien uwzględniać różne czynniki, w zależności od tego, o którą z podstaw rejestracji chodzi (zob. wyrok Trybunału z dnia 16 września 2004 r. w sprawie C-329/02 P SAT.1 przeciwko OHIM, Rec. str. I-8317, pkt 25 i wskazane tam orzecznictwo).

43 Jednak zakresy poszczególnych podstaw rejestracji, wymienionych w lit. b)–d) tego przepisu, wyraźnie na siebie zachodzą (zob. wymieniony w pkt 19 powyżej wyrok w sprawie TELEPHARMACY SOLUTIONS, pkt 23 i wskazane tam orzecznictwo).

44 Z orzecznictwa Trybunału i Sądu wynika również, że słowny znak towarowy, który stanowi opis właściwości towarów lub usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, jest tym samym pozbawiony charakteru odróżniającego względem tych towarów lub usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia (zob. wyroki Trybunału z dnia 12 lutego 2004 r. w sprawie C-265/00 Campina Melkunie, Rec. str. I-1699, pkt 19 i w sprawie C-363/99 Koninklijke KPN Nederland, Rec. str. I-1619, pkt 86 oraz wymieniony w pkt 19 powyżej wyrok w sprawie TELEPHARMACY SOLUTIONS, pkt 24).

45 W niniejszej sprawie ocena zgodności zaskarżonej decyzji z prawem wymaga zbadania, czy Izba Odwoławcza wykazała, że oznaczenie słowne EUROHYPO ma w stosunku do usług w zakresie „spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości, usług finansowych, finansowania", należących do klasy 36, charakter opisowy. Jeśli tak się stało, odmowa rejestracji stanowi następstwo prawidłowego zastosowania art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 oraz art. 7 ust. 1 lit. c) tego rozporządzenia i w związku z tym nie należy stwierdzać nieważności zaskarżonej decyzji. Jeśli jednak omawiane oznaczenie nie ma charakteru opisowego w odniesieniu do usług wymienionych w zgłoszeniu, należy zbadać, czy Izba Odwoławcza przedstawiła inne powody, dla których uznała, że zgłoszone oznaczenie jest pozbawione charakteru odróżniającego.

46 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem ocena opisowego charakteru oznaczenia może zostać dokonana jedynie w odniesieniu do danych towarów lub usług i z uwzględnieniem sposobu jego rozumienia przez właściwy krąg odbiorców [wyrok Sądu z dnia 20 marca 2002 r. w sprawie T-356/00 DaimlerChrysler przeciwko OHIM (CARCARD), Rec. str. II-1963, pkt 25].

47 Wszystkie usługi, w stosunku do których odmówiono w niniejszej sprawie rejestracji, należą do sektora usług finansowych i są określane jako usługi w zakresie „spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości, usług finansowych, finansowania".

48 Jeśli chodzi o określenie docelowego kręgu odbiorców, Izba Odwoławcza uznała, że chodzi o przeciętnego konsumenta. Z uwagi na to, że omawiane usługi należą do usług finansowych przeznaczonych dla ogółu konsumentów, ze stanowiskiem tym — którego skarżąca zresztą nie kwestionuje — należy się zgodzić. Jako że bezwzględna podstawa rejestracji została podniesiona wyłącznie w odniesieniu do jednego z języków używanych w Unii Europejskiej, mianowicie niemieckiego, należy uznać, że właściwy krąg odbiorców, który podlega uwzględnieniu przy dokonywaniu oceny charakteru odróżniającego znaku, stanowią przeciętni konsumenci niemieckojęzyczni.

49 W pkt 13 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza zbadała, jakie znaczenie przypisuje elementom „euro" i „hypo" dany krąg odbiorców, i stwierdziła, że każdy z tych elementów ma charakter opisowy w odniesieniu do omawianych usług.

50 W tym miejscu należy przypomnieć, że oznaczenie słowne ma charakter opisowy, jeśli przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń określa cechę danych towarów lub usług (wyrok Trybunału z dnia 23 października 2003 r. w sprawie C-191/01 P OHIM przeciwko Wrigley, Rec. str. I-12447 pkt 32 oraz wymieniony w pkt 19 powyżej wyrok w sprawie PAPERLAB, pkt 34).

51 Sąd stwierdza po pierwsze, że Izba Odwoławcza słusznie zauważyła, że dla danego kręgu odbiorców element „euro" oznacza w sektorze finansowym walutę będącą w obiegu w Unii Europejskiej i jest postrzegany jako opisujący ten obszar monetarny. Zatem przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń określa cechę omawianych usług finansowych. Na powyższe stwierdzenie nie ma wpływu okoliczność, że element „euro" może być również postrzegany — jak twierdzi skarżąca — jako skrót od słowa „Europa".

52 Słuszne jest także stwierdzenie Izby Odwoławczej, że w sektorze usług finansowych element „hypo" przez przeciętnego konsumenta jest postrzegany jako skrót od wyrazu „hipoteka". Ustalenia tego nie zmienia fakt, że — jak twierdzi skarżąca — wyraz ten może mieć też inne znaczenia w sektorze medycznym lub w języku

starogreckim. Jako że hipoteka jest typowym rodzajem zabezpieczenia w sektorze finansowym, a w szczególności w sektorze nieruchomości, Izba Odwoławcza mogła zasadnie uznać, że dla przeciętnego niemieckojęzycznego konsumenta jedno z możliwych znaczeń elementu „hypo" określa cechę omawianych usług finansowych. Argument skarżącej, zgodnie z którym najczęściej spotykanym typem obciążenia rzeczowego na nieruchomości jest „Grundschuld", nie ma znaczenia, albowiem nie zmienia on faktu, że element „hypo" wywołuje u przeciętnego konsumenta niemieckojęzycznego skojarzenie z hipoteką.

53 W tym względzie należy jednak stwierdzić, że nie można dopuścić dowodów w postaci wyników wyszukiwania w Internecie przedstawionych przez OHIM w załączniku do odpowiedzi na skargę. Zgodnie z tym, co zostało stwierdzone w pkt 22 powyżej odnośnie do wyników wyszukiwania w Internecie przedstawionych przez skarżącą w załączniku do skargi, podnoszone w postępowaniu przed Sądem okoliczności faktyczne, które nie były przedstawione w postępowaniu przed poszczególnymi instancjami OHIM, są pomijane. Należy odrzucić stanowisko OHIM, zgodnie z którym dowody te można dopuścić, ponieważ dzięki ustaleniom zawartym w zaskarżonej decyzji skarżąca dysponowała wszystkimi danymi niezbędnymi do zrozumienia tej decyzji i kwestionowania jej zgodności z prawem przed Sądem. W wyrokach w sprawach Nuance d'orange i LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS, na które powołuje się OHIM, chodziło o to, czy w sytuacji, w której Izba Odwoławcza nie powiadomiła strony o wynikach wyszukiwania w Internecie wskazanych przez nią w treści decyzji, doszło do naruszenia art. 73 rozporządzenia nr 40/94. Przyjęte w tych sprawach stanowisko nie znajduje zastosowania w niniejszej sprawie, albowiem OHIM przedstawił przed Sądem dowody, które nie były brane pod uwagę przez Izbę Odwoławczą.

54 Z uwagi na to, że oznaczenie słowne EUROHYPO jest wyrazem złożonym, należy zbadać, czy ma ono charakter opisowy, podobnie jak jego elementy składowe. Zgodnie z orzecznictwem znak towarowy złożony z wyrazu zawierającego wyłącznie elementy o charakterze opisowym w odniesieniu do cech zgłoszonych towarów lub usług ma charakter opisowy w odniesieniu do cech tych towarów lub usług, chyba że występuje dostrzegalna różnica między tym wyrazem a zwykłą sumą jego elementów składowych. Oznacza to albo że z uwagi na nietypowe dla tych towarów lub usług połączenie wyraz wywołuje wrażenie, które jest dostatecznie dalekie od wrażenia

będącego wynikiem zestawienia informacji dostarczanych przez jego elementy składowe i wrażenie to dominuje nad zwykłą sumą znaczeń tych elementów, albo że słowo to weszło do języka potocznego, gdzie nabyło własnego znaczenia i w związku z tym jest już niezależne od tworzących je elementów składowych. W tym ostatnim przypadku należy zbadać, czy słowo, które nabyło własnego znaczenia, nie ma również charakteru opisowego (zob. analogicznie wymieniony w pkt 44 powyżej wyrok w sprawie Koninklijke KPN Nederland, pkt 104).

55 Należy stwierdzić po pierwsze, że oznaczenie słowne EUROHYPO stanowi proste połączenie dwóch elementów opisowych, niewywołujące wrażenia dostatecznie dalekiego od wrażenia wywołanego zwykłym zestawieniem jego elementów składowych, które dominowałoby nad sumą znaczeń tych elementów. Po drugie, skarżąca nie wykazała, by to złożone słowo weszło do języka potocznego i nabyło własnego znaczenia. Przeciwnie — twierdzi ona, że oznaczenie słowne EUROHYPO nie weszło do potocznego języka niemieckiego jako opisujące usługi finansowe.

56 Poza tym, wbrew twierdzeniom skarżącej, nie można w niniejszej sprawie zastosować rozwiązania przyjętego w wyroku BABY-DRY. Występująca w tamtej sprawie syntagma stanowiła nowy pomysł językowy, nietypowy pod względem struktury, czego nie można powiedzieć o oznaczeniu słownym EUROHYPO.

57 Należy zatem stwierdzić, że Izba Odwoławcza zgodnie z prawem uznała, iż oznaczenie słowne EUROHYPO ma charakter opisowy w stosunku do usług w zakresie „spraw finansowych; spraw monetarnych; spraw nieruchomości, usług finansowych i finansowania", należących do klasy 36, i że w związku z tym jest ono pozbawione charakteru odróżniającego. Z powyższego wynika, że — zgodnie z tym, co zostało powiedziane w pkt 45 powyżej — nie ma potrzeby badania, czy Izba

Odwoławcza przedstawiła inne powody, dla których uznała, że zgłoszone oznaczenie jest pozbawione charakteru odróżniającego.

58 Jeśli chodzi o argument dotyczący częstego używania znaku, należy stwierdzić, że na rozprawie skarżąca przyznała, iż został on po raz pierwszy podniesiony przed Sądem, i w związku z tym konieczne jest orzeczenie o niedopuszczalności tego argumentu oraz dowodów przedstawionych na jego poparcie (zob. pkt 30 powyżej) na podstawie art. 135 § 4 regulaminu Sądu, który stanowi, że pisma stron nie mogą zmieniać przedmiotu sporu przed Izbą Odwoławczą. W związku z tym, że argumenty dotyczące wcześniejszych krajowych rejestracji oznaczenia słownego EUROHYPO na terenie Niemiec, Austrii i Szwajcarii również zostały podniesione po raz pierwszy dopiero w postępowaniu przez Sądem, je także należy uznać za niedopuszczalne ze wskazanych wyżej powodów. Nadto należy przypomnieć, że wspólnotowy system znaków towarowych jest systemem autonomicznym i stanowiącym pewną całość, który ma za zadanie realizację właściwych mu celów i który stosuje się 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].

59 Z powyższego wynika, że drugi zarzut skarżącej, dotyczący naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, podlega oddaleniu.

60 W konsekwencji należy oddalić skargę w całości.

W przedmiocie kosztów

61 Zgodnie z art. 87 § 2 regulaminu Sądu kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ skarżąca przegrała sprawę,

zgodnie z żądaniem OHIM należy ją obciążyć poniesionymi przez ten urząd kosztami.

Z powyższych względów

SĄD (trzecia izba)

orzeka, co następuje:

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Skarżąca zostaje obciążona kosztami postępowania

Jaeger Tiili Czúcz

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 3 maja 2006 r.

Sekretarz

E. Coulon

Prezes

M. Jaeger