FÖRSTAINSTANSRÄTTENS DOM (tredje avdelningen)

den 20 maj 2009 *

I de förenade målen T-405/07 och T-406/07,

Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), Strasbourg (Frankrike), företrädd av advokaterna P. Greffe, J. Schouman och L. Paudrat,

sökande,

mot

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån), företrädd av A. Folliard-Monguiral, i egenskap av ombud,

svarande,

angående talan mot de beslut som fattats av harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd den 10 juli 2007 (ärende R 119/2007-1) respektive den 12 sep-

* Rättegångsspråk: franska.

tember 2007 (ärende R 120/2007-1) om ansökningar om registrering som gemenskapsvarumärken av ordkännetecknen P@YWEB CARD respektive PAYWEB CARD,

meddelar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (tredje avdelningen)

sammansatt av ordföranden J. Azizi (referent) samt domarna E. Cremona och S. Frimodt Nielsen,

justitiesekreterare: handläggaren C. Kristensen,

med beaktande av ansökningarna, som inkom till förstainstansrättens kansli den 14 november 2007,

med beaktande av beslutet av den 10 januari 2008 om förening av målen T-405/07 och T-406/07,

med beaktande av svarsinlagan, som inkom till förstainstansrättens kansli den 1 februari 2008,

efter förhandlingen den 3 december 2008,

följande

Dom

Bakgrund till tvisten

1 Sökanden, Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), ingav den 1 juni 2004 två ansökningar om registrering av gemenskapsvarumärke till harmoniseringsbyrån i enlighet med rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994, s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3), i dess ändrade lydelse. De sökta varumärkena utgörs av ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD. De varor och tjänster som registreringsansökningarna avsåg omfattas av klasserna 9, 36 och 38 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg.

2 Genom beslut av den 5 respektive den 7 december 2006, vilka fattades på grundval av artikel 7.1 b och c samt artikel 7.2 i förordning nr 40/94, avslog granskaren ansökningarna om registrering av de sökta varumärkena såvitt avser samtliga berörda varor och tjänster. Dessa motsvarar, för var och en av de ovannämnda klasserna, följande beskrivning:

— klass 9: Fotografiska och kinematografiska apparater och instrument samt apparater och instrument för signalering, kontroll (övervakning), apparater för inspelning, utsändning, återgivning av ljud eller bilder; grammofonskivor, elektroniska kalendrar, automatiska distributionsmaskiner, videoband, sedelautomater, biljettautomater, utmatare av kontoutdrag, kameror (kinematografiska apparater), videokameror, minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet-

och mikroprocessorkort), videokassetter, cd-romskivor, streckkodsläsare, cd-skivor (audio-video), optiska cd-skivor, detektorer för falska mynt, disketter, magnetiska databärare, optiska databärare, videobildskärmar, databehandlingsapparater, interkommunikationsapparater, gränssnitt (data), läsare (data), programvara (registrerade program), övervakningsprogram (datorprogram), datorer, kringutrustning för datorer, registrerade datorprogram, registrerade operativprogram (för datorer), radiotelefonianläggningar, mottagare (audio, video), telefonapparater, tv-apparater, mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater, tidregistreringsapparater, sändare (telekommunikation), centralenheter (processorer) för datorer.

— klass 36: Fastighetsmäkleri, olycksfallsförsäkring, factoring, bankrörelse, finansiella tjänster, monetära tjänster, kreditinstitut, inkassobyråer, finansiella analyser, försäkringsverksamhet, finansiering av hyrköp, fastighetsbedömning (värdering), utställande av värdebevis, sparbanker, bildande, investeringar och placering av kapital, kreditkortstjänster, betalkortstjänster, borgenärstjänster (garantier), växlingskontor, verifikation av checker, utfärdande av resekuponger, finansiell konsultation, försäkringsmäkleri, fastighetsmäkleri, börsmäkleri, krediter, deponering av värdesaker, deponering av värdesaker i kassaskåp, sparbanker, värderingar och finansiell värdering (försäkringsverksamhet, banker, fastighet), förvaltningstjänster, finansieringstjänster, finansiell information (försäkringsverksamhet, banker, fastighet), investeringar och kapitalinvestering, elektronisk överföring av penningmedel, ekonomisk förvaltning, finansiell information och bankverksamhet, uppbörd av hyror, sjukförsäkringsgaranttjänster, sjöförsäkringsgaranttjänster, hypoteksbanker, finansiella transaktioner, bankverksamhet, finansiell sponsring, utlåning (finans), finansiella transaktioner, livförsäkring, förvaltning av värdekonton, finans- och bankinformation via direktanslutning, interaktiv datoriserad finans- och bankinformation, med undantag för, med avseende på samtliga tjänster i registreringsansökningarna, tjänster som rör hälsovård och medicinsk teknologi från betalande utomstående,

— klass 38: Telekommunikationer, informationsbyråer (nyheter) speciellt inom banksektorn, kommunikation via datorterminaler, kommunikation via radiofoni, kommunikation via telefon, sändning av telegram, överföring av telegram,

utsändning av tv-program, radioutsändning, televisionssändning, information avseende telekommunikation, uthyrning av apparater för telekommunikation, uthyrning av apparater för sändning av meddelanden, uthyrning av telefoner, elektronisk post, sändning av meddelanden, datorstödd överföring av meddelanden och bilder, mobil radiotelefoni, överföring via satellit, telefontjänster, överföring av information via Internet, intranät och extranät, tjänster för sändning av interaktiv datoriserad information, sändning av information som kommer från en databas, internationella dataöverföringstjänster mellan nätanslutna datorsystem, direktöverföring av information, med undantag för, med avseende på samtliga tjänster i registreringsansökningarna, tjänster som rör hälsovård och medicinsk teknologi från betalande utomstående.

3 Den 16 januari 2007 överklagade sökanden granskarens båda beslut med stöd av artiklarna 57–62 i förordning nr 40/94.

4 Genom beslut av den 10 juli 2007 i ärende R 119/2007-1 (mål T-405/07) respektive den 12 september 2007 i ärende R 120/2007-1 (mål T-406/07) (nedan kallade de angripna besluten) avslog harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd sökandens överklaganden.

5 Överklagandenämnden grundade de angripna besluten på i huvudsak följande skäl: Omsättningskretsen utgörs i de nu aktuella fallen av europeiska genomsnittskonsumenter med kunskaper i engelska. Orden p@y respektive pay, som betyder betala, kan associeras till området för Internet- och informationsteknik, eftersom genomsnittskonsumenten är van vid att använda Internet och elektroniska betalningsmedel för att handla på distans (punkterna 15 och 16 i de angripna besluten). Symbolen @ i tecknet P@YWEB CARD förstärker den direkta och för genomsnittskonsumenten omedelbart uppfattbara hänvisningen till Internet, elektronisk handel och elektronisk telekommunikation i allmänhet (punkterna 15 och 16 i det angripna beslutet i mål T-405/07). Vad gäller ordet web fann överklagandenämnden att det ofta används för att beteckna Internet i dess helhet. Med avseende på de varor och tjänster

som omfattas av registreringsansökningarna fann överklagandenämnden att omsättningskretsen omedelbart uppfattar nämnda ord som en direkt hänvisning till Internet eller till IT-nätverk i allmänhet (punkterna 17 och 18 i de angripna besluten). Såvitt avser ordet card ansåg överklagandenämnden att det kännetecknas av en utbredd användning inom IT-, finans- och bankområdena. Genomsnittskonsumenten uppfattar det som en direkt hänvisning till kreditkort och till smartkort i allmänhet, och inte som en upplysning om de ifrågavarande varornas och tjänsternas kommersiella ursprung (punkterna 19 och 20 i de angripna besluten). Inte någon av beståndsdelarna i de sökta varumärkena har således särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna och tjänsterna (punkt 21 i de angripna besluten).

6 Vidare kännetecknas inte kombinationen av de tre aktuella orden av någon godtycklig eller ovanlig struktur, och den medför inte någon ändring av hur omsättningskretsen uppfattar eller förstår orden. Av kombinationerna ”p@yweb card” och ”payweb card” framgår nämligen att innebörden av de tre orden är exakt densamma oavsett om de är sammansatta eller inte (punkterna 22–24 i de angripna besluten). Sett ur omsättningskretsens synvinkel medför inte kombinationernas struktur någon sådan märkbar avvikelse från den terminologi som används i det allmänna språkbruket som skulle kunna medföra att de sökta varumärkena uppfattades som en upplysning om kommersiellt ursprung (punkt 25 i de angripna besluten).

7 Beträffande innebörden av de tre ord som utgör beståndsdelarna i de aktuella kännetecknen fann överklagandenämnden att genomsnittskonsumenten, som dagligen kommer i kontakt med Internetteknik och elektronisk teknik, kan antas omedelbart uppfatta kopplingen mellan å ena sidan nämnda tekniker och de därmed sammanhängande varorna och tjänsterna och å andra sidan orden pay eller p@y, web och card, som är ord som är vanligt förekommande i språket inom IT-området och området för elektronisk handel (punkt 27 i de angripna besluten). När dessa tre beståndsdelar kombineras och används med avseende på de i målet aktuella varorna och tjänsterna, uppfattas de därför av omsättningskretsen som en hänvisning till ett kort som kan användas vid köp via Internet och med hjälp av informations- och kommunikationsteknik i allmänhet (punkt 28 i de angripna besluten).

8 Avsikten med de sökta varumärkena är sålunda huvudsakligen att förmå konsumenten att köpa de aktuella varorna och använda de aktuella tjänsterna för att kunna genomföra betalningar via direktanslutning med hjälp av ett kort. Detta gäller ”fotografiska och kinematografiska apparater och instrument samt apparater och instrument för signalering, kontroll (övervakning), apparater för inspelning, utsändning, återgivning av ljud eller bilder; grammofonskivor, elektroniska kalendrar, automatiska distributionsmaskiner, videoband, sedelautomater, biljettautomater, utmatare av kontoutdrag, kameror (kinematografiska apparater), videokameror, videokassetter, cd-romskivor, streckkodsläsare, cd-skivor (audio-video), optiska cd-skivor, detektorer för falska mynt, disketter, optiska databärare, videobildskärmar, databehandlingsapparater, interkommunikationsapparater, gränssnitt (data), läsare (data), programvara (registrerade program), övervakningsprogram (datorprogram), datorer, kringutrustning för datorer, registrerade datorprogram, registrerade operativprogram (för datorer), radiotelefonianläggningar, mottagare (audio, video), telefonapparater, tv-apparater, tidregistreringsapparater, sändare (telekommunikation), centralenheter (processorer) för datorer” i klass 9 i Niceöverenskommelsen. Dessa varors särskilda och nödvändiga funktion är att säkerställa att de telekommunikationstjänster och banktjänster och finansiella tjänster som är oumbärliga för att göra betalningar via direktanslutning kan genomföras (punkterna 30 och 31 i de angripna besluten).

9 Dessutom kan de sökta varumärkena, betraktade i sin helhet, användas för att beteckna både arten av och syftet med varorna ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort), magnetiska databärare, mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater” i klass 9. Enligt överklagandenämnden är dessa varor smartkort som kan användas som betalningsmedel på Internet. Nämnda varors särskilda funktion är dessutom att säkerställa genomförandet av de tjänster för kommunikation och överföring av information via direktanslutning som sökanden erbjuder, funktioner som är oumbärliga för att genomföra distansköp. Ur omsättningskretsens synvinkel finns det sålunda ett direkt och konkret samband mellan de sökta varumärkena och nämnda varor (punkterna 32 och 33 i de angripna besluten).

10 De sökta varumärkenas rent informativa och säljfrämjande karaktär med avseende på tjänsterna i klasserna 36 och 38 i Niceöverenskommelsen medför att omsättningskretsen inte uppfattar dem som en upplysning om tjänsternas kommersiella ursprung. Det huvudsakliga eller underordnade innehållet i samtliga tjänster är elektroniska kommunikationstjänster, inbegripet dem som tillhandahålls via Internet samt direkttjänster inom bank- finans och försäkringsbranscherna (punkt 34 i de angripna besluten). Med avseende på tjänsterna i klass 36 konstaterade överklagandenämnden att de sökta varumärkena förmedlar ett tydligt informationsbudskap, nämligen att den information och de transaktioner som är knutna till tjänsterna kan erhållas respektive genomföras på distans tack vare ett betalkort som ställs till användarens förfogande, och som är kopplat till Internet eller något annat IT-nätverk. Dessutom finns det ett omedelbart samband mellan tjänsterna i klass 38 å ena sidan och Internet, och informationsteknik i allmänhet, och dess funktion och användning å andra sidan (punkterna 35 och 36 i de angripna besluten), eftersom tjänsterna i fråga rör olika metoder för överföring av elektronisk information.

11 Härav framgår enligt överklagandenämnden att de sökta varumärkena, betraktade i sin helhet, framför allt uppfattas som en kommersiell presentation av de i målet aktuella varorna och tjänsterna och att deras huvudsakliga, eller till och med enda, funktion är att ange för den berörda konsumenten att varan eller tjänsten möjliggör betalningar via direktanslutning med hjälp av ett kort (punkt 37 i de angripna besluten).

12 Mot denna bakgrund delade överklagandenämnden granskarens bedömning att de sökta varumärkena inte kunde registreras på grund av registreringshindret i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94. Den ansåg att det under dessa omständigheter saknades anledning att pröva huruvida artikel 7.1 c i nämnda förordning var tillämplig (punkterna 39 och 40 i de angripna besluten).

Parternas yrkanden

13 Sökanden har yrkat att förstainstansrätten ska

— ogiltigförklara de angripna besluten, och

— registrera det sökta varumärket för samtliga varor och tjänster i klasserna 9, 36 och 38 i Niceöverenskommelsen.

14 Vid förhandlingen uppgav sökanden, som svar på en fråga från förstainstansrätten, att sökanden enbart yrkar ogiltigförklaring av de angripna besluten och sålunda frånfaller sitt andra yrkande. Denna justering antecknades i förhandlingsprotokollet.

15 Harmoniseringsbyrån har yrkat att förstainstansrätten ska

— ogilla talan, och

— förplikta sökanden att ersätta rättegångskostnaderna.

Rättslig bedömning

1. *Parternas argument*

16 Sökanden har som enda grund anfört att svaranden har åsidosatt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94.

17 Sökanden har i huvudsak gjort gällande, för det första, att ordet pay eller p@y syftar på verbet betala och att det inte uppvisar något samband med områdena Internet eller informationsteknik. Såvitt avser kännetecknet P@YWEB CARD är beståndsdelen p@y dessutom ovanlig och överraskande på grund av symbolen @.

18 För det andra uppfattar den engelskspråkiga allmänheten ordet web framför allt såsom en beteckning för ett nät, ett nätverk eller en härva samt, analogt, varje samling eller nät av komplex karaktär som innehåller förbindelser och förgreningar, och inte som en direkt hänvisning till Internet eller andra IT-nätverk. Ordet web kan endast associeras till Internet eller andra telekommunikationsnät i egenskap av förkortning av begreppet world wide web, vilket i så fall alltid föregås av den bestämda artikeln the.

19 För det tredje betyder ordet card i första hand en bit papper eller kartong, och konsumenten uppfattar det inte som en hänvisning till bank- finans- eller IT-områdena.

20 För det fjärde har den ovanliga kombinationen payweb eller p@yweb, vars beståndsdelar är hänförliga till olika områden och väcker associationer till skilda begrepp, inte någon direkt och säker innebörd som den engelskspråkiga konsumenten av de berörda varorna och tjänsterna omedelbart kan identifiera, och kombinationen har således särskiljningsförmåga. Detsamma gäller kombinationen av beståndsdelarna pay eller p@y, web och card, som helhet betraktad, vilken kräver en fördjupad analys och inte stämmer överens med de engelska syntaxreglerna.

21 De sökta varumärkena består således, med avseende på de berörda varorna och tjänsterna, av godtyckliga kombinationer som följer av den ovanliga och speciella sammankopplingen av orden pay eller p@y, web och card, och nämnda varumärken saknar en klart och omedelbart identifierbar innebörd. Överklagandenämnden kunde endast nå sin slutsats genom ett komplicerat resonemang som den skäligen uppmärksamma genomsnittskonsumenten inte skulle föra. Med hänsyn till att de sökta varumärkena inte har någon direkt och säker innebörd som omsättningskretsen omedelbart kan identifiera kan de inte anses beskriva de berörda varorna och tjänsterna eller någon av deras egenskaper och har särskiljningsförmåga med avseende på desamma.

22 Såvitt avser varorna i klass 9 i Niceöverenskommelsen, såsom de angetts ovan i punkt 8, har sökanden gjort gällande att överklagandenämndens bedömning att dessa varors särskilda och nödvändiga funktion är att säkerställa att de telekommunikationstjänster och banktjänster och finansiella tjänster som är oumbärliga för att göra betalningar via direktanslutning kan genomföras är uppenbart felaktig. Omsättningskretsen uppfattar inte de sökta varumärkena som en upplysning om dessa varors kommersiella ursprung. Det var bara med hjälp av ett komplicerat resonemang, som den skäligen uppmärksamma genomsnittskonsumenten inte skulle föra, som överklagande-

nämnden kunde nå slutsatsen att de sökta varumärkena saknar särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna och tjänsterna.

23 Överklagandenämndens bedömning är vidare uppenbart felaktig även beträffande övriga varor i klass 9, såsom de har angetts ovan i punkt 9, i huvudsak av samma skäl som dem som angetts ovan i punkterna 21 och 22. Av motsvarande skäl är slutligen överklagandenämndens bedömning i fråga om tjänsterna i klasserna 36 och 38 i Niceöverenskommelsen uppenbart felaktig.

24 Med hänsyn till det ovan anförda anser sökanden att de sökta varumärkena har särskiljningsförmåga med avseende på samtliga berörda varor och tjänster och att de inte är av beskrivande karaktär.

25 Harmoniseringsbyrån har yrkat att förstainstansrätten ska ogilla talan i båda målen, huvudsakligen mot bakgrund av att de sökta varumärkena, vart och ett betraktat i sin helhet, uppfattas i betydelsen betalkort som används för elektroniska transaktioner på Internet och i betydelsen kort som möjliggör kostnadsbelagd åtkomst till Internet.

26 Vad gäller den förstnämnda av dessa betydelser har harmoniseringsbyrån anfört att kännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD är direkt beskrivande för arten och/eller syftet med betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort), minnes- och mikroprocessorkort och magnetkort i klass 9 i Niceöverenskommelsen, i den mån dessa kan användas som betalkort. Samma resonemang är tillämpligt på kreditkortstjänster och betalkortstjänster i klass 36 samt, mer allmänt, på alla

fastighetstjänster och finansiella tjänster som avses med de sökta varumärkena och som innefattar särskilt överföring av en summa pengar. I denna betydelse är de även beskrivande för funktionen hos samtliga IT-varor i klass 9 och hos telekommunikationstjänsterna i klass 38, som är nödvändiga för att sätta i verket ett datasystem för betalningar via Internet.

27 Harmoniseringsbyrån har beträffande den andra av ovannämnda betydelser gjort gällande att den är beskrivande för arten och funktionen hos ”identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort)” i klass 9, eftersom dessa varor kan möjliggöra identifiering av en Internetanvändare i syfte att säkerställa konfidentiell behandling av den information som utbyts eller de transaktioner som genomförs via Internet. Detsamma gäller för magnetiska databärare och optiska databärare i samma klass, eftersom de kan förekomma i form av kort och möjliggöra kostnadsbelagd åtkomst till Internet. Denna betydelse är också beskrivande för funktionen hos telekommunikationstjänsterna i klass 38.

28 De sökta varumärkena beskriver en funktion hos samtliga dessa tjänster som kan ha som gemensamt drag att de omfattar mottagning eller (kostnadsbelagd) överföring av information via Internet. Detta är tillämpligt på tjänsterna kommunikation via radiofoni, utsändning av tv-program, radioutsändning, televisionssändning, mobil radiotelefoni, överföring via satellit samt telefontjänster, eftersom det är känt att Internet möjliggör mottagning av radioutsändningar, televisionssändningar samt kommunikation via telefon.

29 De sökta varumärkena uppfattas därför snarare som en upplysning om arten, syftet och/eller de olika funktionerna med avseende på de i målet aktuella varorna eller tjänsterna än som en hänvisning till deras kommersiella ursprung. Inte någon av de sökta varumärkenas beståndsdelar gör det möjligt för omsättningskretsen att enkelt och omedelbart lägga dem på minnet såsom varumärken som är särskiljande för dessa varor och tjänster.

2. *Förstainstansrättens bedömning*

Tillämpliga bestämmelser och relevant rättspraxis

30 Enligt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 får ”varumärken som saknar särskiljningsförmåga” inte registreras.

31 Det allmänintresse som ligger bakom artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 sammanfaller med varumärkets grundläggande funktion som är att, i fråga om en vara eller tjänst som kännetecknas av varumärket, garantera konsumenten eller slutanvändaren varans eller tjänstens ursprung, så att det är möjligt att utan risk för förväxling särskilja denna vara eller tjänst från andra med ett annat ursprung (se, för ett liknande resonemang, domstolens dom av den 8 maj 2008 i mål C-304/06 P, Eurohypo mot harmoniseringsbyrån, REG 2008, s. I-3297, punkt 56 och där angiven rättspraxis).

32 Ett varumärke har följaktligen särskiljningsförmåga, i den mening som avses i nämnda bestämmelse, om varumärket gör det möjligt för konsumenten att uppfatta att den vara eller tjänst som är föremål för registreringsansökan härrör från ett visst företag och således gör det möjligt att särskilja denna vara eller tjänst från andra företags varor eller tjänster (domstolens dom av den 29 april 2004 i de förenade målen C-456/01 P och C-457/01 P, Henkel mot harmoniseringsbyrån, REG 2004, s. I-5089, punkt 34). För att detta kriterium ska anses vara uppfyllt behöver varumärket inte ge någon exakt upplysning om vem som tillverkar varan eller utför tjänsten. Det är tillräckligt att omsättningskretsen med hjälp av varumärket kan särskilja den vara eller den tjänst som bär varumärket från andra med ett annat kommersiellt ursprung och utgå från att alla varor eller tjänster som bär varumärket har tillverkats, saluförts eller levererats under kontroll av varumärkesinnehavaren, som är ansvarig för deras kvalitet (se förstainstansrättens dom av den 10 oktober 2008 i de förenade målen T-387/06–T-390/06, Inter-IKEA mot harmoniseringsbyrån (återgivning av en lastpall), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 27 och där angiven rättspraxis).

33 Kännetecken som inte gör det möjligt för omsättningskretsen att göra samma val vid ett senare köp av ifrågavarande varor eller tjänster, om erfarenheten varit god, eller att göra ett annat val, om den varit dålig, saknar däremot särskiljningsförmåga i den mening som avses i ovannämnda bestämmelse. Detta är fallet bland annat i fråga om kännetecken som är vanligt förekommande vid saluföring av de ifrågavarande varorna eller tjänsterna. Sådana kännetecken anses nämligen inte kunna fylla varumärkets grundläggande funktion, närmare bestämt att identifiera den berörda varans eller tjänstens ursprung (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 12 mars 2008 i mål T-341/06, Compagnie générale de diététique mot harmoniseringsbyrån (GARUM), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 29 och där angiven rättspraxis)

34 Slutligen ska särskiljningsförmågan bedömas dels utifrån de varor och tjänster som registreringsansökan avser, dels utifrån hur omsättningskretsen, normalt informerad och skäligen uppmärksam och medveten, uppfattar kännetecknet (domen i det ovan i punkt 32 nämnda målet Återgivning av en lastpall, punkt 28 och där angiven rättspraxis).

Omsättningskretsens uppfattning av de sökta varumärkena

Allmänt

35 Vad gäller bestämningen av omsättningskretsen kan det konstateras att de varor och tjänster i klasserna 9, 36 och 38 i Niceöverenskommelsen som avses i ansökningarna om registrering i det nu aktuella fallet rör bland annat elektronik, informationsteknik, användning av kommunikationsnät och utbyte av uppgifter, elektroniska apparater och bärare, apparater och bärare relaterade till informationsteknik och telekommunikation, liksom affärstransaktioner inom finans-, bank- försäkrings- och fastighetsområdena, som efterfrågas av samtliga europeiska genomsnittskonsumenter. Eftersom de sökta

varumärkena består av tre engelska ord, och mot bakgrund av att detta språk har en utbredd användning inom finans-, bank-, elektronik- och IT-områdena, till vilka ovannämnda klasser kan hänföras, gjorde överklagandenämnden en riktig bedömning när den tog hänsyn till en genomsnittskonsument som är engelskspråkig eller har grundläggande kunskaper i engelska. En sådan genomsnittskonsument är under alla förhållanden representativ för en mycket stor del av den europeiska omsättningskretsen.

36 Vidare ska förstainstansrätten pröva riktigheten av den analys som överklagandenämnden vidtog, ur omsättningskretsens synvinkel, avseende betydelserna av de sökta varumärkenas tre beståndsdelar, var och en för sig och i kombination, varvid den kom fram till att kännetecknen saknar särskiljningsförmåga med avseende på de varor och tjänster som omfattas av registreringsansökningarna.

37 I enlighet med vad som har slagits fast i rättspraxis är det, i fråga om sammansatta ordkännetecken, kännetecknets relevanta betydelse som ska beaktas. Därvid är det samtliga beståndsdelar i kännetecknet som ska ligga till grund för bedömningen, och inte bara en av dem (förstainstansrättens dom av den 6 november 2007 i mål T-28/06, RheinfelsQuellen H. Hövelmann mot harmoniseringsbyrån (VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN), REG 2007, s. II-4413, punkt 32). I fråga om sådana sammansatta varumärken kan bedömningen av särskiljningsförmågan inte begränsas till att avse separata ord eller beståndsdelar, utan den ska under alla förhållanden göras med utgångspunkt i det helhetsintryck som omsättningskretsen får av varumärket och inte under antagande att beståndsdelar som var och en för sig saknar särskiljningsförmåga inte tillsammans kan ha sådan förmåga. Enbart den omständigheten att varje enskild beståndsdel sedd för sig saknar särskiljningsförmåga hindrar nämligen inte att den kombination som de bildar kan ha sådan förmåga (domen i det ovan i punkt 31 nämnda målet Eurohypo mot harmoniseringsbyrån, punkt 41). Vid bedömningen av huruvida ett varumärke har särskiljningsförmåga ska med andra ord dess helhetsintryck beaktas, vilket emellertid inte hindrar att det vid denna helhetsbedömning först kan behöva göras en successiv genomgång av varumärkets olika beståndsdelar (domstolens dom av den 25 oktober 2007 i mål C-238/06 P, Develey mot harmoniseringsbyrån, REG 2007, s. I-9375, punkt 82).

38 Förstainstansrätten ska således analysera de sökta varumärkena inte bara med avseende på deras beståndsdelar och förhållandena mellan dessa, utan även med avseende på varumärkena, som helhet betraktade.

De sökta varumärkenas tre beståndsdelar och förhållandena dem emellan

39 Såvitt avser det engelska ordet pay eller p@y delar förstainstansrätten överklagandenämndens bedömning att det betyder betala och att den omständigheten att bokstaven a i ett av orden har ersatts av symbolen @ – som inte är något annat än ett gement a i kursiv stil omgivet av en cirkel – inte har någon märkbar inverkan på genomsnittskonsumentens uppfattning härom. Den omständigheten att detta ord på engelska huvudsakligen används som verb hindrar inte, i likhet med vad harmoniseringsbyrån har anfört, att det även kan användas som substantiv, som i kombinationerna payTV eller payphone. Det kan därför konstateras att ordet pay eller p@y ur genomsnittskonsumentens synvinkel ger starka associationer till finans- och bankområdena.

40 Sökanden har inte heller rätt i sitt påstående att det inte finns något samband mellan å ena sidan ordet pay eller p@y och å andra sidan områdena informationsteknik och Internet. Vad gäller det sökta varumärket i mål T-405/07 följer ett sådant samband redan av den omständigheten att ordet p@y innehåller symbolen @, som i sig väcker associationer till Internet och framför allt till e-post, det vill säga elektronisk kommunikation via Internet.

41 Dessutom består de sökta varumärkena av kombinationer av ordet pay eller p@y och orden web och card. Kopplingarna mellan orden pay eller p@y och web är särskilt starka med hänsyn till att de är sammansatta i ett och samma ord. Med hänsyn till att ordet web väcker associationer till området informationsteknik (se nedan punkt 42), delar förstainstansrätten överklagandenämndens bedömning, i punkt 16 i de angripna besluten, att omsättningskretsen omedelbart uppfattar ordet pay eller p@y som ett ord med anknytning till Internet och elektroniska betalningar, vilket är fallet bland annat vid köp på distans eller vid kostnadsbelagd åtkomst till ett kommunikationsnät.

42 Vad gäller ordet web kan förstainstansrätten inte godta sökandens påstående att ordet huvudsakligen betyder nät, nätverk eller härva och inte uppvisar ett tillräckligt samband med områdena informationsteknik och Internet. I dag utgör ordet web en del av den grundläggande engelska IT-vokabulären och innebär en hänvisning till Internet, som utgör en världsomspännande elektronisk IT-infrastruktur som är allmänt känd och kännetecknas av en utbredd användning. Detta bekräftas av domännamnsförkortningen www, som betecknar det synonyma uttrycket world wide web, eller av uttryck som surf the web, som är en beteckning för att surfa på Internet. Överklagandenämnden gjorde därför en riktig bedömning när den i punkterna 17 och 18 i de angripna besluten fann att genomsnittskonsumenten omedelbart uppfattar ordet web som en direkt hänvisning till Internet eller IT-nätverk i allmänhet.

43 Vad gäller ordet card delar förstainstansrätten överklagandenämndens bedömning att detta ord i vardaglig engelska mycket ofta används i betydelsen kredit- eller betalkort eller bankkort i allmänhet, inbegripet smartkort (punkterna 19 och 20 i de angripna besluten). Att ordet väcker associationer till finans- och bankområdena påverkas inte av den omständigheten att ordets betydelse även ges definitionen ”en bit papper eller kartong” i de största allmänna engelska ordböckerna. I det nu aktuella fallet förstärks denna association ytterligare genom att ordet card har kombinerats med ordet pay eller p@y, även om orden har separerats genom ett mellanslag i de sökta varumärkena.

44 Förstainstansrätten kan i övrigt inte godta sökandens ståndpunkt att det inte finns något samband mellan ordet card och områdena informationsteknik eller Internet. Den europeiska genomsnittskonsumenten har nämligen blivit mycket välbekant med företeelser såsom möjligheten att med hjälp av ett kort, i förekommande fall mot betalning, få åtkomst till ett kommunikationsnät via en allmän eller privat elektronisk terminal och där utföra affärstransaktioner eller ekonomiska transaktioner, liksom möjligheten att köpa tjänster eller varor genom betalning via direktanslutning med kreditkort (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 25 november 2008 i mål T-325/07, CFCMCEE mot harmoniseringsbyrån (SURF-CARD), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkterna 56 och 67).

45 Med hänsyn till betydelsen av ordet pay eller p@y (betala) och ordets nära samband med ordet web, med vilket det sitter ihop, och ordet card, som används särskilt i betydelsen bankkort eller kredit- eller betalkort, kommer genomsnittskonsumenten, som förväntas vara normalt informerad samt skäligen uppmärksam och medveten, utan någon fördjupad analys med nödvändighet att associera dessa tre olika beståndsdelar med såväl finans- och bankområdena i vidsträckt bemärkelse som med områdena informationsteknik och Internet.

Bedömningen av de sökta varumärkena betraktade i sin helhet

46 Ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD är sammansatta av ett huvudsubstantiv (card) och två substantiv som utgör bestämningar till det förstnämnda (pay eller p@y och web). Huvudsubstantivet är genom ett mellanslag skilt från de två andra substantiven, som är förenade i ett enda ord. I överensstämmelse med vad överklagandenämnden konstaterade i punkt 24 i de angripna besluten är strukturen på denna kombination inte ovanlig, och den står i full överensstämmelse med engelskans lexikaliska regler och syntaxregler, i likhet med nybildade ord såsom payphone eller payTV, som används särskilt inom områden för informationsteknik, elektronik, media och telekommunikation, som omfattas av klasserna 9, 36 och 38 i den mening som avses i Niceöverenskommelsen (se, för ett liknande resonemang och analogt, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkt 53).

47 Kombinationerna p@yweb och payweb, som kan beteckna en kostnadsbelagd elektronisk infrastruktur eller IT-infrastruktur eller kostnadsbelagda tjänster som erbjuds i ett sådant sammanhang, kan inte heller ur genomsnittskonsumentens synvinkel medföra att de sökta varumärkena uppfattas som ovanliga eller godtyckliga. Detta gäller i än högre grad med hänsyn till att kombinationerna i fråga kompletteras av ordet card, som antyder att det är fråga om ett betalningsmedel som kan användas inom ramen för nämnda infrastruktur eller i syfte att köpa nämnda tjänster (se ovan punkterna 43 och 45).

48 Av ovanstående överväganden följer att överklagandenämnden gjorde en riktig bedömning när den, i punkt 24 i de angripna besluten, fann att innebörden av kombinationerna p@yweb card och payweb card inte skiljer sig från innebörden av det uttryck som utgörs av de tre orden när dessa inte är sammansatta, och att dessa kombinationer följaktligen inte är ovanliga eller godtyckliga i sig.

49 Sökanden kan heller inte vinna framgång med det argument som anförts till stöd för talan i mål T-405/07, enligt vilket ordmärket P@YWEB CARD har särskiljningsförmåga på grund av att bokstaven a i detta varumärke har ersatts av det typografiska tecknet @, något som genomsnittskonsumenten enligt sökanden uppfattar som ovanligt och överraskande. Ur begreppsmässig synvinkel utgör symbolen @ inte något fantasielement i detta varumärke som medför någon märkbar avvikelse från den terminologi som används i omsättningskretsens allmänna språkbruk, närmare bestämt ordet pay. I sammanhanget Internet och informationsteknik, som aktualiseras särskilt till följd av att ordet pay är sammansatt med ordet web, kommer genomsnittskonsumenten inte att fästa någon särskild uppmärksamhet vid symbolen @, vars figurativa aspekt inte utgörs av något mer än en stiliserad variant av bokstaven a (se ovan punkt 39). Sökanden har för övrigt medgett att ordet p@y kan liknas vid verbet pay, som betyder betala.

50 Mot bakgrund av samtliga ovanstående överväganden kunde överklagandenämnden med giltig verkan slå fast att den engelska omsättningskretsen omedelbart uppfattar de sökta varumärkena, såväl med avseende på de enskilda beståndsdelarna som i sin helhet, såsom kort som möjliggör antingen en kostnadsbelagd åtkomst till ett datakommunikationsnät eller ett elektroniskt kommunikationsnät såsom Internet eller elektronisk betalning inom ramen för affärstransaktioner som genomförs via ett sådant nät.

51 Med hänsyn till att omsättningskretsen uppfattar de sökta varumärkena på detta sätt ska det prövas huruvida de har tillräcklig särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna och tjänsterna i klasserna 9, 36 och 38 i Niceöverenskommelsen.

De sökta varumärkenas särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna och tjänsterna

Inledande anmärkningar

52 Inledningsvis ska det erinras om att särskilt sådana kännetecken som är vanligt förekommande vid saluföring av berörda varor eller tjänster saknar särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94, eftersom de inte anses kunna fylla varumärkets grundläggande funktion, nämligen att identifiera den berörda varans eller tjänstens kommersiella ursprung i syfte att göra det möjligt för den konsument som förvärvar den vara eller tjänst som varumärket betecknar att göra samma val vid ett senare förvärv om erfarenheten varit god eller att göra ett annat val om den varit dålig (se ovan i punkt 32 angiven rättspraxis).

53 Det ska erinras om att överklagandenämnden, beträffande sambandet mellan å ena sidan kännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD och å andra sidan de berörda varorna och tjänsterna, i punkterna 30–37 i de angripna besluten, i huvudsak fann att genomsnittskonsumenten uppfattar de sökta varumärkena främst som en kommersiell presentation av reklamkaraktär avseende nämnda varor och tjänster, som inte gör det möjligt för genomsnittskonsumenten att identifiera varornas och tjänsternas kommersiella ursprung. Det kan emellertid konstateras att de berörda varorna och tjänsterna i klasserna 9, 36 och 38 i Niceöverenskommelsen är av mycket varierande karaktär och ingår i olika grupper och kategorier av varor och tjänster.

54 I det nu aktuella fallet är domstolens rättspraxis angående omfattningen av nationella myndigheters skyldighet att tillämpa registreringshindren i artikel 3 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178) analogt tillämplig, eftersom det normativa innehållet i nämnda

bestämmelse i allt väsentligt är identiskt med det normativa innehållet i artikel 7.1 i förordning nr 40/94 (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 12 mars 2008 i mål T-128/07, Suez mot harmoniseringsbyrån (Delivering the essentials of life), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 33, och av den 2 april 2008 i mål T-181/07, Eurocopter mot harmoniseringsbyrån (STEADYCONTROL), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 42, samt domen i det ovan i punkt 37 nämnda målet Develey mot harmoniseringsbyrån, punkterna 91 och 92). Av denna rättspraxis framgår, för det första, att bedömningen av förekomsten av eventuella absoluta registreringshinder ska avse var och en av de varor eller tjänster som avses i registreringsansökan och, för det andra, att den behöriga myndighetens avslagsbeslut i princip ska innehålla en motivering med avseende på var och en av dessa varor eller tjänster. Domstolen har preciserat att denna skyldighet även följer av det grundläggande kravet att ett myndighetsbeslut som innebär att någon inte kommer i åtnjutande av en rättighet som följer av gemenskapsrätten ska kunna prövas i domstol för att säkerställa ett verksamt skydd av rättigheten. Domstolens prövning ska därför avse frågan om skälens lagenlighet. När ett och samma registreringshinder anförs mot en hel kategori eller grupp av varor eller tjänster kan myndigheten emellertid begränsa motiveringen till en motivering som gäller för samtliga berörda varor eller tjänster (domstolens dom av den 15 februari 2007 i mål C-239/05, BVBA Management, Training en Consultancy, REG 2007, s. I-1455, punkterna 34–37).

55 Harmoniseringsbyråns möjlighet att låta en och samma motivering för tillämpning av ett absolut registreringshinder avse en hel kategori eller grupp av varor eller tjänster får emellertid inte äventyra syftet med motiveringsskyldigheten enligt artikel 253 EG och artikel 73 första meningen i förordning nr 40/94. Detta syfte är att ett beslut om avslag på en ansökan om registrering av ett gemenskapsvarumärke ska kunna underställas en verksam domstolsprövning (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 21 november 2007 i mål T-111/06, Wesergold Getränkeindustrie mot harmoniseringsbyrån – Lidl Stiftung (VITAL FIT), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 62). Det krävs därför att de berörda varorna och tjänsterna har ett tillräckligt direkt och konkret samband med varandra för att det ska kunna anses att de utgör en kategori eller grupp som är så homogen att det är möjligt för harmoniseringsbyrån att använda sig av en samlad motivering (se, för ett liknande resonemang och analogt, förstainstansrättens dom av den 14 december 2006 i mål T-392/04, Gagliardi mot harmoniseringsbyrån – Norma Lebensmittelfilialbetrieb (MANU MANU MANU), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkterna 91 och 92). Blott omständigheten att varorna eller tjänsterna ingår i samma klass i Niceöverenskommelsen är härvid inte tillräcklig. I dessa klasser ingår nämligen ofta varor eller tjänster av vitt skilda slag mellan vilka det inte nödvändigtvis finns ett tillräckligt direkt och konkret samband.

56 Avsaknad av eller bristfällig motivering, som innebär åsidosättande av väsentliga formföreskrifter i den mening som avses i artikel 253 EG, är dessutom en grund som rör tvingande rätt och ska prövas ex officio av gemenskapsdomstolen (se förstainstansrättens dom av den 17 april 2008 i mål T-389/03, Dainichiseika Colour & Chemicals Mfg. mot harmoniseringsbyrån – Pelikan (återgivning av en pelikan), ej publicerad i rättsfallssamlingen, punkt 85 och där angiven rättspraxis).

57 Det är mot bakgrund av ovanstående principer som förstainstansrätten ska kontrollera huruvida överklagandenämnden har prövat och i tillräcklig grad motiverat sin bedömning att de sökta varumärkena saknar särskiljningsförmåga med avseende på de berörda varorna och tjänsterna. Med hänsyn till att ett minimum av särskiljningsförmåga i princip är tillräckligt för att registreringshindret i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 inte ska kunna tillämpas (förstainstansrättens dom av den 13 juni 2007 i mål T-441/05, IVG Immobilien mot harmoniseringsbyrån (I), REG 2007, s. II-1937, punkt 42), är det nämligen särskilt viktigt att harmoniseringsbyrån iakttar motiveringsskyldigheten avseende samtliga nämnda varor och tjänster.

Varorna benämnda ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort)”, ”magnetiska databärare” och ”mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater” i klass 9

58 Det ska erinras om att överklagandenämnden i punkterna 32 och 33 i de angripna besluten i huvudsak konstaterade att de sökta varumärkena, betraktade i sin helhet, kan användas för att beteckna både arten av och syftet med varorna ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort), magnetiska databärare och mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater” i klass 9, eftersom varorna utgör smartkort. Dessutom anser överklagandenämnden dels att genomsnittskonsumenten uppfattar den omständigheten att varorna är kopplade till betalning via Internet som en egenskap, eller till och med en grundläggande egenskap, hos dessa varor, dels att varornas särskilda och nödvändiga funktion är att säkerställa

genomförandet av dels tjänster för kommunikation och överföring av information via direktanslutning, dels transaktioner i form av köp på distans.

59 Med hänsyn till varornas egenskaper och deras likartade, eller rent av identiska, funktioner anser förstainstansrätten att de utgör en homogen grupp varor, i den utsträckning som de består av ett kort som är försett med en magnetremsa, en mikroprocessor eller ett mikrochip som kan spara och överföra information med hjälp av ett (digitalt) verktyg för läsning och behandling av data, vilket inte har styrkts för magnetiska databärare (se nedan punkterna 63–65). Varorna möjliggör nämligen överföring av information och data – som registreras på själva kortet – via ett kommunikationsnät, såsom Internet eller ett kabel- eller satellitnät, till en tjänsteleverantör såsom en Internetleverantör eller en telekommunikations- eller tv-operatör, i syfte att kortet ska verifiera innehavaren och dennes rätt till åtkomst. Varorna gör det vidare möjligt för innehavaren att, i förekommande fall mot betalning, vinna tillträde till det ifrågavarande kommunikationsnätet i syfte att överföra, ta emot och spara annan information och data samt genomföra vissa transaktioner via direktanslutning, inbegripet elektronisk betalning vid köp på distans (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkt 64). Detta gäller även för ”mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater” under förutsättning att dessa mekanismer, såsom en dekoder eller en box för mottagning av kostnadsbelagda tv-program som erbjuds via ett kabel- eller satellitnät, är försedda med både ett kort (ofta benämnt smartcard (smartkort)) och en anordning som möjliggör insättning av kortet i syfte att användaren ska kunna beviljas kostnadsbelagd åtkomst till ett sådant nät.

60 Överklagandenämnden kunde därför med giltig verkan slå fast, i punkt 33 i de angripna besluten, att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD har ett direkt och konkret samband med ovannämnda kort. Den omständigheten att överklagandenämnden betecknade dessa varor som smartkort i punkt 32 i de angripna besluten föranleder inte någon annan bedömning. Smartkort kan nämligen ha samma egenskaper och funktioner som magnetkort och är i likhet med magnetkorten ofta försedda med en magnetremsa, och det är inte säkert att genomsnittskonsumenten kan

skilja mellan de olika korten och deras egenskaper och funktioner (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkt 65).

61 Den omständigheten att överklagandenämnden sålunda vidtog en bedömning som huvudsakligen rörde frågan huruvida de sökta varumärkena var beskrivande för de berörda varornas egenskaper och funktioner påverkar inte denna slutsats. Det framgår nämligen av fast rättspraxis att det är uppenbart att tillämpningsområdena för de registreringshinder som anges i artikel 7.1 b, c och d överlappar varandra. Detta innebär att ett ordmärke kan sakna särskiljningsförmåga i förhållande till varor eller tjänster med avseende på vilka det är beskrivande, med förbehåll för att det kan finnas andra skäl för avsaknaden av särskiljningsförmåga (se, för ett liknande resonemang, domstolens dom av den 12 februari 2004 i mål C-265/00, Campina Melkunie, REG 2004, s. I-1699, punkterna 18 och 19, och domen i det ovan i punkt 31 nämnda målet Eurohypo mot harmoniseringsbyrån, punkterna 54 och 69).

62 Talan ska följaktligen, såvitt avser grunden om åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning nr 40/94, ogillas med avseende på följande varor: ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort)” samt ”mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater” i klass 9 i Niceöverenskommelsen.

63 Vad gäller varorna ”magnetiska databärare” ska det erinras om att överklagandenämnden, i punkt 32 i de angripna besluten, slog fast att även dessa varor utgör smartkort och, i punkt 33 i nämnda beslut, att deras särskilda och nödvändiga funktion är att säkerställa genomförandet av de tjänster för kommunikation och överföring av information via direktanslutning som är oumbärliga för att genomföra distansköp. I sina inlagor har harmoniseringsbyrån tillagt att dessa varor kan förekomma i form av kort och möjliggöra kostnadsbelagd åtkomst till Internet eller något annat kommunikationsnät.

64 Oavsett om överklagandenämnden hade rätt att begränsa sig till en samlad motivering framgår det av förteckningen över varor som ingår i klass 9 – såsom den angetts i ansökan om registrering och i vilken ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort” och ”magnetiska databärare” framställs som skilda varor – att magnetiska databärare, såvida inte motsatsen bevisas, normalt sett inte är smartkort och inte nödvändigtvis besitter smartkortens egenskaper och funktioner, såsom dessa beskrivits ovan i punkt 59. Det ankommer därför på harmoniseringsbyrån dels att fastställa att dessa bärare kan förekomma i form av kort, besitta samma grundläggande egenskaper som dessa och uppfattas som kort av genomsnittskonsumenten, dels tillhandahålla konkreta indikationer, eller till och med konkreta bevis, i detta avseende, vilket harmoniseringsbyrån emellertid inte har gjort. Detta är desto nödvändigare med hänsyn till att det är föga troligt att genomsnittskonsumenten kan associera kortegenskaper med en magnetisk hårddisk eller ett magnetband för lagring av audiovisuellt material (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkterna 71 och 72).

65 Med hänsyn till hur omsättningskretsen uppfattar innebörden av de sökta varumärkena, närmare bestämt som ett betalkort för genomförande av elektroniska transaktioner, särskilt via Internet, eller för kostnadsbelagd åtkomst till Internet, anser förstainstansrätten att överklagandenämnden i det nu aktuella fallet inte i tillräcklig grad har visat att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD inte kan fylla ett varumärkes grundläggande funktion, nämligen att ange det kommersiella ursprunget för varorna ”magnetiska databärare”.

66 Talan ska således bifallas såvitt avser grunden att artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 har åsidosatts med avseende på varorna ”magnetiska databärare”.

Övriga varor i klass 9

67 Vad gäller övriga varor i klass 9, såsom de angetts ovan i punkt 8, har överklagandenämnden i punkterna 30 och 31 i de angripna besluten rent allmänt konstaterat att varornas särskilda och nödvändiga funktion är att säkerställa att de telekommunikationstjänster och bank- och finansiella tjänster som är oumbärliga för att göra sådana betalningar kan genomföras. Överklagandenämnden har nått denna slutsats mot

bakgrund av att det huvudsakliga syftet med de sökta varumärkena är att förmå konsumenten att köpa de aktuella varorna och använda de aktuella tjänsterna i syfte att genomföra betalningar via direktanslutning med hjälp av ett kort.

68 Med hänsyn till att de varor som angetts ovan i punkt 8, vars grundläggande egenskaper inte har beskrivits i de angripna besluten, är av mycket varierande och heterogen karaktär, är det emellertid omöjligt att på grundval av överklagandenämndens mycket allmänt hållna och vaga motivering pröva huruvida sambandet mellan å ena sidan de nämnda varorna och å andra sidan kort med de ovan i punkt 59 angivna funktionerna och egenskaperna är tillräckligt direkt och konkret för att det ska kunna anses vara fråga om en sådan homogen grupp av varor som kan bli föremål för en samlad motivering, i likhet med den i punkterna 30 och 31 i de angripna besluten.

69 De angripna besluten innehåller nämligen inte ens början till en motivering till vare sig varför överklagandenämnden tycks anse att dessa varor och de varor som avses ovan i punkt 62 inte desto mindre har gemensamma egenskaper som motiverar att de olika varorna ska anses utgöra en homogen grupp eller varför kännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD saknar särskiljningsförmåga med avseende på just dessa varor. Under alla förhållanden är det inte uppenbart att den mycket allmänna beskrivningen av dessa varors påstådda funktion, nämligen att säkerställa genomförandet av de telekommunikationstjänster och bank- och finansiella tjänster som är oumbärliga för att göra betalningar via direktanslutning med hjälp av ett kort, är relevant för varor såsom ”fotografiska och kinematografiska apparater och instrument samt apparater och instrument för signalering, kontroll (övervakning)”, ”grammofonskivor, elektroniska kalendrar, automatiska distributionsmaskiner, videoband, sedelautomater, biljettautomater, utmatare av kontoutdrag, kameror (kinematografiska apparater), videokameror”, ”videokassetter, cd-romskivor, streckkodsläsare, cd-skivor (audio-video), optiska cd-skivor, detektorer för falska mynt, disketter” och ”telefonapparater, tv-apparater”, eftersom deras funktioner och egenskaper kan variera i betydande mån. Det vaga argument som harmoniseringsbyrån framförde under förhandlingen, enligt vilket dessa varor i likhet med en webbkamera utgör nödvändiga tillbehör för att det ska vara möjligt att med hjälp av ett kort genomföra transaktioner via ett IT-nätverk kan inte, ens under antagandet att argumentet är välgrundat, vilket harmoniseringsbyrån för övrigt inte har påstått avseende de övriga berörda varorna i klass 9, kompensera för denna brist på motivering i de angripna besluten. Harmoniseringsbyrån har nämligen inte rätt att under domstolsförfarandet framföra

kompletterande skäl avseende ett avgörande som enligt artikel 253 EG är behäftat med bristande motivering (domstolens dom av den 28 juni 2005 i de förenade målen C-189/02 P, C-202/02 P, C-205/02 P–C-208/02 P och C-213/02 P, Dansk Rørindustri m.fl. mot kommissionen, REG 2005, s. I-5425, punkt 463; se förstainstansrättens dom av den 15 september 1998 i de förenade målen T-374/94, T-375/94, T-384/94 och T-388/94, European Night Services m.fl. mot kommissionen, REG 1998, s. II-3141, punkt 95 och där angiven rättspraxis; se även, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 18 januari 2005 i mål T-93/02, Confédération nationale du Crédit mutuel mot kommissionen, REG 2005, s. II-143, punkt 126).

70 Den samlade motiveringen i punkterna 30 och 31 i de angripna besluten uppfyller således inte kraven i artikel 253 EG och artikel 73 första meningen i förordning nr 40/94, såsom dessa har fastställts genom den rättspraxis som nämnts ovan i punkt 54. Den gör det nämligen inte möjligt att underställa de angripna besluten en verksam domstolsprövning avseende lagenligheten av överklagandenämndens bedömning att de sökta varumärkena saknar särskiljningsförmåga med avseende på de aktuella varorna i klass 9 i Niceöverenskommelsen.

71 I enlighet med den rättspraxis till vilken det har hänvisats ovan i punkt 56 ska frågan om bristande motivering, som är en grund som rör tvingande rätt, prövas ex officio och de angripna besluten ska följaktligen ogiltigförklaras i detta avseende.

Tjänsterna i klasserna 36 och 38

— Skälen i de angripna besluten

72 Såvitt avser bedömningen och motiveringen i de angripna besluten rörande avsaknaden av särskiljningsförmåga hos kännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD med avseende på de berörda tjänsterna i klasserna 36 och 38 i Niceöverenskommelsen,

erinrar förstainstansrätten om följande: Överklagandenämnden konstaterade först och främst allmänt, i punkt 34 i de angripna besluten, att nämnda kännetecken har en rent informativ och säljfrämjande karaktär med avseende på samtliga tjänster i klasserna 36 och 38. Detta medför att omsättningskretsen inte uppfattar varumärkena som en upplysning om nämnda tjänsters kommersiella ursprung. Det huvudsakliga eller underordnade innehållet i samtliga tjänster är elektroniska kommunikationstjänster, bland annat via Internet, intranät eller extranät, samt direkttjänster inom bank-, finans- och försäkringsområdena.

73 Överklagandenämnden fann därefter, i punkt 35 i de angripna besluten, att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD, med avseende på tjänsterna i klass 36, förmedlar ett tydligt informationsbudskap, nämligen att den information och de transaktioner som är knutna till tjänsterna kan erhållas respektive genomföras på distans tack vare ett betalkort som ställs till användarens förfogande, och som är kopplat till Internet eller något annat IT-nätverk. Såvitt avser tjänsterna i klass 38 konstaterade överklagandenämnden i punkt 36 i de angripna besluten att de rör en samling metoder för överföring av elektronisk information och har ett omedelbart samband med funktionen och användningen av Internet och informationsteknik i allmänhet. Ur genomsnittskonsumentens synvinkel utgör därför möjligheten att genomföra betalningstransaktioner via nämnda nät med hjälp av ett smartkort en egenskap hos de ifrågavarande tjänsterna.

74 Överklagandenämnden fann slutligen, i punkt 37 i de angripna besluten, att de sökta varumärkena betraktade i sin helhet framför allt uppfattas som en kommersiell presentation av de berörda varorna och tjänsterna och att deras huvudsakliga, eller till och med enda, funktion är att ange för den berörda konsumenten att varan eller tjänsten möjliggör betalningar via direktanslutning med hjälp av ett kort.

— ”Kreditkortstjänster” och ”betalkortstjänster” i klass 36

75 Vad gäller ”kreditkortstjänster” och ”betalkortstjänster” i klass 36 konstaterar förstainstansrätten att dessa har ett direkt samband med de kort som avses ovan i punkt 62. Såsom förstainstansrätten redan har slagit fast (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkterna 75 och 76) är dessa tjänster av mycket varierande och komplex karaktär. De omfattar dels tjänster som banker som har utfärdat bankkort till sina kunder tillhandahåller i syfte att de ska kunna använda kortet, i förekommande fall via ett kommunikationsnät, dels tjänster av mycket varierande karaktär som tillhandahålls inom ramen för flera olika affärsrelationer, nämligen mellan de kortutgivande bankerna, de som förestår de olika näten och sköter clearingen av de genomförda betalningarna och de handlare som tillåter kunden att betala med kortet. Dessa tjänster måste därför tydligt skiljas från egenskaperna och funktionerna hos korten i sig, såsom dessa har beskrivits ovan i punkt 59, eftersom de går utöver den bilaterala affärsrelationen mellan den kortutgivande banken och konsumenten.

76 Icke desto mindre gjorde överklagandenämnden en riktig bedömning när den i punkt 35 i de angripna besluten konstaterade, om än i ganska abstrakta och allmänna ordalag, att alla dessa tjänster har en grundläggande gemensam egenskap, nämligen att samtliga rör transaktioner på distans som kan genomföras tack vare ett betalkort kopplat till Internet eller något annat IT-nätverk, och att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD förmedlar ett tydligt informationsbudskap beträffande dessa transaktioner.

77 Med hänsyn till dessa gemensamma egenskaper och syften, som är kopplade till området informationsteknik och Internet, kan nämnda tjänster trots sin varierande och komplexa karaktär utgöra en grupp tjänster som är tillräckligt homogen och som således kan bli föremål för en samlad motivering. På samma sätt var det med rätta som överklagandenämnden, med hänsyn särskilt till de sökta varumärkenas beståndsdelar payweb och p@yweb, som antyder att det är fråga om en funktion i form av betalning via ett elektroniskt kommunikationsnät eller datakommunikationsnät, slog fast att en normalt informerad och skäligen uppmärksam och medveten konsument uppfattar de sökta varumärkena så, att de åsyftar en odelbar helhet avseende kort och därtill knutna

tjänster, vilken syftar till att konsumenten ska kunna genomföra betalningar via direktanslutning med hjälp av nämnda kort.

78 Överklagandenämnden kunde sålunda med giltig verkan, i punkt 37 i de angripna besluten, anse att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD kan uppfattas framför allt som en kommersiell presentation av de berörda varorna och tjänsterna i den bemärkelsen att de antyder för omsättningskretsen att det är fråga om en vara eller tjänst som gör det möjligt för användaren att göra betalningar via direktanslutning tack vare ett kort. Den omständigheten att det, ur omsättningskretsens synvinkel, finns ett direkt och konkret samband mellan å ena sidan de sökta varumärkena och å andra sidan ”kreditkortstjänster” och ”betalkortstjänster” i klass 36 gör det nämligen möjligt att anse att nämnda varumärken har en funktion i form av en kommersiell presentation av nämnda tjänster samt att slå fast att de saknar särskiljningsförmåga med avseende på dessa tjänster.

79 Överklagandenämnden har följaktligen tillhandahållit en tillräcklig motivering till de angripna besluten och tillämpat artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 korrekt i den mån den avslog ansökan om registrering av de sökta varumärkena med avseende på kreditkortstjänster och betalkortstjänster i klass 36 i Niceöverenskommelsen.

— Övriga tjänster i klass 36

80 Såvitt avser övriga tjänster i klass 36 kan det för det första konstateras att dessa inte uppvisar ett lika direkt och konkret samband med de kort som avses ovan i punkt 62 som ”kreditkortstjänster” och ”betalkortstjänster” uppvisar, eftersom de förstnämnda tjänsterna avser ett stort antal olika affärstransaktioner inom fastighets-, försäkrings-, bank-, finans- och IT-områdena, även om dessa får anses i viss mån besläktade. Det ska vidare erinras om att det ur omsättningskretsens synvinkel är tillräckligt att de sökta varumärkena hänför sig till en funktion eller en särskild egenskap hos de aktuella tjänsterna för att det ska kunna fastställas att det saknas särskiljningsförmåga. De aktuella tjänsterna har emellertid en gemensam egenskap eller ett gemensamt syfte, närmare bestämt utförandet av affärstransaktioner inom de ovannämnda områdena,

däribland betalning med kort, den sistnämnda transaktionen i förekommande fall på elektronisk väg. De kan därför, med avseende på frågan huruvida en samlad motivering är möjlig, anses utgöra en homogen grupp av tjänster. Motiveringen i punkt 35 i de angripna besluten, enligt vilken de transaktioner som är knutna till tjänsterna kan erhållas och genomföras på distans tack vare ett betalkort som ställs till användarens förfogande, och som är kopplat till Internet eller något annat IT-nätverk, är visserligen kortfattad men räcker för att förstainstansrätten ska kunna pröva beslutets lagenlighet i detta avseende.

81 Ur genomsnittskonsumentens synvinkel finns det nämligen ett tillräckligt direkt och konkret samband mellan å ena sidan ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD och å andra sidan en särskild egenskap hos samtliga de övriga tjänsterna i klass 36, närmare bestämt möjligheten att med hjälp av ett kort kunna genomföra betalningstransaktioner på distans eller på elektronisk väg i samband med affärstransaktioner inom fastighets-, försäkrings-, bank-, finans- och IT-områdena. Det kan således konstateras att dessa kännetecken kan utgöra en ren kommersiell presentation av nämnda tjänster, vilket innebär att de saknar särskiljningsförmåga med avseende på nämnda tjänster.

82 Det ska emellertid preciseras att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD saknar särskiljningsförmåga i den mån tillhandahållandet av de tjänster som avses ovan i punkt 80 verkligen förutsätter användning av ett kort, såsom ett sjukförsäkringskort. När en tjänst kan erhållas oberoende av kort uppvisar kännetecknen inte, ur omsättningskretsens synvinkel, ett tillräckligt direkt och konkret samband med dessa tjänster, eftersom omsättningskretsen då måste föra ett komplicerat resonemang för att kunna etablera ett sådant samband. De sökta varumärkena saknar därför särskiljningsförmåga enbart med avseende på sådana tjänster i klass 36 som, i likhet med kreditkortstjänster och betalkortstjänster, förutsätter eller rör användning av ett kort (se, för ett liknande resonemang och analogt, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkt 82).

83 Mot denna bakgrund kan det konstateras att överklagandenämnden har tillhandahållit en tillräcklig motivering till de angripna besluten och har tillämpat artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 korrekt i den mån den avslog ansökan om registrering av de sökta varumärkena med avseende på samtliga berörda tjänster i klass 36 i Niceöverenskommelsen.

— Tjänsterna i klass 38

84 De tjänster som ingår i klass 38, benämnda ”telekommunikationer, kommunikation via datorterminaler, information avseende telekommunikation, elektronisk post, sändning av meddelanden, datorstödd överföring av meddelanden och bilder, överföring via satellit, överföring av information via Internet, intranät och extranät, tjänster för sändning av interaktiv datoriserad information, sändning av information som kommer från en databas, internationella offentliga dataöverföringstjänster mellan nätanslutna datorsystem, direktöverföring av information”, utgör, i likhet med ”kreditkortstjänster” och ”betalkortstjänster” i klass 36, en homogen grupp tjänster med direkt samband med området informationsteknik och Internet. De uppvisar dessutom, ur omsättningskretsens synvinkel, ett direkt och konkret samband med ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD, eftersom de framför allt betecknar en funktion i form av överföring av uppgifter via Internet eller andra kommunikationsnät, till exempel med avseende på köp på distans som kan genomföras tack vare ett kort av det slag som nämnts ovan i punkt 59. Möjligheten att med hjälp av ett kort få åtkomst till Internet eller andra kommunikationsnät och där genomföra transaktioner i form av överföring av data och andra direkttransaktioner, såsom köp och betalning på distans, utgör nämligen en egenskap som är gemensam för dessa tjänster. I likhet med vad som har angetts ovan i punkt 60, kan omständigheten att överklagandenämnden grundade sin analys på smartkort inte i sig medföra att bedömningen ska anses oriktig (se, för ett liknande resonemang och analogt, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkterna 79 och 80).

85 Överklagandenämnden gjorde således en riktig bedömning när den i punkt 37 i de angripna besluten fann att omsättningskretsen uppfattar ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD som beteckningar för en odelbar helhet avseende kort och tjänster som gör det möjligt för användaren att genomföra betalningar via direktanslutning. De sökta varumärkena fyller följaktligen inte sin grundläggande funktion, som består i att identifiera de ifrågavarande tjänsternas kommersiella ursprung.

86 Det ska emellertid preciseras att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD endast saknar särskiljningsförmåga i den mån tillhandahållandet av de tjänster som avses ovan i punkt 84 verkligen förutsätter användning av ett kort. När dessa tjänster kan tillhandahållas oberoende av kort uppvisar kännetecknen inte, ur omsättningskretsens synvinkel, ett tillräckligt direkt och konkret samband med dessa tjänster, eftersom omsättningskretsen måste föra ett komplicerat resonemang för att kunna etablera ett sådant samband. De sökta varumärkena saknar därför endast särskiljningsförmåga med avseende på sådana tjänster i klass 38 som, i likhet med kreditkortstjänster och betalkortstjänster, förutsätter eller rör användning av ett kort.

87 I den mån tillhandahållandet av tjänsterna i klass 38, såsom de angetts ovan i punkt 84, förutsätter användning av ett kort, gjorde överklagandenämnden således en riktig bedömning när den slog fast att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD inte har tillräcklig särskiljningsförmåga med avseende på nämnda tjänster. Talan kan således inte bifallas såvitt avser grunden om åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 i den mån den avser beslutet att inte godkänna registrering av de sökta varumärkena med avseende på nämnda tjänster.

88 Vad gäller övriga tjänster i klass 38, närmare bestämt dem som benämnts ”informationsbyråer (nyheter) speciellt inom banksektorn, kommunikation via radiofoni, kommunikation via telefon, sändning av telegram, överföring av telegram, utsändning av tv-program, radioutsändning, televisionssändning, uthyrning av apparater för telekommunikation, uthyrning av apparater för sändning av meddelanden, uthyrning av telefoner, mobil radiotelefoni, telefontjänster”, innehåller de angripna besluten inte ens början till en motivering till varför överklagandenämnden anser att dessa tjänster och de tjänster som angetts ovan i punkt 84 utgör en homogen grupp, vilket skulle kunna rättfärdiga en sådan samlad motivering som tillhandahållits i punkterna 36 och 37 i de angripna besluten. I besluten finns inte heller någon förklaring som gör det

möjligt att pröva huruvida överklagandenämnden hade goda skäl för sin bedömning att ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD inte har tillräcklig särskiljningsförmåga med avseende på just dessa övriga tjänster.

89 Även om motiveringen i punkt 36 i de angripna besluten – enligt vilken tjänsterna i fråga omfattar en samling metoder för överföring av elektronisk information och har ett omedelbart samband med funktionen och användningen av Internet och informationsteknik i allmänhet, vilket innebär att möjligheten att genomföra betalningstransaktioner via nämnda nät med hjälp av ett smartkort utgör en egenskap hos dessa tjänster – är relevant för de tjänster som angetts ovan i punkt 84, är den inte med nödvändighet relevant för övriga tjänster i klass 38. Under alla förhållanden framgår inte av denna allmänt hållna motivering skälen till varför dessa tjänster, ur den normalt informerade och skäligen uppmärksamma och medvetna konsumentens synvinkel, med avseende på ordkännetecknen P@YWEB CARD och PAYWEB CARD, uppvisar ett tillräckligt direkt och konkret samband med betalningar via direktanslutning som sker med hjälp av kort.

90 I övrigt är det argument som harmoniseringsbyrån har framfört under förfarandet vid förstainstansrätten – enligt vilket det är känt att det är möjligt att via Internet ta emot radioutsändningar, televisionssändningar och kommunikation via telefon – verkningslöst, eftersom harmoniseringsbyrån på detta stadium under förfarandet inte får framföra kompletterande skäl avseende ett avgörande som enligt artikel 253 EG är behäftat med bristande motivering (se hänvisningen till rättspraxis ovan i punkt 69).

91 Överklagandenämnden har följaktligen inte i tillräcklig mån motiverat sin bedömning att de sökta varumärkena saknar tillräcklig särskiljningsförmåga med avseende på de ovan i punkt 88 angivna tjänsterna. Den samlade motiveringen i punkterna 36 och 37 i de angripna besluten uppfyller således inte kraven i artikel 253 EG och artikel 73 första

meningen i förordning nr 40/94, eftersom den inte gör det möjligt att underställa de angripna besluten en verksam domstolsprövning.

92 I enlighet med den rättspraxis till vilken det har hänvisats ovan i punkt 56 ska frågan om bristande motivering, som är en grund som rör tvingande rätt, prövas ex officio och de angripna besluten ska följaktligen ogiltigförklaras i detta avseende.

Följderna av att registreringshindret i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 inte har åberopats

93 Med hänsyn till att överklagandenämnden inte fattade de angripna besluten på grundval av det absoluta registreringshindret i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 avseende de sökta varumärkenas beskrivande karaktär (se punkt 40 i de angripna besluten) och sökanden enbart har yrkat att de angripna besluten ska ogiltigförklaras (se ovan punkt 14), är frågan om tillämpningen av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 inte föremål för förevarande talan i den mening som avses i artikel 63 i nämnda förordning, och följaktligen inte heller för den legalitetsprövning som gemenskapsdomstolen har att vidta i det nu aktuella fallet (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 44 nämnda målet SURFCARD, punkt 85 och där angiven rättspraxis).

94 Sökandens argument avseende frågan om de sökta varumärkenas eventuellt beskrivande karaktär saknar således verkan, och förstainstansrätten saknar anledning att pröva dem.

95 Av allt det ovan anförda framgår att talan ska bifallas såvitt avser den grund som rör åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 och att de angripna besluten ska ogiltigförklaras i den del det däri slås fast att de sökta varumärkena saknar särskiljningsförmåga med avseende på

— varor i klass 9, såsom dessa har angetts ovan i punkt 2, med undantag för ”minnes- och mikroprocessorkort, magnetkort, identitetskort (magnet- och mikroprocessorkort), betalnings-, kredit- och bankkort (magnet- och mikroprocessorkort)” och ”mekanismer för förhandsbetalning avsedda för tv-apparater”,

— tjänster benämnda ”informationsbyråer (nyheter) speciellt inom banksektorn, kommunikation via radiofoni, kommunikation via telefon, sändning av telegram, överföring av telegram, utsändning av tv-program, radioutsändning, televisionssändning, uthyrning av apparater för telekommunikation, uthyrning av apparater för sändning av meddelanden, uthyrning av telefoner, mobil radiotelefoni, telefontjänster” i klass 38.

Rättegångskostnader

96 Enligt artikel 87.3 i rättegångsreglerna kan förstainstansrätten besluta att kostnaderna ska delas eller att vardera parten ska bära sin rättegångskostnad, om parterna ömsom tappar målet på en eller flera punkter. Mot bakgrund av omständigheterna i förevarande mål och med hänsyn till att de angripna besluten delvis har ogiltigförklarats och,

särskilt, till att sökanden inte har framställt några yrkanden i fråga om rättegångskostnaderna, ska vardera parten bära sin rättegångskostnad.

Mot denna bakgrund beslutar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (tredje avdelningen)

följande:

1) **De beslut som första överklagandenämnden vid Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån) har fattat den 10 juli 2007 (ärende R 119/2007-1) och den 12 september 2007 (ärende R 120/2007-1) ogiltigförklaras i den del de innebär avslag på ansökan om registrering som gemenskapsvarumärken av ordmärkena P@YWEB CARD och PAYWEB CARD för fotografiska och kinematografiska apparater och instrument samt apparater och instrument för signalering, kontroll (övervakning), apparater för inspelning, utsändning, återgivning av ljud eller bilder; grammofonskivor, elektroniska kalendrar, automatiska distributionsmaskiner, videoband, sedelautomater, biljettautomater, utmatare av kontoutdrag, kameror (kinematografiska apparater), videokameror, videokassetter, cd-romskivor, streckkodsläsare, cd-skivor (audio-video), optiska cd-skivor, detektorer för falska mynt, disketter, magnetiska databärare, optiska databärare, videobildskärmar, databehandlingsapparater, interkommunikationsapparater, gränssnitt (data), läsare (data), programvara (registrerade program), övervakningsprogram (datorprogram), datorer, kringutrustning för datorer, registrerade datorprogram, registrerade operativprogram (för datorer), radiotelefonianläggningar, mottagare (audio, video), telefonapparater, tv-apparater, tidregistreringsapparater, sändare (telekommunikation), centralenheter (processorer) för datorer, i klass 9, och för tjänsterna benämnda informationsbyråer (nyheter) speciellt**

inom banksektorn, kommunikation via radiofoni, kommunikation via telefon, sändning av telegram, överföring av telegram, utsändning av tv-program, radioutsändning, televisionssändning, uthyrning av apparater för telekommunikation, uthyrning av apparater för sändning av meddelanden, uthyrning av telefoner, mobil radiotelefoni, telefontjänster, i klass 38 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg.

2) **Talan ogillas i övrigt.**

3) **Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE) och harmoniseringsbyrån ska bära sina rättegångskostnader.**

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 20 maj 2009.

Underskrifter