WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (trzecia izba)

z dnia 20 maja 2009 r.*

W sprawach połączonych T-405/07 i T-406/07

Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), z siedzibą w Strasburgu (Francja), reprezentowana przez adwokatów P. Greffe'a, J. Schoumana oraz L. Paudrata,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowanemu przez A. Folliarda-Monguirala, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

mających za przedmiot skargi wniesione odpowiednio na decyzje Pierwszej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 10 lipca 2007 r. (sprawa R 119/2007-1) oraz z dnia

* Język postępowania: francuski.

12 września 2007 r. (sprawa R 120/2007-1), dotyczące zgłoszenia oznaczeń słownych P@YWEB CARD oraz PAYWEB CARD jako wspólnotowych znaków towarowych,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI
WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (trzecia izba),

w składzie: J. Azizi (sprawozdawca), prezes, E. Cremona i S. Frimodt Nielsen, sędziowie,

sekretarz: C. Kristensen, administrator,

po zapoznaniu się ze skargami złożonymi w sekretariacie Sądu w dniu 14 listopada 2007 r.,

po zapoznaniu się z postanowieniem z dnia 10 stycznia 2008 r. w przedmiocie połączenia spraw T-405/07 i T-406/07,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 1 lutego 2008 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 3 grudnia 2008 r.,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 1 czerwca 2004 r. skarżąca, Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE) dokonała zgłoszenia dwóch wspólnotowych znaków towarowych w Urzędzie Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 1), z późniejszymi zmianami. Znakami towarowymi zgłoszonymi do rejestracji są oznaczenia słowne P@YWEB CARD oraz PAYWEB CARD. Towary i usługi, dla których wystąpiono o rejestrację znaków towarowych, należą do klasy 9, 36 i 38 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami.

2 Decyzjami z dnia 5 i 7 grudnia 2006 r., na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) oraz ust. 2 rozporządzenia nr 40/94, ekspert odmówił zarejestrowania zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do wszystkich objętych zgłoszeniem towarów i usług. Te towary i usługi odpowiadają, w każdej ze wskazanych klas, następującemu opisowi:

— klasa 9: urządzenia i przyrządy fotograficzne, kinematograficzne, sygnalizacyjne, kontrolne, urządzenia do nagrywania, transmisji lub reprodukcji dźwięku lub obrazu; dyski do rejestracji dźwięku, notesy elektroniczne, dystrybutory automatyczne, taśmy wideo, automaty biletowe, wydające wyciągi bankowe, kamery (aparaty kinematograficzne), kamery wideo, karty pamięci lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne kodowane, karty identyfikujące magnetyczne lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne lub z mikroprocesorem płatnicze, kredytowe lub

debetowe, kasety wideo, CD-ROM-y, czytniki kodów kreskowych, dyski kompaktowe (audio-wideo), dyski kompaktowe optyczne, wykrywacze fałszywych monet, dyskietki, magnetyczne nośniki danych, optyczne nośniki danych, monitory ekranowe, urządzenia do przetwarzania informacji, urządzenia do komunikacji wewnętrznej, interfejsy komputerowe (informatyka), czytniki (sprzęt przetwarzania danych), programy komputerowe (nagrane), monitory (oprogramowanie komputerowe), komputery, komputerowe urządzenia peryferyjne, oprogramowanie komputerowe nagrane, sterujące programy komputerowe (nagrane), sprzęt radiotelefoniczny, odbiorniki (audio-wideo), urządzenia telefoniczne, urządzenia telewizyjne, mechanizmy na monety lub żetony do włączania telewizorów, urządzenia do rejestrowania przebiegu zjawisk czasowych, nadajniki (telekomunikacja), procesory (centralne jednostki przetwarzania);

— klasa 36: usługi związane z nieruchomościami, ubezpieczenie od wypadków, faktoring, bankowość, działalność finansowa, działalność monetarna, agencje kredytowe, agencje ściągania wierzytelności, analizy finansowe, ubezpieczenia, leasing, wycena majątku nieruchomego, emisja bonów wartościowych, kasy (banki) oszczędnościowe, gromadzenie, inwestowanie i lokowanie kapitału, obsługa kart kredytowych, obsługa kart debetowych, kaucje (gwarancje), wymiana walut, weryfikacja czeków, emisja czeków podróżnych, doradztwo finansowe, pośrednictwo ubezpieczeniowe, pośrednictwo w sprawach majątku nieruchomego, pośrednictwo giełdowe, kredytowanie, depozyty przedmiotów wartościowych, depozyty sejfowe, banki (kasy) oszczędnościowe, wycena finansowa (ubezpieczenia, bankowość, nieruchomości), usługi powiernicze, usługi finansowe, informacje finansowe (ubezpieczenia, bankowość, nieruchomości), obsługa inwestycji i lokat kapitałowych, transfer elektroniczny kapitału, zarządzanie majątkiem, informacje finansowe, ściąganie czynszów, ubezpieczenia zdrowotne, ubezpieczenia morskie, pożyczki pod zastaw, operacje finansowe, operacje walutowe, sponsorowanie finansowe, pożyczki (finansowanie), transakcje finansowe, ubezpieczenia na życie, obsługa rachunków maklerskich, usługi w zakresie informacji finansowych on-line, interaktywne usługi informatyczne dotyczące informacji finansowych, z wyłączeniem — w odniesieniu do wszystkich usług wskazanych w zgłoszeniach znaków towarowych — usług medycznych oraz dotyczących technologii medycznych finansowanych przez instytucje pokrywające koszty leczenia;

— klasa 38: telekomunikacja, agencje informacyjne (aktualności), w szczególności w sektorze bankowym, łączność poprzez terminale komputerowe, łączność radiowa, łączność telefoniczna, nadawanie telegramów, przekaz telegraficzny, rozpowszechnianie programów telewizyjnych, transmisja programów radiowych,

transmisja programów telewizyjnych, informacja o telekomunikacji, wypożyczanie urządzeń telekomunikacyjnych, wypożyczanie urządzeń do przesyłania informacji, wypożyczanie telefonów, poczta elektroniczna, przesyłanie informacji, komputerowa transmisja wiadomości i obrazów, łączność za pomocą telefonii komórkowej, transmisja satelitarna, usługi telefoniczne, przesyłanie informacji przez sieci Internet, intranet i ekstranet, interaktywne usługi informatyczne w zakresie przesyłania informacji, przesyłanie informacji pochodzących z informatycznych banków danych, międzynarodowe usługi przesyłania danych pomiędzy systemami informatycznymi połączonymi w sieć, przesyłanie informacji on-line, z wyłączeniem — w odniesieniu do wszystkich usług wskazanych w zgłoszeniach znaków towarowych — usług medycznych oraz dotyczących technologii medycznych finansowanych przez instytucje pokrywające koszty leczenia.

3 W dniu 16 stycznia 2007 r. skarżąca wniosła odwołania od decyzji eksperta na podstawie art. 57–62 rozporządzenia nr 40/94.

4 Decyzjami z dnia 10 lipca 2007 r. w sprawie R 119/2007–1 (sprawa T-405/07) oraz z dnia 12 września 2007 r. w sprawie R 120/2007–1 (sprawa T-406/07) (zwanymi dalej „zaskarżonymi decyzjami") Pierwsza Izba Odwoławcza OHIM oddaliła odwołania skarżącej.

5 Na poparcie zaskarżonych decyzji izba odwoławcza stwierdziła in meriti, że w rozpoznawanej sprawie właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów europejskich posiadających pewną znajomość języka angielskiego. Wyrazy „p@y" i „pay", które znaczą „płacić", mogą być kojarzone z dziedzinami takimi jak Internet i informatyka, zważywszy na to, że przeciętny konsument jest przyzwyczajony do korzystania z sieci Internetowej i elektronicznych środków płatniczych w celu dokonywania zakupów na odległość (pkt 15 i 16 zaskarżonych decyzji). Bezpośrednio i natychmiast dostrzegalne dla takiego konsumenta odniesienie do sieci Internetowej, handlu elektronicznego oraz telekomunikacji elektronicznej w ogólności jest wzmocnione przez znak typograficzny „@" w oznaczeniu P@YWEB CARD (pkt 15 i 16 decyzji zaskarżonej w sprawie T-405/07). Jeśli chodzi o wyraz „web", izba odwoławcza podkreśliła, że jest on powszechnie używany dla oznaczenia całej sieci

Internetowej. Ze względu na towary i usługi, dla których wystąpiono o zarejestrowanie znaków towarowych, wyraz ten byłby natychmiast rozumiany przez właściwy krąg odbiorców jako bezpośrednie odniesienie do Internetu oraz bardziej ogólnie do sieci informatycznych (pkt 17 i 18 zaskarżonych decyzji). Jeśli chodzi o wyraz „card", izba odwoławcza uznała, że jest on często używany w żargonie informatycznym, finansowym i bankowym. Przeciętny konsument rozumie go jako bezpośrednie odniesienie do kart kredytowych oraz generalnie do kart chipowych, a nie jako wskazówkę dotyczącą pochodzenia handlowego danych towarów i usług (pkt 19 i 20 zaskarżonych decyzji). W związku z powyższym każdy z elementów tworzących zgłoszone znaki towarowe jest pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do towarów i usług objętych zgłoszeniem (pkt 21 zaskarżonych decyzji).

6 Ponadto kombinacja trzech omawianych wyrazów połączonych w jedną całość nie jest arbitralna lub nietypowa w swej strukturze, nie zmienia sposobu ich postrzegania ani rozumienia przez właściwy krąg odbiorców. Z kombinacji „p@yweb card" i „payweb card" wynika bowiem, że sens trzech wyrazów, z których się składają, jest dokładnie taki sam jak sens wyrażenia złożonego z tych samych trzech wyrazów, lecz niepołączonych ze sobą (pkt 22–24 zaskarżonych decyzji). Zatem z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców struktura tych kombinacji nie stanowi dostrzegalnej różnicy w stosunku do terminologii używanej w języku potocznym, mogącej wskazywać na ich pochodzenie handlowe (pkt 25 zaskarżonych decyzji).

7 Jeśli chodzi o znaczenie trzech elementów składowych omawianych oznaczeń, izba odwoławcza zaznaczyła, że przeciętny konsument, który na co dzień styka się z technologiami Internetowymi i elektronicznymi, powinien natychmiast zrozumieć związek istniejący pomiędzy tymi technologiami, towarami i związanymi z nimi usługami a wyrazami „pay" lub „p@y", „web" i „card", które są powszechnie używane w żargonie informatycznym oraz w żargonie handlu elektronicznego (pkt 27 zaskarżonych decyzji). Kombinacja tych trzech elementów, powiązana z przedmiotowymi towarami i usługami, byłaby zatem rozumiana przez właściwy krąg odbiorców jako wskazująca na kartę, której można używać w celu dokonywania zakupów za pośrednictwem Internetu oraz generalnie nowe technologie elektroniczne wykorzystywane do celów informacji i komunikacji (pkt 28 zaskarżonych decyzji).

8 Tym samym zgłoszone znaki towarowe mają głównie na celu zachęcanie konsumentów do kupowania określonych towarów i korzystania z określonych usług, aby móc dokonywać płatności on-line za pomocą karty. Dotyczy to takich towarów jak: „urządzenia i przyrządy fotograficzne, kinematograficzne, sygnalizacyjne, kontrolne, urządzenia do nagrywania, transmisji lub reprodukcji dźwięku lub obrazu; dyski do rejestracji dźwięku, notesy elektroniczne, dystrybutory automatyczne, taśmy wideo, automaty biletowe, wydające wyciągi bankowe, kamery (aparaty kinematograficzne), kamery wideo, kasety wideo, CD-ROM-y, czytniki kodów kreskowych, dyski kompaktowe (audio-wideo), dyski kompaktowe optyczne, wykrywacze fałszywych monet, dyskietki, optyczne nośniki danych, monitory ekranowe, urządzenia do przetwarzania informacji, urządzenia do komunikacji wewnętrznej, interfejsy komputerowe (informatyka), czytniki (sprzęt przetwarzania danych), programy komputerowe (nagrane), monitory (oprogramowanie komputerowe), komputery, komputerowe urządzenia peryferyjne, oprogramowanie komputerowe nagrane, sterujące programy komputerowe (nagrane), sprzęt radiotelefoniczny, odbiorniki (audio-wideo), urządzenia telefoniczne, urządzenia telewizyjne, urządzenia do rejestrowania przebiegu zjawisk czasowych, nadajniki (telekomunikacja), procesory (centralne jednostki przetwarzania)” należących do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego. Szczególną i konieczną funkcją wszystkich tych towarów jest zapewnienie uruchomienia usług telekomunikacyjnych oraz usług bankowych i finansowych niezbędnych do realizowania płatności on-line (pkt 30 i 31 zaskarżonych decyzji).

9 Ponadto zgłoszone znaki towarowe, odczytane w całości, mogłyby służyć do oznaczenia zarówno rodzaju, jak i przeznaczenia następujących towarów: „karty pamięci lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne kodowane, karty identyfikujące magnetyczne lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne lub z mikroprocesorem płatnicze, kredytowe lub debetowe, magnetyczne nośniki danych, mechanizmy na monety lub żetony do włączania telewizorów”, należących do tej samej klasy. Według izby odwoławczej towary te są kartami chipowymi, których można używać w sieci Internetowej jako środka płatniczego. Ponadto szczególną funkcją tych towarów jest zapewnienie uruchomienia oferowanych przez skarżącą usług komunikacyjnych oraz transmisji informacji on-line, które są niezbędne do dokonywania zakupów na odległość. Zatem z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców istnieje bezpośredni i konkretny związek między zgłoszonymi znakami towarowymi a tymi towarami (pkt 32 i 33 zaskarżonych decyzji).

10 Czysto informacyjny i promocyjny charakter zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do usług należących do klasy 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego stanowi przeszkodę w postrzeganiu ich przez właściwy krąg odbiorców jako wskazówki na temat pochodzenia handlowego tych usług. Głównym lub dodatkowym przedmiotem wszystkich tych usług są usługi telekomunikacji elektronicznej, włącznie z tymi świadczonymi przez Internet, a także usługi on-line w sektorach bankowym, finansowym i ubezpieczeniowym (pkt 34 zaskarżonych decyzji). Jeśli chodzi o usługi należące do klasy 36, izba odwoławcza stwierdziła, że zgłoszone znaki towarowe zawierają jasny przekaz informacyjny, a mianowicie że informacje i operacje związane z omawianymi usługami mogą być uzyskane i zrealizowane na odległość dzięki udostępnieniu karty płatniczej podłączonej do Internetu lub w ogólności do jakiejś sieci informatycznej. Ponadto ponieważ usługi należące do klasy 38 odnoszą się do procesów transmisji informacji elektronicznych, mają one bezpośredni związek z funkcjonowaniem oraz z użytkowaniem sieci Internetowej oraz generalnie z nowymi technologiami informatycznymi (pkt 35 i 36 zaskarżonych decyzji).

11 Wynika stąd, że zgłoszone znaki towarowe, widziane w całości, byłyby zasadniczo postrzegane jako handlowa prezentacja omawianych towarów i usług oraz że ich główną, jeśli nie wyłączną, funkcją byłoby informowanie danego konsumenta, że ma do czynienia z towarem lub z usługą umożliwiającą mu dokonywanie płatności on-line za pomocą karty (pkt 37 zaskarżonych decyzji).

12 Izba odwoławcza wysnuła stąd wniosek, że ekspert słusznie uznał, że podstawa odmowy rejestracji przewidziana w art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 stanowi przeszkodę do zarejestrowania zgłoszonych znaków towarowych. Izba stwierdziła, że w tych okolicznościach nie ma potrzeby rozstrzygać kwestii ewentualnego zastosowania art. 7 ust. 1 lit. c) wyżej wymienionego rozporządzenia (pkt 39 i 40 zaskarżonych decyzji).

Żądania stron

13 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności zaskarżonych decyzji;

— zarejestrowanie znaku towarowego dla wszystkich towarów i usług należących do klasy 9, 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

14 Na rozprawie, w odpowiedzi na pytanie Sądu, skarżąca sprecyzowała, iż żąda jedynie stwierdzenia nieważności zaskarżonych decyzji i że odstępuje od swojego drugiego żądania, co zostało zapisane w protokole z rozprawy.

15 OHIM wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

1. *Argumenty stron*

16 Skarżąca podnosi jedyny zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

17 Po pierwsze, skarżąca utrzymuje zasadniczo, że wyraz „pay" lub „p@y" nawiązuje do czasownika „płacić" i nie ma żadnego związku z dziedziną Internetu oraz informatyki. Ponadto w przypadku oznaczenia P@YWEB CARD element „p@y" jest nietypowy i zaskakujący ze względu na obecność znaku „małpa".

18 Po drugie, jeśli chodzi o wyraz „web", skarżąca zwraca uwagę, iż angielskojęzyczny krąg odbiorców rozumie ten wyraz przede wszystkim jako oznaczający tkaninę, sieć nici lub plątaninę, a przez analogię dowolny zbiór lub skomplikowaną sieć składającą się z węzłów i odgałęzień, a nie jako bezpośrednie odniesienie do Internetu lub sieci informatycznych. Wyraz „web" może być kojarzony z Internetem oraz z innymi sieciami telekomunikacyjnymi tylko jako skrót od wyrażenia „world wide web", a w takim przypadku zawsze poprzedza go rodzajnik określony „the".

19 Po trzecie, skarżąca podkreśla, że wyraz „card" oznacza, w pierwszej kolejności, kawałek papieru lub kartonu i nie jest rozumiany przez konsumentów jako odniesienie do dziedziny informatyki, bankowości lub finansów.

20 Po czwarte, jeśli chodzi o nietypową kombinację „payweb" lub „p@yweb", których żaden z elementów nie zalicza się do tej samej dziedziny i które odwołują się do różnych pojęć, skarżąca utrzymuje, że kombinacja ta nie posiada żadnego bezpośredniego znaczenia, pewnego i natychmiastowo rozpoznawalnego dla angielskojęzycznego konsumenta danych towarów i usług, a zatem ma charakter odróżniający. Identyczna sytuacja występuje w przypadku kombinacji elementów „pay" lub „p@y", „web" i „card" rozpatrywanej jako całość, która to kombinacja wymaga głębszej analizy i jest niezgodna z regułami składni języka angielskiego.

21 W związku z powyższym zgłoszone znaki towarowe stanowią kombinacje arbitralne w odniesieniu do towarów i usług objętych zgłoszeniem, powstałe w wyniku nietypowego i specyficznego połączenia wyrazów „pay" lub „p@y", „web" oraz „card", i pozbawione są jasnego, natychmiast rozpoznawalnego znaczenia. W istocie izba odwoławcza mogła dojść do swoich wniosków tylko w wyniku złożonego rozumowania, jakiego nie przeprowadzałby przeciętny, dostatecznie uważny i rozsądny konsument. Zważywszy, że dla właściwego kręgu odbiorców zgłoszone znaki towarowe nie mają bezpośredniego, pewnego i natychmiast zrozumiałego znaczenia, nie mogą być one uważane za opisujące towary i usługi objęte zgłoszeniem albo jedną lub kilka ich cech charakterystycznych i w odniesieniu do nich mają charakter odróżniający.

22 Jeśli chodzi o towary należące do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, wymienione w pkt 8 powyżej, skarżąca odrzuca jako w sposób oczywisty błędne twierdzenie izby odwoławczej, jakoby szczególną i konieczną funkcją wszystkich tych towarów było zapewnienie uruchomienia usług telekomunikacyjnych oraz usług bankowych i finansowych niezbędnych do realizowania płatności on-line. W odniesieniu do takich towarów zgłoszone znaki towarowe nie byłyby postrzegane przez właściwy krąg odbiorców jako wskazówka dotycząca ich pochodzenia handlowego. Jedynie na podstawie złożonego rozumowania, jakiego nie przeprowadzałby prze-

ciętny, dostatecznie uważny i rozsądny konsument, izba odwoławcza mogła dojść do wniosku, że zgłoszone znaki towarowe nie mają charakteru odróżniającego w stosunku do towarów i usług objętych zgłoszeniem.

23 Jeśli chodzi o inne towary należące do klasy 9, wymienione w pkt 9 powyżej, skarżąca uważa, głównie z powodów przedstawionych w pkt 21 i 22 powyżej, że ocena izby odwoławczej również jest błędna. Wreszcie z analogicznych powodów skarżąca utrzymuje, że ocena izby odwoławczej dotycząca usług należących do klasy 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego jest także błędna.

24 Na podstawie poprzedzających wywodów skarżąca twierdzi, że zgłoszone znaki towarowe w odniesieniu do wszystkich objętych zgłoszeniem towarów i usług wykazują charakter odróżniający i że nie mają charakteru opisowego.

25 OHIM wnosi o oddalenie skarg głównie na tej podstawie, że zgłoszone znaki towarowe — odczytane w całości — byłyby postrzegane, po pierwsze, jako karta płatnicza dla transakcji elektronicznych w Internecie, a po drugie, jako karta umożliwiająca odpłatny dostęp do Internetu.

26 Jeśli chodzi o pierwsze z powyższych znaczeń, OHIM twierdzi, że oznaczenia P@YWEB CARD i PAYWEB CARD opisują bezpośrednio rodzaj lub przeznaczenie kart magnetycznych lub kart z mikroprocesorem płatniczych, kredytowych lub debetowych, a także kart pamięci lub z mikroprocesorem oraz kart magnetycznych należących do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, w zakresie w jakim mogą one zostać wykorzystane jako karty płatnicze. Taki sam tok rozumowania można zastosować do

usług związanych z kartami kredytowymi oraz do usług związanych z kartami debetowymi, należących do klasy 36, oraz generalnie do wszystkich usług dotyczących nieruchomości lub usług finansowych oznaczonych przez zgłoszone znaki towarowe, a których przedmiotem jest w szczególności przesyłanie kwot pieniężnych. Znaczenie to opisuje również funkcję wszystkich produktów informatycznych należących do klasy 9, a także usług telekomunikacyjnych należących do klasy 38, stanowiących akcesoria niezbędne do uruchomienia informatycznego systemu płatności przez Internet.

27 Jeśli chodzi o drugie z powyższych znaczeń, OHIM utrzymuje, że opisuje ono rodzaj i funkcję kart identyfikujących magnetycznych lub z mikroprocesorem należących do klasy 9, ponieważ towary te mogą umożliwiać identyfikację użytkownika Internetu w celu zapewnienia poufności wymienianych informacji lub transakcji przeprowadzanych przez Internet. Podobnie jest w przypadku magnetycznych nośników danych oraz optycznych nośników danych należących do tej samej klasy w zakresie, w jakim te nośniki mogą mieć formę kart i umożliwiać odpłatny dostęp do Internetu. Znaczenie to opisuje również funkcję usług telekomunikacyjnych należących do klasy 38.

28 Zgłoszone znaki towarowe opisują funkcje wszystkich tych usług, których wspólnym elementem może być odbieranie lub przesyłanie informacji (odpłatnie) przez Internet. Dotyczy to usług związanych z łącznością radiową, rozpowszechnianiem programów telewizyjnych, nadawaniem sygnału radiowego i telewizyjnego, łącznością za pomocą telefonii komórkowej, transmisją satelitarną, usługami telefonicznymi, ponieważ wiadomo, że Internet umożliwia odbiór programów radiowych i telewizyjnych, a także połączenia telefoniczne.

29 W związku z powyższym, według OHIM, zgłoszone znaki towarowe będą rozumiane raczej jako wskazówka dotycząca rodzaju, przeznaczenia lub zasad działania przedmiotowych towarów i usług niż jako odniesienie do ich pochodzenia handlowego. Żaden z ich elementów nie pozwala właściwemu kręgowi odbiorców na łatwe i natychmiastowe zapamiętanie ich jako znaków towarowych odróżniających te towary i usługi.

2. *Ocena Sądu*

Przypomnienie odpowiednich podstaw prawnych i orzecznictwa

30 Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 nie są rejestrowane „znaki towarowe, które pozbawione są jakiegokolwiek odróżniającego charakteru".

31 Pojęcie interesu ogólnego chronionego przez art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 pokrywa się z podstawową funkcją znaku towarowego, jaką jest zagwarantowanie konsumentowi czy końcowemu odbiorcy, że towar lub usługa oznaczone danym znakiem towarowym pochodzą z określonego przedsiębiorstwa, umożliwiając mu — bez ryzyka wprowadzenia w błąd — odróżnienie tego towaru lub usługi od towarów i usług pochodzących z innych przedsiębiorstw (zob. podobnie wyrok Trybunału z dnia 8 maja 2008 r. w sprawie C-304/06 P Eurohypo przeciwko OHIM, Zb.Orz. s. I-3297, pkt 56 i przytoczone tam orzecznictwo).

32 Zatem charakter odróżniający w rozumieniu tego przepisu ma znak towarowy, który pozwala określić towar lub usługę, dla których dokonano zgłoszenia, jako pochodzący z określonego przedsiębiorstwa, pozwala więc odróżnić ten towar lub usługę od towarów i usług innych przedsiębiorstw (wyrok Trybunału z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawach połączonych C-456/01 P i C-457/01 P Henkel przeciwko OHIM, Rec. s. I-5089, pkt 34). W tym celu nie jest konieczne, aby znak towarowy zawierał dokładną informację na temat tożsamości wytwórcy towaru lub wykonawcy usługi. Wystarczy, że znak towarowy pozwala właściwemu kręgowi odbiorców na odróżnienie towaru lub usługi, które są nim oznaczone, od towarów i usług o innym pochodzeniu handlowym, oraz na stwierdzenie, że wszystkie towary lub usługi, które są nim oznaczone, zostały wyprodukowane i sprzedane albo wykonane pod kontrolą właściciela tego znaku towarowego, któremu to właścicielowi można przypisać odpowiedzialność za ich jakość [zob. wyrok Sądu z dnia 10 października 2008 r. w sprawach połączonych od T-387/06 do T-390/06 Inter-IKEA przeciwko OHIM (Wyobrażenie palety), pkt 27 i przytoczone tam orzecznictwo].

33 Natomiast pozbawione są charakteru odróżniającego w rozumieniu tego przepisu znaki towarowe, które nie pozwalają właściwemu kręgowi odbiorców ponownie dokonać takiego samego zakupu, jeśli doświadczenie okazało się pozytywne, albo unikać przy późniejszych zakupach danych towarów lub usług, jeśli doświadczenie było negatywne. Taka sytuacja występuje w szczególności w przypadku oznaczeń, które są powszechnie używane w obrocie określonego rodzaju towarami lub usługami. Takie oznaczenia uważane są bowiem za niezdolne do wypełniania podstawowej funkcji, jaką jest wskazywanie pochodzenia danego towaru lub usługi [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 12 marca 2008 r. w sprawie T-341/06 Compagnie générale de diététique przeciwko OHIM (GARUM), pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo].

34 Wreszcie charakter odróżniający należy oceniać, po pierwsze, w odniesieniu do towarów lub usług, dla których wystąpiono o rejestrację znaku towarowego, a po drugie — z uwzględnieniem jego postrzegania przez właściwy krąg odbiorców właściwie poinformowanych oraz dostatecznie uważnych i rozsądnych (ww. w pkt 32 wyrok w sprawie „Wyobrażenie palety", pkt 28 i przytoczone tam orzecznictwo).

W przedmiocie postrzegania zgłoszonych znaków towarowych przez właściwy krąg odbiorców

Uwagi ogólne

35 Jeśli chodzi przede wszystkim o ustalenie właściwego kręgu odbiorców, należy stwierdzić, że towary i usługi należące do klasy 9, 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, dla których w rozpoznawanej sprawie wystąpiono o rejestrację, są związane w szczególności z elektroniką, informatyką, wykorzystaniem sieci komunikacji i wymiany danych, z urządzeniami i nośnikami elektronicznymi, informatycznymi i telekomunikacyjnymi, a także z transakcjami handlowymi w sektorach finansowym, bankowym, ubezpieczeniowym oraz w sektorze nieruchomości i są one potrzebne

wszystkim przeciętnym konsumentom europejskim. Zważywszy, że zgłoszone znaki towarowe składają się z trzech wyrazów pochodzących z języka angielskiego oraz że język ten jest często używany w dziedzinie finansów, bankowości, elektroniki i informatyki, z którymi związane są wyżej wymienione klasy, izba odwoławcza słusznie uwzględniła przeciętnego konsumenta anglojęzycznego lub posiadającego elementarną znajomość języka angielskiego, który to konsument w każdym wypadku reprezentuje bardzo dużą część właściwego kręgu odbiorców.

36 Następnie należy zbadać, czy izba odwoławcza poprawnie przeanalizowała znaczenie trzech elementów składowych zgłoszonych znaków towarowych, branych pod uwagę oddzielnie oraz jako całość, z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców, i ustaliła, że brak im charakteru odróżniającego w odniesieniu do towarów i usług, dla których wystąpiono o rejestrację tych znaków towarowych.

37 Jak to stwierdzono w orzecznictwie, w przypadku złożonych oznaczeń słownych należy brać pod uwagę ich znaczenia ustalone na podstawie wszystkich elementów, z których się składają takie oznaczenia, a nie jedynie na podstawie jednego z tych elementów [wyrok Sądu z dnia 6 listopada 2007 r. w sprawie T-28/06 RheinfelsQuellen H. Hövelmann przeciwko OHIM (VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN), Zb.Orz. s. II-4413, pkt 32]. Jeżeli chodzi o tego rodzaju złożone znaki towarowe, to ocena ich charakteru odróżniającego nie może ograniczać się wyłącznie do analizy każdego z wyrazów lub elementów oddzielnie, lecz w każdym przypadku musi opierać się na całościowym sposobie postrzegania tych znaków towarowych przez właściwy krąg odbiorców, a nie na domniemaniu, że elementy samodzielnie pozbawione charakteru odróżniającego nie mogą po ich połączeniu wykazywać takiego charakteru. W istocie sama okoliczność, że każdy z tych elementów rozpatrywany oddzielnie jest pozbawiony charakteru odróżniającego, nie wyklucza możliwości, że tworzona przez nie kombinacja będzie wykazywać taki charakter (ww. w pkt 31 wyrok w sprawie Eurohypo przeciwko OHIM, pkt 41). Innymi słowy w celu dokonania oceny, czy dany znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego, należy także wziąć pod uwagę wywierane przezeń całościowe wrażenie, co może jednak wymagać przeprowadzenia na wstępie, przy tego rodzaju ocenie całościowej, sukcesywnej analizy poszczególnych elementów tworzących dany znak towarowy (wyrok Trybunału z dnia 25 października 2007 r. w sprawie C-238/06 P Develey przeciwko OHIM, Zb.Orz. s. I-9375, pkt 82).

38 W związku z powyższym należy przeanalizować zgłoszone znaki towarowe nie tylko z uwzględnieniem poszczególnych elementów, które wchodzą w ich skład oraz relacji pomiędzy nimi, lecz także w całości.

W przedmiocie trzech elementów składowych zgłoszonych znaków towarowych oraz ich relacji

39 Jeśli chodzi o angielski wyraz „pay" lub „p@y", izba odwoławcza poprawnie ustaliła, że oznacza on „płacić", przy czym zastąpienie litery „a" znakiem typograficznym „@" — który zawiera po prostu małą literę pisaną kursywą i otoczoną kółkiem — nie ma znaczącego wpływu na rozumienie go w ten sposób przez przeciętnego konsumenta. Jak utrzymuje OHIM, fakt, iż w języku angielskim słowo to jest używane głównie jako czasownik, nie stoi na przeszkodzie w używaniu go jako rzeczownika w kombinacjach takich jak „payTV" lub „payphone". W związku z powyższym należy stwierdzić, że z punktu widzenia przeciętnego konsumenta wyraz „pay" lub „p@y" posiada silną konotację finansową i bankową.

40 Skarżąca niesłusznie również kwestionuje istnienie związku pomiędzy wyrazem „pay" lub „p@y" z jednej strony a dziedziną informatyki i Internetu z drugiej strony. Jeśli chodzi o znak towarowy zgłoszony w sprawie T-405/07, taki związek wynika z samego faktu, iż wyraz „p@y" zawiera znak „małpa", co samo przez się nawiązuje do Internetu, a zwłaszcza do maili, tzn. wiadomości elektronicznych przesyłanych przez sieć Internetową.

41 Ponadto zgłoszone znaki towarowe łączą wyraz „pay" lub „p@y" z wyrazami „web" i „card", przy czym związki między wyrazami „pay" lub „p@y" oraz „web" są szczególnie silne ze względu na fakt, iż są połączone w jeden wyraz. W konsekwencji biorąc pod uwagę konotację informatyczną wyrazu „web" (zob. pkt 42 poniżej), izba odwoławcza słusznie stwierdziła w pkt 16 zaskarżonych decyzji, że właściwy krąg odbiorców natychmiast postrzega wyraz „pay" lub „p@y" jako związany z Internetem oraz z działalnością w zakresie płatności elektronicznych, co ma w szczególności miejsce w przypadku zakupów na odległość lub odpłatnego dostępu do sieci komunikacyjnej.

42 Jeśli chodzi o wyraz „web", należy odrzucić tezę skarżącej jakoby wyraz ten oznaczał głównie „tkaninę", „sieć nici" lub „plątaninę" i nie posiadał dostatecznego powiązania z dziedziną informatyki lub Internetu. W obecnych czasach wyraz „web" zalicza się do podstawowego angielskiego słownika informatycznego i zawiera odniesienie do Internetu, który stanowi ogólnoświatową infrastrukturę elektroniczno-informatyczną, powszechnie znaną i szeroko wykorzystywaną. Potwierdza to skrót od nazw domen „www", oznaczający wyrażenie synonimiczne „world wide web", lub wyrażenia takie jak „surf the web", które odnoszą się do czynności nawigowania w sieci Internetowej. W związku z powyższym izba odwoławcza prawidłowo ustaliła, w pkt 17 i 18 zaskarżonych decyzji, że wyraz „web" jest natychmiast rozumiany przez przeciętnego konsumenta jako bezpośrednie odniesienie do Internetu oraz bardziej ogólnie do sieci informatycznych.

43 Jeśli chodzi o wyraz „card", izba odwoławcza słusznie stwierdziła, że w potocznym angielskim wyraz ten bardzo często odnosi się do kart kredytowych lub debetowych oraz w ogólności do kart bankowych, włącznie z kartami chipowymi (pkt 19 i 20 zaskarżonych decyzji). Takiej konotacji finansowo-bankowej nie podważa fakt, iż najważniejsze słowniki angielskojęzyczne definiują to słowo również jako oznaczające kawałek papieru lub kartonu. W rozpoznawanej sprawie konotacja ta została szczególnie wzmocniona ze względu na kombinację wyrazu „card" z wyrazem „pay" lub „p@y", nawet jeśli w zgłoszonych znakach wyrazy oddzielone są odstępem.

44 Ponadto nie można zgodzić się z twierdzeniem skarżącej jakoby nie było związku pomiędzy wyrazem „card" a dziedziną informatyki lub Internetu. W szczególności bowiem fakt, iż za pomocą karty można uzyskać dostęp, w niektórych wypadkach odpłatny, do sieci komunikacyjnej za pośrednictwem terminala elektronicznego publicznego lub prywatnego oraz dokonywać tam transakcji handlowych lub finansowych albo fakt, iż można dokonywać zakupów usług lub towarów on-line dzięki karcie kredytowej, stały się zjawiskami bardzo powszechnymi dla przeciętnego konsumenta europejskiego [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 25 listopada 2008 r. w sprawie T-325/07 CFCMCEE przeciwko OHIM (SURFCARD), pkt 56, 67].

45 W konsekwencji biorąc pod uwagę znaczenie wyrazu „pay” lub „p@y” (płacić) oraz jego ścisły związek z jednej strony z wyrazem „web”, z którym jest połączony, a z drugiej strony z wyrazem „card”, oznaczającym między innymi kartę bankową lub kartę kredytową czy debetową, przeciętny konsument, którego się uważa za właściwie poinformowanego, uważnego i rozsądnego, powinien z pewnością skojarzyć te trzy różne elementy bez głębszego zastanowienia zarówno z dziedziną finansów i bankowości w szerokim znaczeniu tego słowa, jak i z dziedziną informatyki oraz Internetu.

W przedmiocie całościowej oceny zgłoszonych znaków towarowych

46 Należy zaznaczyć, że słowne oznaczenia P@YWEB CARD i PAYWEB CARD składają się z jednego rzeczownika głównego (card) oraz dwóch rzeczowników pełniących rolę przydawki (pay lub p@y oraz web). Rzeczownik główny jest oddzielony odstępem od dwóch przydawek, które są połączone ze sobą w jeden wyraz. Jak to stwierdziła izba odwoławcza w pkt 24 zaskarżonych decyzji, struktura tej kombinacji nie ma nietypowego charakteru i jest w pełni zgodna z zasadami leksykalnymi i składniowymi języka angielskiego, wzorowana na neologizmach takich jak „payphone” lub „payTV”, które są używane w szczególności w sektorach informatycznym, elektronicznym, mediów i telekomunikacji, związanych z klasami 9, 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego (zob. podobnie i analogicznie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 53).

47 W tym względzie należy dodać, że kombinacje „p@yweb” i „payweb”, które mogą oznaczać płatną infrastrukturę elektroniczną lub informatyczną, a także usługi oferowane odpłatnie w tym kontekście, nie są w stanie wywołać wrażenia niekonwencjonalnych lub arbitralnych znaków towarowych z punktu widzenia przeciętnego konsumenta, tym bardziej że kombinacje te uzupełnia wyraz „card”, wskazujący na środek płatniczy, którego można używać w ramach tej infrastruktury lub do celów zakupu tego rodzaju usług (zob. pkt 43, 45 powyżej).

48 Z powyższych wywodów wynika, że izba odwoławcza słusznie stwierdziła w pkt 24 zaskarżonych decyzji, że znaczenie kombinacji „p@yweb card" oraz „payweb card" nie odbiega od znaczenia wyrażenia składającego się z tych samych wyrazów, lecz niepołączonych ze sobą, i że w związku z tym kombinacje te, same w sobie, nie są nietypowe ani arbitralne.

49 Należy również odrzucić argument skarżącej wysunięty w celu uzasadnienia skargi w sprawie T-405/07, że słowny znak towarowy P@YWEB CARD posiada charakter odróżniający z tego względu, iż litera „a" została zastąpiona znakiem typograficznym „@", co jest niekonwencjonalne i zaskakujące w oczach przeciętnego konsumenta. Z koncepcyjnego punktu widzenia znak „małpa" nie stanowi w tym znaku towarowym elementu fantazyjnego, który powodowałby dostrzegalną różnicę w stosunku do terminologii używanej w języku potocznym właściwego kręgu odbiorców, a mianowicie wyrazu „pay". W istocie w kontekście Internetu oraz informatyki, który narzuca się w szczególności ze względu na obecność dołączonego wyrazu „web", przeciętny konsument nie musi zwracać specjalnej uwagi na znak „małpa", którego element graficzny stanowi jedynie stylizowana odmiana litery „a" (zob. pkt 39 powyżej). Skarżąca przyznała zresztą, że wyraz „p@y" może być zbliżony do czasownika „pay", który oznacza „płacić".

50 W świetle całości powyższych wywodów należy stwierdzić, że izba odwoławcza miała podstawy, by uznać, co do istoty, że właściwy krąg odbiorców anglojęzycznych natychmiast postrzegałby zgłoszone znaki towarowe, zarówno w szczegółach, jak i w całości, jako znaki kart umożliwiających albo płatny dostęp do sieci komunikacyjnej informatycznej lub elektronicznej, takiej jak Internet, albo płatności elektroniczne w ramach transakcji handlowych dokonywanych za pośrednictwem tego rodzaju sieci.

51 Ze względu na taki sposób postrzegania zgłoszonych znaków towarowych przez właściwy krąg odbiorców należy zbadać, czy rozpatrywane znaki towarowe mają charakter dostatecznie odróżniający w stosunku do poszczególnych towarów i usług objętych zgłoszeniem, należących do klasy 9, 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

W przedmiocie odróżniającego charakteru zgłoszonych znaków towarowych w stosunku do towarów i usług objętych zgłoszeniem

Uwagi wstępne

52 Tytułem wstępu należy przede wszystkim przypomnieć, że oznaczenia powszechnie używane w obrocie towarami lub usługami, dla których są przeznaczone, są pozbawione charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, ponieważ uważa się je za nienadające się do pełnienia podstawowej funkcji znaku towarowego, a mianowicie funkcji wskazywania pochodzenia handlowego towaru lub usługi w celu umożliwienia konsumentowi nabywającemu towar lub usługę oznaczone danym znakiem towarowym dokonanie takiego samego wyboru przy okazji późniejszych zakupów, jeśli doświadczenie okazało się pozytywne, lub innego wyboru, jeśli było negatywne (zob. orzecznictwo ww. w pkt 32).

53 Następnie należy przypomnieć, że jeśli chodzi o charakter relacji istniejącej między, z jednej strony, oznaczeniami P@YWEB CARD i PAYWEB CARD a z drugiej strony, towarami i usługami, dla których są przeznaczone, izba odwoławcza stwierdziła, co do istoty, w pkt 30–37 zaskarżonych decyzji, że przeciętny konsument postrzegałby zgłoszone znaki towarowe przede wszystkim jako prezentację handlową o charakterze reklamowym danych towarów i usług, niepozwalającą mu na ustalenie ich pochodzenia handlowego. Tymczasem należy stwierdzić, że objęte zgłoszeniem towary i usługi należące do klas 9, 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego są bardzo różnorodne i należą do różnych grup i kategorii towarów i usług.

54 W tym względzie z orzecznictwa Trybunału dotyczącego zakresu obowiązku organów krajowych uzasadnienia zastosowania podstaw odmowy wymienionych w art. 3 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), mającego zastosowanie w rozpoznawanej sprawie przez

analogię, ponieważ treść normatywna tego przepisu jest, co do zasady, identyczna z treścią art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 [zob. podobnie wyroki Sądu: z dnia 12 marca 2008 r. w sprawie T-128/07 Suez przeciwko OHIM (Delivering the essentials of life), pkt 33; z dnia 2 kwietnia 2008 r. w sprawie T-181/07 Eurocopter przeciwko OHIM (STEADYCONTROL), pkt 42; zob. także ww. w pkt 37 wyrok w sprawie Develey przeciwko OHIM, pkt 91, 92] wynika, że po pierwsze, badanie bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji powinno dotyczyć każdego z towarów i każdej z usług, dla których dokonano zgłoszenia znaku towarowego, a po drugie, że decyzja właściwego organu o odmowie rejestracji znaku towarowego co do zasady powinna być uzasadniona w odniesieniu do każdego z tych towarów lub każdej z usług. Trybunał dodał, że obowiązek uzasadnienia wynika także z podstawowego wymogu, aby wszelkie decyzje organów krajowych odmawiające możliwości skorzystania z uprawnienia przyznanego przez prawo wspólnotowe mogły podlegać kontroli sądowej mającej na celu zapewnienie skutecznej ochrony tego prawa, która to kontrola musi przez to dotyczyć zgodności z prawem uzasadnienia decyzji. Jednakże w przypadku gdy ta sama podstawa odmowy rejestracji podnoszona jest wobec całej kategorii lub grupy towarów lub usług, organ może ograniczyć się do ogólnego uzasadnienia dotyczącego wszystkich rozpatrywanych towarów lub usług (wyrok Trybunału z dnia 15 lutego 2007 r. w sprawie C-239/05 BVBA Management, Training en Consultancy, Zb.Orz. s. I-1455, pkt 34–37).

55 Możliwość przedstawienia przez OHIM ogólnego uzasadnienia dotyczącego zastosowania bezwzględnej podstawy odmowy rejestracji do danej kategorii lub grupy towarów lub usług nie powinna jednak przeszkadzać w osiągnięciu celu przyświecającego obowiązkowi uzasadnienia określonemu w art. 253 WE oraz w art. 73 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94, który to cel polega na poddaniu decyzji o odmowie rejestracji wspólnotowego znaku towarowego skutecznej kontroli sądowej [zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 21 listopada 2007 r. w sprawie T-111/06 Wesergold Getränkeindustrie przeciwko OHIM — Lidl Stiftung (VITAL FIT), pkt 62]. W związku z powyższym należy wymagać, żeby między objętymi zgłoszeniem towarami lub usługami istniał wystarczająco bezpośredni i konkretny związek, tak aby tworzyły one na tyle jednorodną kategorię, by pozwolić OHIM na przedstawienie tego rodzaju ogólnego uzasadnienia [zob. podobnie i analogicznie wyrok Sądu z dnia 14 grudnia 2006 r. w sprawie T-392/04 Gagliardi przeciwko OHIM — Norma Lebensmittelfilialbetrieb (MANU MANU MANU), pkt 91, 92]. Sama okoliczność, że rozpatrywane towary lub usługi należą do tej samej klasy w rozumieniu porozumienia nicejskiego, nie jest tutaj wystarczająca, ponieważ często klasy te zawierają bardzo różnorodne towary lub usługi, między którymi nie zawsze występuje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek.

56 Ponadto brak uzasadnienia lub niedostateczne uzasadnienie, które zalicza się do naruszenia istotnych wymogów proceduralnych w rozumieniu art. 253 WE, stanowi zarzut o charakterze bezwzględnie wiążącym, który sąd wspólnotowy powinien rozpoznać z urzędu [zob. wyrok Sądu z dnia 17 kwietnia 2008 r. w sprawie T-389/03 Dainichiseika Colour & Chemicals Mfg. przeciwko OHIM — Pelikan (Wizerunek pelikana), pkt 85 i przytoczone tam orzecznictwo].

57 Właśnie w świetle wyżej wymienionych zasad należy sprawdzić, czy izba odwoławcza zbadała i uzasadniła w wystarczającym stopniu brak charakteru odróżniającego zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do towarów i usług objętych zgłoszeniem. Zważywszy bowiem na to, iż co do zasady minimum charakteru odróżniającego wystarcza do wyłączenia zastosowania bezwzględnej podstawy odmowy rejestracji z art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 [wyrok Sądu z dnia 13 czerwca 2007 r. w sprawie T-441/05 IVG Immobilien przeciwko OHIM (I), Zb.Orz. s. II-1937, pkt 42], tym bardziej ważne jest, by OHIM przestrzegał obowiązku uzasadnienia w stosunku do wszystkich rozpatrywanych towarów i usług.

W przedmiocie towarów określonych jako „karty z układem scalonym lub mikroprocesorem, karty magnetyczne kodowane, karty identyfikujące magnetyczne lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne lub z mikroprocesorem płatnicze, kredytowe lub debetowe", „magnetyczne nośniki danych" i „mechanizmy na monety lub żetony do włączania telewizorów", należących do klasy 9

58 Należy przypomnieć, że w pkt 32 i 33 zaskarżonych decyzji izba odwoławcza stwierdziła co do zasady, w odniesieniu do towarów określonych jako „karty z układem scalonym lub mikroprocesorem, karty magnetyczne kodowane, karty identyfikujące magnetyczne lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne lub z mikroprocesorem płatnicze, kredytowe lub debetowe, magnetyczne nośniki danych, mechanizmy na monety lub żetony do włączania telewizorów", należących do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, że zgłoszone znaki towarowe, rozpatrywane w całości, mogą służyć do oznaczenia zarówno rodzaju, jak i przeznaczenia tych towarów, ponieważ stanowią one „karty chipowe". Ponadto według izby odwoławczej z punktu widzenia przeciętnego konsumenta związek z płatnościami przez Internet stanowi cechę charakterystyczną,

wręcz zasadniczą dla tych towarów, których szczególną i niezbędną funkcją jest zapewnienie uruchomienia usług telekomunikacyjnych i transmisji informacji on-line oraz dokonywania zakupów na odległość.

59 W tym względzie w pierwszej kolejności należy zaznaczyć, że — ponieważ towary te mają formę karty wyposażonej w pasek magnetyczny, mikroprocesor lub chip umożliwiający rejestrowanie i przekazywanie informacji za pomocą urządzenia (cyfrowego) do odczytywania i przetwarzania danych, co nie zostało wykazane w przypadku „magnetycznych nośników danych" (zob. pkt 63–65 poniżej) — z racji posiadania podobnych lub wręcz identycznych cech oraz funkcji przedmiotowe towary stanowią jednorodną grupę towarów. Z jednej strony karty te bowiem umożliwiają transfer zarejestrowanych na nich informacji i danych w obrębie sieci komunikacyjnej, takiej jak Internet, sieć kablowa lub satelitarna podmiotom świadczącym usługi, w szczególności dostawcom usług dostępu do Internetu, operatorom usług telekomunikacyjnych lub telewizyjnych, w celu umożliwienia im ustalenia tożsamości posiadacza karty, a także jego prawa dostępu; z drugiej strony umożliwiają ich posiadaczom uzyskanie dostępu, w niektórych przypadkach odpłatnie, do danej sieci komunikacyjnej w celu przekazywania, odbierania i rejestrowania innych informacji i danych oraz dokonywania pewnych transakcji on-line, włącznie z płatnościami elektronicznymi przy zakupach na odległość (zob. podobnie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 64). Dotyczy to również „mechanizmów na monety lub żetony do włączania telewizorów", ponieważ tego rodzaju mechanizmy, jak na przykład dekoder lub odbiornik płatnych programów telewizyjnych oferowanych w sieci kablowej lub satelitarnej, są wyposażone zarówno w kartę (często zwaną „smartcard"), jak i w urządzenie umożliwiające włożenie takiej karty w celu autoryzowania płatnego dostępu do tego rodzaju sieci.

60 W rezultacie izba odwoławcza miała podstawy, by stwierdzić w pkt 33 zaskarżonych decyzji, że oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD mają bezpośredni i konkretny związek z takimi kartami. Sam fakt, iż izba odwoławcza określiła te towary jako „karty chipowe" w pkt 32 zaskarżonych decyzji, nie może mieć wpływu na zasadność jej oceny, ponieważ karty te mogą mieć takie same cechy i funkcje co karty magnetyczne oraz dlatego że często są wyposażone również w pasek magnetyczny, przy

czym przeciętny konsument niekoniecznie musi być w stanie odróżnić jedne od drugich albo odróżnić ich poszczególne cechy i funkcje (zob. podobnie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 65).

61 Okoliczność, że izba odwoławcza przeprowadziła w ten sposób ocenę dotyczącą głównie charakteru opisowego zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do właściwości oraz funkcji towarów objętych zgłoszeniem, nie jest w stanie podważyć tego ustalenia. Z utrwalonego orzecznictwa wynika bowiem, że zakresy stosowania poszczególnych bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji wymienionych w art. 7 ust. 1 lit. b)–d) rozporządzenia nr 40/94 wyraźnie na siebie zachodzą, co oznacza między innymi, że słowny znak towarowy opisujący właściwości towarów lub usług może być, przez sam ten fakt, pozbawiony charakteru odróżniającego w stosunku do tych samych towarów lub usług, co nie wyklucza innych przyczyn, które mogą uzasadniać brak charakteru odróżniającego (zob. podobnie wyrok Trybunału z dnia 12 lutego 2004 r. w sprawie C-265/00 Campina Melkunie, Rec. s. I-1699, pkt 18, 19; ww. w pkt 31 wyrok w sprawie Eurohypo przeciwko OHIM, pkt 54, 69).

62 W konsekwencji zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 powinien zostać oddalony w zakresie, w jakim dotyczy towarów określonych jako „karty z układem scalonym lub mikroprocesorem, karty magnetyczne kodowane, karty identyfikujące magnetyczne lub z mikroprocesorem, karty magnetyczne lub z mikroprocesorem płatnicze, kredytowe lub debetowe" oraz „mechanizmy na monety lub żetony do włączania telewizorów", należących do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

63 Jeśli chodzi, w następnej kolejności, o towary określone jako „magnetyczne nośniki danych", należy przypomnieć, że izba odwoławcza stwierdziła, po pierwsze, w pkt 32 zaskarżonych decyzji, że one również stanowią karty chipowe, a po drugie, w pkt 33 tychże decyzji, że szczególną i konieczną funkcją tych towarów jest zapewnienie uruchomienia usług komunikacyjnych oraz transmisji informacji on-line, które są niezbędne do dokonywania zakupów na odległość. W swoich pismach OHIM dodał, że towary te mogą mieć formę kart i umożliwiać płatny dostęp do Internetu lub do innej sieci komunikacyjnej.

64 Niezależnie od ustalenia, czy izba odwoławcza mogła ograniczyć się do tego rodzaju ogólnego uzasadnienia, z listy towarów należących do klasy 9, w brzmieniu uwzględnionym we wniosku rejestracyjnym, gdzie wymienione są „karty z układem scalonym lub mikroprocesorem, karty magnetyczne" oraz „magnetyczne nośniki danych" jako stanowiące oddzielne towary, wynika, że — o ile nie zostanie udowodnione inaczej — tego rodzaju nośniki na ogół nie są kartami chipowymi i niekoniecznie posiadają cechy i funkcje tych kart, jakie zostały opisane w pkt 59 powyżej. Zatem do OHIM należy wykazanie, że nośniki te mogą mieć formę karty, posiadać jej najważniejsze właściwości i być w ten sposób postrzegane przez właściwy krąg odbiorców oraz dostarczenie w tym celu konkretnych wskazówek, a nawet konkretnych dowodów, co nie zostało uczynione. Jest to tym bardziej konieczne, że wydaje się mało prawdopodobne, by przeciętny konsument mógł skojarzyć cechy charakterystyczne karty z twardym dyskiem magnetycznym lub z magnetyczną taśmą wideo (zob. podobnie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 71, 72).

65 Biorąc pod uwagę znaczenie zgłoszonych znaków towarowych z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców, a mianowicie ich odbiór jako karty płatniczej do dokonywania transakcji elektronicznych, w szczególności w internecie lub do uzyskania płatnego dostępu do Internetu, należy uznać, że w rozpoznawanej sprawie izba odwoławcza nie wykazała w sposób zgodny z wymogami prawa, że oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD nie są w stanie pełnić podstawowej funkcji znaku towarowego, czyli wskazywać na pochodzenie handlowe towarów określonych jako „magnetyczne nośniki danych".

66 W związku z powyższym należy uwzględnić zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w zakresie dotyczącym tych ostatnich towarów.

W przedmiocie innych towarów należących do klasy 9

67 Co się tyczy innych towarów należących do klasy 9, wymienionych w pkt 8 powyżej, izba odwoławcza zasadniczo stwierdziła w sposób ogólny w pkt 30 i 31 zaskarżonych decyzji, że z uwagi na fakt, iż zgłoszone znaki towarowe mają przede wszystkim na celu zachęcać konsumenta do kupowania określonych towarów i korzystania z określonych

usług, aby móc dokonywać płatności on-line za pomocą karty, szczególną i konieczną funkcją wszystkich tych towarów jest zapewnienie uruchomienia usług telekomunikacyjnych oraz usług bankowych i finansowych niezbędnych do realizowania płatności on-line.

68 Jednakże na podstawie takiego bardzo ogólnego i niejasnego uzasadnienia oraz z uwagi na dużą różnorodność i niejednorodność towarów wymienionych w pkt 8 powyżej, których cechy charakterystyczne nie zostały opisane w zaskarżonych decyzjach, nie ma możliwości zbadania, czy między poszczególnymi towarami a kartami, o których funkcjach i właściwościach jest mowa w pkt 59 powyżej, istnieje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek, tak aby móc w ten sposób ustalić, czy mamy do czynienia z grupą jednorodnych towarów, dla której wystarczające będzie ogólne uzasadnienie podobne do przytoczonego w pkt 30 i 31 zaskarżonych decyzji.

69 W istocie zaskarżone decyzje nie zawierają nawet drobnego fragmentu uzasadnienia, które dotyczyłoby, po pierwsze, powodów, dla których izba odwoławcza uważa, że towary te posiadają jednak właściwości wspólne z towarami, o których mowa w pkt 62 powyżej, uzasadniające zaklasyfikowanie ich do jednorodnej grupy, a po drugie, braku charakteru odróżniającego oznaczeń P@YWEB CARD i PAYWEB CARD właśnie w odniesieniu do tych towarów. W każdym razie bardzo ogólnikowy opis ich rzekomej funkcji polegającej na zapewnieniu uruchomienia usług telekomunikacyjnych oraz usług bankowych i finansowych niezbędnych do realizowania płatności on-line za pomocą karty — w oczywisty sposób nie ma związku z towarami takimi jak „urządzenia i przyrządy fotograficzne, kinematograficzne, sygnalizacyjne, kontrolne", „dyski do rejestracji dźwięku, notesy elektroniczne, dystrybutory automatyczne, taśmy wideo, automaty biletowe, wydające wyciągi bankowe, kamery (aparaty kinematograficzne), kamery wideo", „kasety wideo, CD-ROM-y, czytniki kodów kreskowych, dyski kompaktowe (audio-wideo), dyski kompaktowe optyczne, wykrywacze fałszywych monet, dyskietki" oraz „urządzenia telefoniczne, urządzenia telewizyjne", których funkcje i właściwości mogą być bardzo różne. Z tego powodu niejasny argument wysunięty przez OHIM podczas rozprawy, jakoby towary te stanowiły, podobnie jak kamera Internetowa, akcesoria niezbędne do dokonywania operacji w sieci informatycznej za pomocą karty, nie mógłby — nawet jeśli założyć, że jest zasadny, czego zresztą OHIM nie utrzymywał w odniesieniu do innych omawianych towarów należących do klasy 9 — zrekompensować braku uzasadnienia w zaskarżonych

decyzjach, ponieważ jest niedopuszczalne, by OHIM na rozprawie przedstawiał uzupełnienie uzasadnienia decyzji nieuzasadnionej zgodnie art. 253 WE (wyrok Trybunału z dnia 28 czerwca 2005 r. w sprawach połączonych C-189/02 P, C-202/02 P, od C-205/02 P do C-208/02 P i C-213/02 P Dansk Rørindustri i in. przeciwko Komisji, Zb.Orz. s. I-5425, pkt 463; zob. wyrok Sądu z dnia 15 września 1998 r. w sprawach połączonych T-374/94, T-375/94, T-384/94 i T-388/94 European Night Services i in. przeciwko Komisji, Rec. s. II-3141, pkt 95 i przytoczone tam orzecznictwo; zob. także podobnie wyrok Sądu z dnia 18 stycznia 2005 r. w sprawie T-93/02 Confédération nationale du Crédit mutuel przeciwko Komisji, Zb.Orz. s. II-143, pkt 126).

70 W związku z czym ogólne uzasadnienie zawarte w pkt 30 i 31 zaskarżonych decyzji nie spełnia wymogów art. 253 WE oraz art. 73 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94, sformułowanych przez orzecznictwo przytoczone w pkt 54 powyżej, ponieważ nie pozwala na poddanie zaskarżonych decyzji skutecznej kontroli sądowej pod kątem zgodności z prawem oceny izby odwoławczej w przedmiocie braku charakteru odróżniającego zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do omawianych towarów należących do klasy 9 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

71 Zgodnie z orzecznictwem przytoczonym w pkt 56 powyżej należy z urzędu podnieść zarzut o charakterze bezwzględnie wiążącym oparty na braku uzasadnienia i stwierdzić w tym zakresie nieważność zaskarżonych decyzji.

W przedmiocie usług należących do klas 36 i 38

— Przypomnienie uzasadnienia zaskarżonych decyzji

72 Jeśli chodzi o ocenę i uzasadnienie zawarte w zaskarżonych decyzjach w zakresie braku odróżniającego charakteru oznaczeń P@YWEB CARD i PAYWEB CARD w odnie-

sieniu do usług objętych zgłoszeniem, należących do klas 36 i 38 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, należy przypomnieć, że izba odwoławcza w sposób ogólny stwierdziła najpierw, w pkt 34 tychże decyzji, że oznaczenia ta mają charakter czysto informacyjny i promocyjny w odniesieniu do wszystkich usług należących do tych klas, co stanowi przeszkodę w postrzeganiu ich przez właściwy krąg odbiorców jako wskazówki na temat pochodzenia handlowego tych usług, których głównym lub dodatkowym przedmiotem są usługi telekomunikacji elektronicznej, w szczególności świadczone przez Internet, intranet lub ekstranet, a także usługi on-line w sektorze bankowym, finansowym i ubezpieczeniowym.

73 Następnie izba odwoławcza stwierdziła, w pkt 35 zaskarżonych decyzji, że oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD zawierają w odniesieniu do usług należących do klasy 36 jasny przekaz informacyjny, mianowicie że informacje i operacje związane z tymi usługami mogą być uzyskane i zrealizowane na odległość dzięki udostępnieniu karty płatniczej podłączonej do Internetu lub w ogólności do jakiejś sieci informatycznej. Jeśli chodzi o usługi należące do klasy 38, izba odwoławcza stwierdziła w pkt 36 zaskarżonych decyzji, że usługi te, które odnoszą się do pewnej grupy procesów transmisji informacji elektronicznych, posiadają bezpośredni związek z funkcjonowaniem oraz z użytkowaniem sieci Internetowej i generalnie z nowymi technologiami informacji. Zatem z punktu widzenia przeciętnego konsumenta fakt, iż można dokonywać płatności w takiej sieci za pomocą karty chipowej, stanowi pewną cechę tych usług.

74 Na koniec izba odwoławcza stwierdziła, w pkt 37 zaskarżonych decyzji, że zgłoszone znaki towarowe, rozpatrywane w całości, byłyby zasadniczo postrzegane jako handlowa prezentacja towarów i usług objętych zgłoszeniem oraz że ich główną, jeśli nie wyłączną funkcją byłoby informowanie danego konsumenta, że ma do czynienia z towarem lub z usługą umożliwiającą mu dokonywanie płatności on-line za pomocą karty.

— W przedmiocie „obsługi kart kredytowych” oraz „obsługi kart debetowych” — usług należących do klasy 36

75 Jeśli chodzi o „obsługę kart kredytowych” oraz „obsługę kart debetowych”, usług należących do klasy 36, należy stwierdzić, że dotyczą one bezpośrednio kart, o których mowa w pkt 62 powyżej. Jak orzekł Sąd (zob. podobnie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 75, 76), usługi te mają charakter bardzo zróżnicowany i złożony. Z jednej strony obejmują one usługi świadczone przez bank, który wyemitował kartę bankową, na rzecz jego klientów w celu umożliwienia im korzystania z tej karty, w niektórych przypadkach za pośrednictwem sieci komunikacyjnej; z drugiej strony obejmują również szeroki wachlarz innych usług świadczonych w ramach wielu odrębnych stosunków handlowych, a mianowicie stosunków między bankami emitentami, podmiotami obsługującymi różnego rodzaju sieci zajmujące się rozliczaniem dokonanych płatności a kupcami, którym klient może płacić swoją kartą. Zatem usługi te powinny być wyraźnie oddzielone od cech i funkcji kart jako takich, opisanych w pkt 59 powyżej, ponieważ wykraczają poza obszar jednej tylko dwustronnej relacji handlowej między bankiem emitentem a konsumentem.

76 Niemniej jednak izba odwoławcza słusznie zwróciła uwagę w pkt 35 zaskarżonych decyzji — oczywiście w sposób dość abstrakcyjny i ogólny — na podstawową cechę wspólną wszystkich tych usług, stwierdzając co do istoty, że wiążą się one w szczególności z operacjami realizowanymi na odległość, dzięki udostępnieniu karty płatniczej podłączonej do Internetu lub w ogólności do jakiejś sieci informatycznej, w odniesieniu do których oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD zawierają jasny przekaz informacyjny.

77 Zważywszy na wspólne cechy oraz przeznaczenie związane z dziedziną informatyki i Internetu, należy stwierdzić, że — bez względu na ich zróżnicowany i złożony charakter — usługi te mogą być zaklasyfikowane do jednej grupy usług dostatecznie jednorodnej, a więc mogą zostać objęte tego rodzaju ogólnym uzasadnieniem. Na tej samej zasadzie, ze względu zwłaszcza na elementy składowe „payweb” i „p@yweb” zgłoszonych znaków towarowych, wskazujące na funkcję dotyczącą płatności za pośrednictwem sieci komunikacji elektronicznej lub informatycznej, izba odwoławcza

miała podstawy, aby uznać, że dostatecznie uważny i rozsądny konsument postrzegałby te znaki towarowe jako nierozdzielną całość opisującą karty oraz związane z nimi usługi mające na celu umożliwienie mu, dzięki tym kartom, dokonywania płatności on-line.

78 Tak więc izba odwoławcza miała prawo stwierdzić, w pkt 37 zaskarżonych decyzji, że oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD mogą być postrzegane głównie jako handlowa prezentacja towarów i usług objętych zgłoszeniem, ponieważ informują właściwy krąg odbiorców, że ma do czynienia z towarem lub z usługą umożliwiającą dokonywanie płatności on-line za pomocą karty. Istnienie bowiem bezpośredniego i konkretnego związku z punktu widzenia tego kręgu odbiorców pomiędzy, z jednej strony, zgłoszonymi znakami towarowymi a z drugiej strony, „obsługą kart kredytowych" oraz „obsługą kart debetowych" należącymi do klasy 36, pozwala uznać, że te znaki towarowe pełnią funkcję prezentacji handlowej wyżej wspomnianych usług i stwierdzić brak charakteru odróżniającego w odniesieniu do tych ostatnich.

79 W konsekwencji izba odwoławcza wystarczająco uzasadniła zaskarżone decyzje i prawidłowo zastosowała art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, odmawiając zarejestrowania zgłoszonych znaków towarowych dla usług „obsługi kart kredytowych" oraz „obsługi kart debetowych", należących do klasy 36 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

— W przedmiocie innych usług należących do klasy 36

80 Jeśli chodzi o inne usługi z klasy 36, należy przede wszystkim stwierdzić, że nie mają one tak bezpośredniego i konkretnego związku z kartami, o których mowa w pkt 62 powyżej, jak „obsługa kart kredytowych" oraz „obsługa kart debetowych", ponieważ należą one do dużej grupy różnego typu transakcji handlowych z obszaru sektora nieruchomości, ubezpieczeniowego, bankowego, finansowego i informatycznego, w zakresie których trzeba jednak zauważyć występowanie pewnego pokrewieństwa. Następnie należy przypomnieć, iż z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców

wystarczy, że zgłoszone znaki towarowe nawiązują do jakiejś szczególnej funkcji lub właściwości rozważanych usług, aby stwierdzić u nich brak charakteru odróżniającego. Otóż usługi te wszystkie mają pewną wspólną cechę lub taki sam przedmiot, a mianowicie wykonywanie w wyżej wymienionych sektorach transakcji handlowych, włącznie z płatnościami kartą, w niektórych przypadkach drogą elektroniczną. W tych okolicznościach do celów ogólnego uzasadnienia można je uważać za należące do jednorodnej grupy usług. Zatem uzasadnienie zawarte w pkt 35 zaskarżonych decyzji, zgodnie z którym operacje związane z omawianymi usługami mogą być uzyskane i zrealizowane na odległość dzięki udostępnieniu karty płatniczej podłączonej do Internetu lub w ogólności do jakiejś sieci informatycznej — jest niewątpliwie ujęte bardzo skrótowo, ale wystarczające, aby umożliwić Sądowi przeprowadzenie kontroli zgodności z prawem w tym zakresie.

81 Z punktu widzenia przeciętnego konsumenta istnieje bowiem związek dostatecznie bezpośredni i konkretny między z jednej strony oznaczeniami słownymi P@YWEB CARD i PAYWEB CARD, a z drugiej strony pewną szczególną cechą wszystkich pozostałych usług należących do klasy 36, mianowicie możliwością dokonywania — dzięki karcie — płatności na odległość lub drogą elektroniczną przy transakcjach handlowych w sektorze nieruchomości, ubezpieczeniowym, bankowym, finansowym i informatycznym. W związku z powyższym należy uznać, że oznaczenia te mogą stanowić zwykłą prezentację handlową tych usług, co pozwala stwierdzić brak charakteru odróżniającego w odniesieniu do omawianych usług.

82 Niemniej jednak należy dodać, że brak charakteru odróżniającego oznaczeń słownych P@YWEB CARD i PAYWEB CARD może zostać stwierdzony tylko w zakresie, w jakim świadczenie usług, o których mowa w pkt 80 powyżej, rzeczywiście wymaga użycia karty, takiej jak na przykład karta ubezpieczenia zdrowotnego. W przypadku gdy świadczenie takich usług może odbywać się niezależnie od karty, oznaczenia te z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców nie mają wystarczająco bezpośredniego i konkretnego związku z tymi usługami, zważywszy na to, że odbiorcy ci musieliby przeprowadzić skomplikowane rozumowanie w celu jego ustalenia. Zatem brak charakteru odróżniającego zgłoszonych znaków towarowych dotyczy tylko usług należących do klasy 36, które — podobnie jak „obsługa kart kredytowych" oraz „obsługa kart debetowych"— wymagają użycia karty lub się z nim wiążą (zob. podobnie i analogicznie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 82).

83 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że izba odwoławcza wystarczająco uzasadniła zaskarżone decyzje i prawidłowo zastosowała art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, odmawiając zarejestrowania zgłoszonych znaków towarowych dla wszystkich objętych zgłoszeniem usług należących do klasy 36 w rozumieniu porozumienia nicejskiego.

— W przedmiocie usług należących do klasy 38

84 Jeśli chodzi o usługi należące do klasy 38, które określono jako „telekomunikacja, łączność poprzez terminale komputerowe, nadawanie telegramów, przekaz telegraficzny, informacja o telekomunikacji, poczta elektroniczna, przesyłanie informacji, komputerowa transmisja wiadomości i obrazów, transmisja satelitarna, przesyłanie informacji przez sieci Internet, intranet i ekstranet, interaktywne usługi informatyczne w zakresie przesyłania informacji, przesyłanie informacji pochodzących z informatycznych banków danych, międzynarodowe usługi przesyłania danych pomiędzy systemami informatycznymi połączonymi w sieć, przesyłanie informacji on-line", należy zaznaczyć, że — podobnie jak „obsługa kart kredytowych" oraz „obsługa kart debetowych" należące do klasy 36, usługi te zaliczają się do jednorodnej grupy usług bezpośrednio związanych z dziedziną informatyki i Internetu. Ponadto z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców mają bezpośredni i konkretny związek z oznaczeniami słownymi P@YWEB CARD i PAYWEB CARD, ponieważ oznaczenia te określają w szczególności funkcję przekazywania danych za pośrednictwem Internetu lub innych sieci komunikacyjnych, na przykład w celu dokonania zakupu na odległość za pomocą karty w rodzaju jak karty opisane w pkt 59 powyżej. Okoliczność bowiem, że można uzyskać dostęp do Internetu lub do innych sieci komunikacyjnych za pomocą karty i dokonywać tam operacji transmisji danych lub innych transakcji on-line, takich jak zakupy i płatności na odległość, stanowi wspólną cechę tych usług. W tym względzie — jak zostało zaznaczone w pkt 60 powyżej — sam fakt, iż izba odwoławcza oparła swoją analizę na „kartach chipowych" nie może podważyć zasadności tej oceny (zob. podobnie i analogicznie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 79, 80).

85 W związku z powyższym izba odwoławcza słusznie stwierdziła w pkt 37 zaskarżonych decyzji, że właściwy krąg odbiorców postrzegałby oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD jako oznaczające nierozdzielną całość składającą się z kart oraz usług mających na celu umożliwienie im dokonywania płatności on-line. W konsekwencji zgłoszone znaki towarowe nie spełniają swojej podstawowej funkcji, która polega na wskazywaniu pochodzenia handlowego danych usług.

86 Niemniej jednak należy dodać, że brak charakteru odróżniającego oznaczeń słownych P@YWEB CARD i PAYWEB CARD może zostać stwierdzony tylko w zakresie, w jakim świadczenie usług, o których mowa w pkt 84 powyżej, rzeczywiście wymaga użycia karty. W przypadku gdy świadczenie takich usług może odbywać się niezależnie od karty, oznaczenia te z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców nie mają wystarczająco bezpośredniego i konkretnego związku z tymi usługami, zważywszy na to, że odbiorcy ci musieliby przeprowadzić skomplikowane rozumowanie w celu jego ustalenia. Zatem brak charakteru odróżniającego zgłoszonych znaków towarowych dotyczy tylko usług należących do klasy 38, które — podobnie jak „obsługa kart kredytowych" oraz „obsługa kart debetowych" należące do klasy 36 — wymagają użycia karty lub się z nim wiążą.

87 W tych okolicznościach, w zakresie w jakim świadczenie usług należących do klasy 38, określonych w pkt 84 powyżej, wymaga użycia karty, izba odwoławcza słusznie stwierdziła, że oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD nie mają charakteru dostatecznie odróżniającego w odniesieniu do omawianych usług. Zatem zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 powinien zostać oddalony w zakresie, w jakim dotyczy odmowy zarejestrowania zgłoszonych znaków towarowych dla wyżej wymienionych usług.

88 Natomiast jeśli chodzi o inne usługi należące do klasy 38, a mianowicie usługi określone jako „agencje informacyjne (aktualności), w szczególności w sektorze bankowym, łączność radiowa, łączność telefoniczna, nadawanie telegramów, przekaz telegraficzny, rozpowszechnianie programów telewizyjnych, transmisja programów radiowych, transmisja programów telewizyjnych, wypożyczanie urządzeń telekomunikacyjnych, wypożyczanie urządzeń do przesyłania informacji, wypożyczanie telefonów, łączność za pomocą telefonii komórkowej, usługi telefoniczne", zaskarżone decyzje nie zawierają nawet drobnego fragmentu uzasadnienia dotyczącego powodów, dla których izba

odwoławcza uważa, że usługi te wraz z usługami, o których mowa w pkt 84 powyżej, zaliczają się do jednorodnej grupy, co mogłoby usprawiedliwiać ogólne uzasadnienie, jakie przedstawiono w pkt 36 i 37 zaskarżonych decyzji. Ponadto decyzje te nie dają również wyjaśnienia umożliwiającego zbadanie zasadności oceny izby odwoławczej, według której oznaczenia słowne P@YWEB CARD i PAYWEB CARD nie są wystarczająco odróżniające w szczególności w odniesieniu do tych innych usług.

89 Natomiast o ile uzasadnienie w pkt 36 zaskarżonych decyzji — zgodnie z którym rozważane usługi odnoszą się do pewnej grupy procesów transmisji informacji elektronicznych oraz posiadają bezpośredni związek z funkcjonowaniem i użytkowaniem sieci Internetowej oraz generalnie z nowymi technologiami informacji, tak że w efekcie możliwość realizowania płatności w tej sieci za pomocą karty chipowej stanowi właściwość tych usług — jest trafne w przypadku usług, o których mowa w pkt 84 powyżej, nie można go jednak odnieść do innych usług należących do klasy 38. W każdym razie z takiego ogólnego uzasadnienia nie wynikają powody, dla których — w świetle oznaczeń słownych P@YWEB CARD i PAYWEB CARD — z punktu widzenia właściwie poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i rozsądnego konsumenta usługi te miałyby wykazywać wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z płatnościami on-line dokonywanymi za pomocą karty.

90 Ponadto dodatkowy argument przedstawiony przez OHIM w toku rozprawy, jakoby było wiadome, że Internet umożliwia odbiór programów radiowych i telewizyjnych, a także połączenia telefoniczne, jest w każdym razie bezużyteczny, ponieważ jest niedopuszczalne, by OHIM w tym stadium przedstawiał uzupełnienie uzasadnienia decyzji nieuzasadnionej zgodnie z art. 253 WE (zob. orzecznictwo przytoczone w pkt 69 powyżej).

91 W konsekwencji izba odwoławcza nie uzasadniła dostatecznie rzekomego braku wystarczająco odróżniającego charakteru zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do usług, o których mowa w pkt 88 powyżej. W tym zakresie ogólne uzasadnienie

zawarte w pkt 36 i 37 zaskarżonych decyzji nie spełnia wymogów art. 253 WE oraz art. 73 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 40/94, ponieważ nie pozwala na poddanie tychże decyzji skutecznej kontroli sądowej.

92 Zgodnie z orzecznictwem przytoczonym w pkt 56 powyżej należy więc z urzędu podnieść zarzut o charakterze bezwzględnie wiążącym oparty na braku uzasadnienia i stwierdzić nieważność zaskarżonych decyzji również w tym zakresie.

Brak przywołania podstawy odmowy rejestracji w rozumieniu art. 7 ust. l lit. c) rozporządzenia nr 40/94

93 Zważywszy, że izba odwoławcza nie oparła zaskarżonych decyzji na bezwzględnej podstawie odmowy rejestracji z art. 7 ust. l lit. c) rozporządzenia nr 40/94, dotyczącej opisowego charakteru zgłoszonych znaków towarowych (zob. pkt 40 tych decyzji) oraz że skarżąca domaga się jedynie stwierdzenia nieważności zaskarżonych decyzji (zob. pkt 14 powyżej), stosowanie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 nie stanowi przedmiotu niniejszego sporu w rozumieniu art. 63 tego rozporządzenia, a więc i przedmiotu kontroli zgodności z prawem, jaką sąd wspólnotowy jest obowiązany przeprowadzić w rozpoznawanej sprawie (zob. podobnie ww. w pkt 44 wyrok w sprawie SURFCARD, pkt 85 i przytoczone tam orzecznictwo).

94 Wobec tego argumenty skarżącej dotyczące ewentualnego braku opisowego charakteru zgłoszonych znaków towarowych są bezprzedmiotowe i nie ma potrzeby, aby Sąd je badał.

95 Z całości powyższych ustaleń wynika, że należy uwzględnić zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 i stwierdzić nieważność zaskarżonych decyzji w zakresie, w jakim stwierdzają brak charakteru odróżniającego zgłoszonych znaków towarowych w odniesieniu do:

— towarów należących do klasy 9, o których mowa w pkt 2 powyżej, z wyłączeniem „kart z układem scalonym lub mikroprocesorem, kart magnetycznych kodowanych, kart identyfikujących magnetycznych lub z mikroprocesorem, kart magnetycznych lub z mikroprocesorem płatniczych, kredytowych lub debetowych" oraz „mechanizmów na monety lub żetony do włączania telewizorów";

— usług określonych jako „agencje informacyjne (aktualności) w szczególności w sektorze bankowym, łączność radiowa, łączność telefoniczna, nadawanie telegramów, przekaz telegraficzny, rozpowszechnianie programów telewizyjnych, transmisja programów radiowych, transmisja programów telewizyjnych, wypożyczanie urządzeń telekomunikacyjnych, wypożyczanie urządzeń do przesyłania informacji, wypożyczanie telefonów, łączność za pomocą telefonii komórkowej, usługi telefoniczne", należących do klasy 38.

W przedmiocie kosztów

96 Zgodnie z art. 87 § 3 regulaminu, w razie częściowego tylko uwzględnienia żądań każdej ze stron Sąd może postanowić, że koszty zostaną rozdzielone albo że każda ze stron poniesie własne koszty. W okolicznościach rozpoznawanej sprawy, biorąc pod uwagę

stwierdzenie częściowej nieważności zaskarżonych decyzji, a w szczególności brak żądania skarżącej dotyczącego kosztów, należy orzec, że każda ze stron poniesie własne koszty.

Z powyższych względów

SĄD (trzecia izba)

orzeka, co następuje:

1) **Stwierdza się nieważność decyzji Pierwszej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) z dnia 10 lipca 2007 r. (sprawa R 119/2007-1) oraz z dnia 12 września 2007 r. (sprawa R 120/2007-1) w części dotyczącej odmowy rejestracji jako wspólnotowych znaków towarowych oznaczeń słownych P@YWEB CARD i PAYWEB CARD dla urządzeń i przyrządów fotograficznych, kinematograficznych, sygnalizacyjnych, kontrolnych, urządzeń do nagrywania, transmisji lub reprodukcji dźwięku lub obrazu; dysków do rejestracji dźwięku, notesów elektronicznych, dystrybutorów automatycznych, taśm wideo, automatów biletowych, wydających wyciągi bankowe, kamer (aparatów kinematograficznych), kamer wideo, kaset wideo, CD-ROM-ów, czytników kodów kreskowych, dysków kompaktowych (audio-wideo), dysków kompaktowych optycznych, wykrywaczy fałszywych monet, dyskietek, magnetycznych nośników danych, optycznych nośników danych, monitorów ekranowych, urządzeń do przetwarzania informacji, urządzeń do komunikacji wewnętrznej, interfejsów komputerowych (informatyka), czytników (sprzętu przetwarzania danych), programów komputerowych (nagranych), monitorów (oprogramowanie komputerowe), komputerów, komputerowych urządzeń peryferyjnych, oprogramowania komputerowego nagranego, sterujących programów komputerowych (nagranych), sprzętu radiotelefonicznego, odbiorników (audio-wideo), urządzeń telefonicznych, urządzeń telewizyjnych, urządzeń do rejestrowania przebiegu zjawisk czasowych, nadajników (telekomunikacja), procesorów (centralne jednostki przetwarzania), należących do klasy 9, a także dla usług określonych jako agencje informacyjne (aktualności), w szczególności w sektorze bankowym, łączność radiowa, łączność telefoniczna, nadawanie telegramów, przekaz telegraficzny, rozpowszechnianie**

programów telewizyjnych, transmisja programów radiowych, transmisja programów telewizyjnych, wypożyczanie urządzeń telekomunikacyjnych, wypożyczanie urządzeń do przesyłania informacji, wypożyczanie telefonów, łączność za pomocą telefonii komórkowej, usługi telefoniczne, należących do klasy 38 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami.

2) W pozostałym zakresie skarga zostaje oddalona.

3) Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE) i OHIM pokrywają własne koszty.

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 20 maja 2009 r.

Podpisy