SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (tretji senat)

z dne 20. maja 2009 *

V združenih zadevah T-405/07 in T-406/07,

Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), s sedežem v Strasbourgu (Francija), ki jo zastopajo P. Greffe, J. Schouman in L. Paudrat, odvetniki,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopa A. Folliard-Monguiral, zastopnik,

tožena stranka,

zaradi tožb, vloženih zoper odločbi prvega odbora za pritožbe UUNT z dne 10. julija 2007 (zadeva R 119/2007-1) oziroma 12. septembra 2007

* Jezik postopka: francoščina.

(zadeva R 120/2007-1) v zvezi s prijavama za registracijo besednih znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD kot znamk Skupnosti,

SODIŠČE PRVE STOPNJE
EVROPSKIH SKUPNOSTI (tretji senat),

v sestavi J. Azizi (poročevalec), predsednik, E. Cremona, sodnica, in S. Frimodt Nielsen, sodnik,

sodna tajnica: C. Kristensen, administratorka,

na podlagi tožb, vloženih v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 14. novembra 2007,

na podlagi sklepa z dne 10. januarja 2008 o združitvi zadev T-405/07 in T-406/07,

na podlagi odgovora na tožbo, vloženega v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 1. februarja 2008,

na podlagi obravnave z dne 3. decembra 2008

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Tožeča stranka, Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), je 1. junija 2004 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) vložila dve prijavi znamke Skupnosti na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kakor je bila spremenjena. Znamki, za kateri je bila zahtevana registracija, sta besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD. Proizvodi in storitve, za katere je bila zahtevana registracija, spadajo v razrede 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil spremenjen in dopolnjen.

2 Preizkuševalec je z odločbama z dne 5. in 7. decembra 2006, ki sta temeljili na členu 7(1)(b) in (c) ter (2) Uredbe št. 40/94, zavrnil registracijo prijavljenih znamk za vse zadevne proizvode in storitve. Ti proizvodi in storitve v vsakem od teh razredov ustrezajo naslednjemu opisu:

– razred 9: fotografski, kinematografski, signalizacijski, kontrolni (nadzorni) aparati in instrumenti, aparati za snemanje, prenos, reprodukcijo zvoka ali slike; gramofonske plošče, elektronske beležnice, delilni stroji, avtomatični, videotrakovi, avtomati za karte, izpiske računov, izvlečke računov, filmske kamere, videokamere, kartice z integriranim vezjem (*smart cards*), kodirane magnetne kartice, identifikacijske kartice, magnetne, plačilne, kreditne ali debetne magnetne kartice ali kartice z integriranim vezjem, videokasete, CD-ROM-i, čitalniki črtnih

kod, kompaktne plošče – CD-ji (avdio, video), CD-ROM-i, detektorji ponarejenega denarja, diskete, magnetni nosilci podatkov, optični nosilci podatkov, videoekrani, stroji za obdelovanje podatkov, naprave za medsebojno zvezo, vmesniki (za računalnike), čitalniki (računalniška oprema), računalniški softver (registriran), monitorji (zasloni) (računalniški programi), osebni računalniki (*lap top*), računalniške periferne enote, računalniški programi, registrirani, operacijski sistemi, posneti, radiotelefonski aparati, avdio- in videosprejemniki, telefonski aparati, televizijski sprejemniki, mehanizmi za TV-sprejemnike na kovance, naprave za beleženje časa, oddajniki (telekomunikacije), procesorji (centralne procesne enote);

– razred 36: poslovanje z nepremičninami, nezgodno zavarovanje, faktoring, bančništvo, finančni posli, denarni posli, kreditno posredništvo, agencije za izterjavo dolgov, finančne analize, zavarovalništvo, lizing, cenitev nepremičnin, izdajanje vrednostnih bonov, vzajemni skladi, finančne naložbe, izdajanje kreditnih kartic, izdajanje debetnih kartic, garancijski in kavcijski posli, menjalniški posli, preverjanje čekov, izdajanje potovalnih čekov, finančno svetovanje, zavarovalno posredništvo, posredništvo (nepremičnine), borzno posredovanje, kreditno posredništvo, posli depo, hramba dragocenosti v sefih, hranilniški posli, finančno vrednotenje in svetovanje (v zavarovalništvu, bančništvu, pri nepremičninah), fiduciarni posli, finančni posli, finančno informiranje (v zavarovalništvu, bančništvu, pri nepremičninah), storitve finančnih naložb, denarna nakazila preko elektronskih medijev (SWIFT), finančno upravljanje, finančno informiranje, pobiranje najemnin, zdravstveno zavarovanje, pomorsko zavarovanje, lombardni posli, finance, denarni posli, finančno sponzoriranje, posojila (financiranje), bančništvo, življenjsko zavarovanje, upravljanje računov vrednostnih papirjev, storitve spletnega finančnega informiranja, storitve računalniškega interaktivnega finančnega informiranja, razen vseh storitev, navedenih v prijavah znamke za storitve v zvezi z zdravstveno oskrbo in medicinskimi tehnologijami plačilnih tretjih oseb;

– razred 38: telekomunikacije, storitve tiskovnih agencij (novice), zlasti glede bančnega sektorja, komuniciranje prek računalniških terminalov, oddajanje radijskih programov, telefonsko komuniciranje, pošiljanje telegramov, prenašanje

telegramov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje radijskih programov, oddajanje televizijskih programov, informiranje o telekomunikacijah, oddajanje v najem telekomunikacijske opreme, izposoja naprav za pošiljanje sporočil, oddajanje v najem telefonov, elektronska pošta, posredovanje sporočil, računalniško podprto prenašanje sporočil in slik, komuniciranje prek mobilne telefonije, satelitsko prenašanje, telefonske storitve, prenos informacij prek interneta, intraneta in ekstraneta, storitve prenosa računalniških interaktivnih informacij, prenos informacij iz računalniške banke podatkov, mednarodne storitve prenosa podatkov med računalniškimi sistemi, povezanimi v mrežo, prenosi spletnih informacij, razen vseh storitev, navedenih v prijavah znamke za storitve v zvezi z zdravstveno oskrbo in medicinskimi tehnologijami plačilnih tretjih oseb.

3 Tožeča stranka je 16. januarja 2007 na podlagi členov od 57 do 62 Uredbe št. 40/94 vložila pritožbi zoper odločbi preizkuševalca.

4 Prvi odbor za pritožbe UUNT je z odločbama z dne 10. julija 2007 v zadevi R 119/2007-1 (zadeva T-405/07) in z dne 12. septembra 2007 v zadevi R 120/2007-1 (zadeva T-406/07) (v nadaljevanju: izpodbijani odločbi) zavrnil pritožbi tožeče stranke.

5 Odbor za pritožbe je v utemeljitev izpodbijanima odločbama v bistvu ugotovil, da upoštevno javnost v tej zadevi sestavljajo povprečni evropski potrošniki z znanjem angleškega jezika. Izraza „p@y“ in „pay“, ki naj bi pomenila „plačati“, naj bi bilo mogoče povezati z internetom in informatiko glede na to, da je povprečen potrošnik vajen uporabljati internetno omrežje in elektronska plačilna sredstva za izvedbo nakupov na daljavo (točki 15 in 16 izpodbijanih odločb). Neposredno napotovanje, ki ga ta potrošnik takoj opazi, na internetno omrežje, elektronsko poslovanje in elektronske telekomunikacije na splošno, naj bi bilo podkrepljeno s tipografskim znakom „@“ v znaku P@YWEB CARD (točki 15 in 16 izpodbijane odločbe v zadevi T-405/07). Odbor za pritožbe je v zvezi z izrazom „web“ navedel, da se ta splošno uporablja za

poimenovanje internetnega omrežja v celoti. Glede na proizvode in storitve, za katere je bila zahtevana registracija, naj bi upoštevna javnost ta izraz takoj razumela kot neposredno napotovanje na internet in splošneje na računalniška omrežja (točki 17 in 18 izpodbijanih odločb). Odbor za pritožbe je v zvezi z izrazom „card" menil, da se široko uporablja v računalniškem, finančnem in bančnem žargonu. Povprečni potrošnik naj bi ga razumel kot neposredno napotovanje na kreditne kartice in splošneje na pametne kartice, in ne kot označbo trgovskega izvora zadevnih proizvodov in storitev (točki 19 in 20 izpodbijanih odločb). Zato naj noben od elementov, ki sestavljajo prijavljeni znamki, ne bi imel razlikovalnega učinka glede na zadevne proizvode in storitve (točka 21 izpodbijanih odločb).

6 Poleg tega naj povezava zadevnih treh besed v celoto ne bi bila arbitrarna ali nenavadna po strukturi in naj ne bi spremenila tega, kako jih upoštevna javnost dojema ali razume. Iz povezav „p@yweb card" in „payweb card" naj bi namreč izhajalo, da je pomen treh besed, ki ju sestavljajo, popolnoma enak izrazu, sestavljenemu iz istih, a nepovezanih besed (točke od 22 do 24 izpodbijanih odločb). Z vidika upoštevne javnosti naj tako struktura teh povezav ne bi pomenila zaznavne razlike glede na terminologijo, uporabljeno v vsakdanjem jeziku, ki bi lahko označevala njun trgovski izvor (točka 25 izpodbijanih odločb).

7 Odbor za pritožbe je v zvezi s pomenom treh sestavnih delov zadevnih znakov navedel, da bi povprečni potrošnik, ki je vsak dan v stiku z internetnimi in elektronskimi tehnologijami, nemudoma pomislil na povezavo med, na eni strani, temi tehnologijami in z njimi povezanimi proizvodi in storitvami ter na drugi strani izrazi „pay" ali „p@y", „web" in „card", ki se dnevno uporabljajo v računalniškem žargonu in žargonu elektronskega poslovanja (točka 27 izpodbijanih odločb). Upoštevna javnost naj bi zato povezavo teh treh elementov v zvezi z zadevnimi proizvodi in storitvami razumela, kot da označuje kartico, ki se lahko uporabi za nakupovanje prek internetnega omrežja in splošneje prek novih informacijskih in komunikacijskih elektronskih tehnologij (točka 28 izpodbijanih odločb).

8 Tako naj bi bili prijavljeni znamki namenjeni predvsem spodbujanju potrošnikov k nakupu zadevnih proizvodov in uporabi zadevnih storitev, da bi lahko s kartico plačevali prek spleta. To naj bi se nanašalo na „fotografske, kinematografske, signalizacijske, kontrolne (nadzorne) aparate in instrumente, aparate za snemanje, prenos, reprodukcijo zvoka ali slike; gramofonske plošče, elektronske beležnice, delilne stroje, avtomatične, videotrakove, avtomate za karte, izpiske računov, izvlečke računov, filmske kamere, videokamere, videokasete, CD-ROM-e, čitalnike črtnih kod, kompaktne plošče – CD-je (avdio, video), CD-ROM-e, detektorje ponarejenega denarja, diskete, optične nosilce podatkov, videoekrane, stroje za obdelovanje podatkov, naprave za medsebojno zvezo, vmesnike (za računalnike), čitalnike (računalniška oprema), računalniški software (registriran), monitorje (zaslone) (računalniške programe), osebne računalnike (*lap top*), računalniške periferne enote, računalniške programe, registrirane, operacijske sisteme, posnete, radiotelefonske aparate, avdio in video sprejemnike, telefonske aparate, televizijske sprejemnike, naprave za beleženje časa, oddajnike (telekomunikacije), procesorje (centralne procesne enote)“, ki spadajo v razred 9 Nicejskega aranžmaja. Posebna in nujna naloga vseh teh proizvodov naj bi bila zagotoviti izvajanje telekomunikacijskih storitev ter bančnih in finančnih storitev, nepogrešljivih za plačevanje prek spleta (točki 30 in 31 izpodbijanih odločb).

9 Poleg tega naj bi bilo mogoče prijavljeni znamki, upoštevani v celoti, uporabiti za označevanje vrste in namena „kartic z integriranim vezjem (*smart cards*), kodiranih magnetnih kartic, identifikacijskih kartic, magnetnih, plačilnih, kreditnih ali debetnih magnetnih kartic ali kartic z integriranim vezjem, magnetnih nosilcev podatkov, mehanizmov za TV-sprejemnike na kovance“, ki spadajo v isti razred. Po mnenju odbora za pritožbe so ti proizvodi pametne kartice, ki se lahko uporabljajo kot plačilno sredstvo v internetnem omrežju. Poleg tega naj bi bila posebna naloga teh proizvodov zagotoviti izvajanje komunikacijskih storitev in storitev prenosa informacij prek spleta, ki jih ponuja tožeča stranka in so nepogrešljive za nakupovanje na daljavo. Tako naj bi z vidika upoštevne javnosti obstajala neposredna in konkretna povezava med prijavljenima znamkama in temi proizvodi (točki 32 in 33 izpodbijanih odločb).

10 Popolnoma informativna in promocijska narava prijavljenih znamk glede na storitve iz razredov 36 in 38 Nicejskega aranžmaja naj bi preprečevala, da bi ju upoštevna javnost razumela kot označbo trgovskega izvora teh storitev. Glavni ali postranski cilj vseh teh naj bi bile storitve elektronske telekomunikacije, skupaj s storitvami prek internetnega omrežja, ter spletne storitve v bančnem, finančnem in zavarovalniškem sektorju (točka 34 izpodbijanih odločb). Odbor za pritožbe je v zvezi s storitvami iz razreda 36 ugotovil, da prijavljeni znamki prenašata jasno informativno sporočilo, in sicer, da se lahko informacije in transakcije v zvezi z zadevnimi storitvami dobijo in opravijo na daljavo zaradi zagotovitve plačilne kartice, povezane z internetom ali računalniškim omrežjem na splošno. Poleg tega, ker se storitve iz razreda 38 nanašajo na postopke prenosa elektronskih informacij, naj bi bile neposredno povezane z delovanjem in uporabo internetnega omrežja ter splošneje novih informacijskih tehnologij (točki 35 in 36 izpodbijanih odločb).

11 Iz tega naj bi izhajalo, da naj bi se prijavljeni znamki, upoštevani v celoti, zaznavali predvsem kot trgovska predstavitev zadevnih proizvodov in storitev in da naj bi bila njuna glavna, če ne izključna naloga, zadevnemu potrošniku naznaniti navzočnost proizvoda ali storitve, ki mu omogoča, da s kartico opravi plačilo prek spleta (točka 37 izpodbijanih odločb).

12 Odbor za pritožbe je na podlagi tega ugotovil, da je preizkuševalec upravičeno menil, da razlog za zavrnitev iz člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 nasprotuje registraciji prijavljenih znamk. Menil je, da v teh okoliščinah ni treba odločiti o morebitni uporabi člena 7(1)(c) navedene uredbe (točki 39 in 40 izpodbijanih odločb).

Predlogi strank

13 Tožeča stranka predlaga Sodišču prve stopnje, naj:

– razveljavi izpodbijani odločbi,

– prijavljeno znamko registrira za vse proizvode in storitve iz razredov 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja.

14 Tožeča stranka je na obravnavi v odgovor na vprašanje Sodišča prve stopnje pojasnila, da predlaga samo razveljavitev izpodbijanih odločb in da odstopa od drugega predloga, kar je bilo zapisano v zapisnik obravnave.

15 UUNT predlaga Sodišču prve stopnje, naj:

– tožbo zavrne,

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

1. *Trditve strank*

16 Tožeča stranka uveljavlja samo en tožbeni razlog, in sicer kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

17 Prvič, tožeča stranka v bistvu trdi, da se izraz „pay“ ali „p@y“ nanaša na glagol „plačati“ in nima nobene zveze z internetom in informatiko. Poleg tega naj bi bil element „p@y“ v znaku P@YWEB CARD nenavaden in presenetljiv zaradi afne, ki jo vsebuje.

18 Drugič, tožeča stranka v zvezi z izrazom „web“ trdi, da anglofonska javnost ta izraz razume predvsem tako, da označuje mrežo, omrežje ali prepletenost ter po analogiji kakršen koli kompleksen skupek ali omrežje, ki je povezano in razvejano, in ne kot neposredno sklicevanje na internet ali računalniška omrežja. Izraz „web“ naj bi bilo mogoče povezovati z internetom in drugimi telekomunikacijskimi omrežji samo kot okrajšavo izraza „world wide web“, pri čemer naj bi bil v tem primeru pred njim vedno določni člen „the“.

19 Tretjič, tožeča stranka trdi, da izraz „card“ pomeni predvsem kos papirja ali lepenke in da ga potrošnik ne razume kot sklicevanje na računalniški, bančni ali finančni sektor.

20 Četrtič, tožeča stranka v zvezi z nenavadno povezavo „payweb“ ali „p@yweb“, katerih elementa ne spadata na isto področje in navajata različna pojma, trdi, da ta povezava nima nobenega neposrednega in gotovega pomena, ki bi ga lahko anglofonski potrošnik nemudoma prepoznal pri zadevnih proizvodih in storitvah, in ima torej razlikovalni učinek. Enako naj bi veljalo za povezavo elementov „pay„ ali „p@y“, „web“ in „card“ v celoti, ki naj bi zahtevala poglobljeno analizo in naj ne bi bila v skladu s pravili angleške skladnje.

21 Zato naj bi bili prijavljeni znamki arbitrarni povezavi glede na zadevne proizvode in storitve, ki izhajata iz nenavadne in posebne združitve izrazov „pay„ ali „p@y“, „web“ in „card“, in naj ne bi imeli jasno in nemudoma prepoznavnega pomena. Odbor za pritožbe naj bi namreč to lahko ugotovil samo na podlagi zapletenega sklepanja, ki se ga povprečen razumno pozoren potrošnik ne bi lotil. Glede na to, da prijavljeni znamki nimata neposrednega, gotovega in takojšnjega pomena za upoštevno javnost, naj ne bi bilo mogoče šteti, da opisujeta zadevne proizvode ali storitve ali eno od njihovih lastnosti, in naj bi bili razlikovalni v zvezi z njimi.

22 Kar zadeva proizvode iz razreda 9 Nicejskega aranžmaja, kot so navedeni v točki 8 zgoraj, tožeča stranka zavrača kot očitno napačno trditev odbora za pritožbe, da naj bi bila posebna in nujna naloga teh proizvodov zagotoviti izvajanje telekomunikacijskih storitev ter bančnih in finančnih storitev, nepogrešljivih za izvedbo plačil prek spleta. Upoštevna javnost naj prijavljenih znamk v zvezi s temi proizvodi ne bi dojemala kot označbe trgovskega izvora. Odbor za pritožbe naj bi samo z zapletenim sklepanjem, ki

se ga povprečen razumno pozoren potrošnik ne bi lotil, lahko ugotovil, da prijavljeni znamki glede zadevnih proizvodov in storitev nimata razlikovalnega učinka.

23 Kar zadeva druge proizvode iz razreda 9, kot so navedeni v točki 9 zgoraj, tožeča stranka meni predvsem iz razlogov, navedenih v točkah 21 in 22 zgoraj, da je presoja odbora za pritožbe očitno napačna. Nazadnje, tožeča stranka iz podobnih razlogov trdi, da je presoja odbora za pritožbe v zvezi s storitvami iz razredov 36 in 38 Nicejskega aranžmaja prav tako očitno napačna.

24 Tožeča stranka glede na zgornje ugotovitve ugotavlja, da imata prijavljeni znamki razlikovalni učinek glede na vse zadevne proizvode in storitve ter nista opisni.

25 UUNT predlaga, naj se tožba zavrne, zlasti ker naj bi se prijavljeni znamki, upoštevani v celoti, dojemali po eni strani kot plačilna kartica za elektronske transakcije na internetu in po drugi strani kot kartica, ki omogoča plačljiv dostop do interneta.

26 UUNT v zvezi s prvim od teh pomenov navaja, da znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD neposredno opisujeta naravo in/ali namen plačilnih, kreditnih ali debetnih magnetnih kartic ali kartic z integriranim vezjem ter kartic z integriranim vezjem (*smart cards*) in kodiranih magnetnih kartic iz razreda 9 Nicejskega aranžmaja, ker se lahko uporabljajo kot plačilne kartice. Enako sklepanje naj bi veljalo za izdajanje kreditnih in debetnih kartic iz razreda 36 ter splošneje za vse nepremičninske in

finančne storitve, ki jih označujeta prijavljeni znamki in katerih predmet naj bi bil zlasti prenos denarnega zneska. Ta pomen naj bi opisoval tudi funkcijo vseh proizvodov informacijske tehnologije iz razreda 9 in telekomunikacijskih storitev iz razreda 38, ki naj bi bili nujno orodje za delovanje informacijskega sistema plačil prek interneta.

27 UUNT trdi, da drugi od teh pomenov opisuje naravo in funkcijo magnetnih kartic ali identifikacijskih kartic z integriranim vezjem iz razreda 9, saj ti proizvodi omogočajo identifikacijo internetnega uporabnika in tako zagotavljajo zaupnost izmenjanih podatkov ali transakcij, izvedenih na internetu. Enako naj bi veljalo za magnetne in optične nosilce podatkov iz istega razreda, saj imajo lahko ti nosilci obliko kartic in omogočajo plačljiv dostop do interneta. S tem pomenom naj bi se opisovala tudi funkcija telekomunikacijskih storitev iz razreda 38.

28 S prijavljenima znamkama naj bi se opisovala funkcija vseh teh storitev, ki bi jim bil lahko skupen (plačljiv) prejem ali prenos podatkov prek interneta. To naj bi vključevalo storitve oddajanja radijskih programov, oddajanja televizijskih programov, radijskih oddaj, televizijskih oddaj, komuniciranja prek mobilne telefonije in satelitskega prenašanja ter telefonske storitve, saj naj bi bilo znano, da internet omogoča sprejemanje radijskih in televizijskih oddaj ter telefonsko komuniciranje.

29 UUNT zato meni, da bosta prijavljeni znamki razumljeni kot označevanje vrste, namena in/ali načinov delovanja zadevnih proizvodov in storitev, ne pa kot sklicevanje na njun trgovski izvor. Noben od njunih elementov naj upoštevni javnosti ne bi omogočal, da bi si ju zlahka in hitro zapomnila kot razlikovalni znamki za te proizvode in storitve.

2. *Presoja Sodišča prve stopnje*

Povzetek upoštevne pravne podlage in sodne prakse

30 Člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 določa, da se ne registrirajo „znamke, ki so brez slehernega razlikovalnega učinka“.

31 Pojem splošni interes, ki ga vsebuje člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, se zamenjuje z bistveno vlogo znamke, ki je zagotoviti potrošniku ali končnemu uporabniku istovetnost izvora proizvoda ali storitve, ki ju znamka označuje, in mu omogočiti, da ta proizvod ali storitev brez možnosti zmede razlikuje od tistih, ki izvirajo od drugod (v tem smislu glej sodbo Sodišča z dne 8. maja 2008 v zadevi Eurohypo proti UUNT, C-304/06 P, ZOdl., str. I-3297, točka 56 in v njej navedena sodna praksa).

32 Razlikovalni učinek v smislu navedene določbe ima tako znamka, ki omogoča opredelitev proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, kot proizvodov, ki izhajajo iz določenega podjetja, in jih tako razlikuje od proizvodov ali storitev drugih podjetij (sodba Sodišča z dne 29. aprila 2004 v združenih zadevah Henkel proti UUNT, C-456/01 P in C-457/01 P, Recueil, str. I-5089, točka 34). Pri tem ni nujno, da znamka izraža natančno informacijo o identiteti proizvajalca proizvoda ali ponudnika storitev. Dovolj je, da znamka zadevni javnosti omogoča, da razlikuje proizvode ali storitve, ki jih označuje, od proizvodov ali storitev drugega trgovskega porekla, in da ugotovi, da se vsi proizvodi ali storitve, ki jih znamka označuje, izdelujejo, tržijo ali opravljajo pod nadzorom imetnika te znamke, ki je odgovoren za njihovo kakovost (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 10. oktobra 2008 v združenih zadevah Inter-IKEA proti UUNT (Upodobitev palete), od T-387/06 do T-390/06, neobjavljena v ZOdl., točka 27 in v njej navedena sodna praksa).

33 Po drugi strani pa razlikovalnega učinka v smislu navedene določbe nimajo znaki, ki upoštevni javnosti ne omogočijo, da bi med poznejšo pridobitvijo zadevnih proizvodov in storitev ponovila nakup, če se je ta izkazal za pozitivnega, ali se mu izognila, če se je izkazal za negativnega. Tako je zlasti pri znakih, ki se običajno uporabljajo za trženje zadevnih proizvodov in storitev. Glede teh znakov je namreč znano, da ne morejo opravljati bistvene naloge znamke, in sicer identificirati trgovski izvor proizvoda ali storitve (v tem smislu glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 12. marca 2008 v zadevi Compagnie générale de diététique proti UUNT (GARUM), T-341/06, neobjavljena v ZOdl., točka 29 in v njej navedena sodna praksa).

34 Razlikovalni učinek je namreč treba presojati glede na proizvode ali storitve, za katere se zahteva registracija, in glede na zaznavo normalno obveščene ter razumno pozorne in preudarne upoštevne javnosti (zgoraj v točki 32 navedena sodba Upodobitev palete, točka 28 in v njej navedena sodna praksa).

Prijavljeni znamki, kot ju zaznava upoštevna javnost

Splošno

35 Prvič, v zvezi z opredelitvijo upoštevne javnosti je treba ugotoviti, da se proizvodi in storitve iz razredov 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja, za katere se je v obravnavanem primeru zahtevala registracija, nanašajo zlasti na elektroniko, informatiko, uporabo komunikacijskih omrežij in omrežij za izmenjavo podatkov, na elektronske, računalniške in telekomunikacijske naprave in nosilce ter na poslovanje v finančnem, bančnem, zavarovalniškem in nepremičninskem sektorju, ki jih zahtevajo vsi povprečni

evropski potrošniki. Ker prijavljeni znamki sestavljajo trije angleški izrazi in ker se angleški jezik pogosto uporablja v finančnem, bančnem, elektronskem in računalniškem sektorju, na katere se nanašajo navedeni razredi, je odbor za pritožbe upravičeno upošteval povprečnega anglofonskega potrošnika ali potrošnika z osnovnim znanjem angleščine, kar vsekakor vključuje zelo velik del upoštevne evropske javnosti.

36 Drugič, preučiti je treba, ali je odbor za pritožbe pravilno analiziral pomen treh elementov prijavljenih znamk z vidika upoštevne javnosti, in sicer vsakega posebej in vseh skupaj, za ugotovitev, da nimajo razlikovalnega učinka za proizvode in storitve, za katere se je zahtevala registracija.

37 Kot je bilo pojasnjeno v sodni praksi, je treba v primeru sestavljenih besednih znakov upoštevati njihov ustrezni pomen, ugotovljen na temelju vseh elementov, ki te znake sestavljajo, in ne le na podlagi enega od njihovih elementov (sodba Sodišča prve stopnje z dne 6. novembra 2007 v zadevi RheinfelsQuellen H. Hövelmann proti UUNT (VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN), T-28/06, ZOdl., str. II-4413, točka 32). Presoja razlikovalnega učinka takih sestavljenih znamk ne more zajemati le analize vsakega od njihovih izrazov ali delov ločeno, ampak se mora v vsakem primeru opreti na to, kako te znamke kot celoto zaznava upoštevna javnost, in ne na domnevo, da sestavni deli, ki so ločeno brez razlikovalnega učinka, združeni ne morejo imeti takega učinka. Zgolj okoliščina, da je vsak od sestavnih delov ločeno brez razlikovalnega učinka, namreč ne izključuje, da ima lahko kombinacija teh delov tak učinek (zgoraj v točki 31 navedena sodba Eurohypo proti UUNT, točka 41). Povedano drugače, za presojo, ali je znamka brez slehernega razlikovalnega učinka, je treba upoštevati njen celotni vtis, kar pa lahko pomeni, da je treba pri skupni presoji najprej zaporedno preizkusiti različne zunanje elemente te znamke (sodba Sodišča z dne 25. oktobra 2007 v zadevi Develey proti UUNT, C-238/06 P, ZOdl., str. I-9375, točka 82).

38 Zato je treba prijavljeni znamki preučiti ne samo z vidika različnih elementov, ki ju sestavljajo, in razmerij med njimi, ampak tudi kot celoto.

Trije elementi, ki sestavljajo prijavljeni znamki, in razmerja med njimi

39 Odbor za pritožbe je pravilno ugotovil, da angleški izraz „pay“ ali „p@y“ pomeni „plačati“, pri čemer zamenjava črke „a“ s tipografskim znakom „@“ – ki ga sestavlja zgolj mala črka „a“ v poševni pisavi, obdana s krogom – ne vpliva pomembno na to, kako ta izraz razume povprečni potrošnik. Kot poudarja UUNT, to, da se ta beseda v angleškem jeziku v glavnem uporablja kot glagol, še ne pomeni, da se ne more uporabljati kot samostalnik, na primer v zloženkah „payTV“ ali „payphone“. Zato je treba ugotoviti, da ima izraz „pay“ ali „p@y“ z vidika povprečnega potrošnika močan finančni in bančni prizvok.

40 Tožeča stranka tudi neupravičeno izpodbija obstoj povezave med izrazom „pay“ ali „p@y“ na eni strani ter informatiko in internetom na drugi strani. Taka povezava pri prijavljeni znamki iz zadeve T-405/07 izhaja iz samega dejstva, da izraz „p@y“ vsebuje afno, ki že sama po sebi spominja na internet, še zlasti na elektronsko pošto, to je na elektronska sporočila, izmenjana v internetnem omrežju.

41 Poleg tega je v prijavljenih znamkah izraz „pay“ ali „p@y“ povezan z izrazoma „web“ in „card“, pri čemer sta povezavi med izrazoma „pay“ ali „p@y“ in „web“ še posebno močni, saj izraza tvorita eno besedo. Odbor za pritožbe je tako ob upoštevanju, da ima izraz „web“ (glej točko 42 spodaj) računalniški prizvok, v točki 16 izpodbijanih odločb upravičeno ugotovil, da upoštevna javnost izraz „pay“ ali „p@y“ takoj poveže z internetom in dejavnostjo elektronskega plačevanja, kar velja zlasti za nakup na daljavo ali plačljiv dostop do komunikacijskega omrežja.

42 V zvezi z izrazom „web“ je treba zavrniti trditev tožeče stranke, da ta izraz pomeni predvsem „mrežo“, „omrežje“ ali „prepletenost“ in da nima zadostne povezave z računalništvom ali internetom. Dandanes je izraz „web“ del osnovnega angleškega računalniškega besednjaka in se nanaša na internet, ki pomeni splošno znano in pogosto uporabljeno svetovno elektronsko in računalniško infrastrukturo. To potrjujejo okrajšava imen domen „www“, ki je sinonim za „world wide web“, in izrazi, kot je „surf the web“, ki označujejo brskanje po internetnem omrežju. Odbor za pritožbe je zato v točkah 17 in 18 izpodbijanih odločb pravilno ugotovil, da povprečni potrošnik izraz „web“ takoj razume kot neposredno sklicevanje na internet in splošneje na računalniška omrežja.

43 Odbor za pritožbe je v zvezi z izrazom „card“ pravilno sklepal, da se v vsakdanji angleščini zelo pogosto nanaša na kreditne ali debetne kartice in na bančne kartice na splošno, skupaj s pametnimi karticami (točki 19 in 20 izpodbijanih odločb). Tega finančnega in bančnega prizvoka ni mogoče zanikati z dejstvom, da je navedeni izraz v glavnih splošnih anglofonskih slovarjih opredeljen tudi kot oznaka za kos papirja ali lepenke. V obravnavanem primeru je ta prizvok še toliko močnejši, ker je izraz „card“ povezan z izrazom „pay“ ali „p@y“, čeprav sta v prijavljenih znamkah ta izraza ločena s presledkom.

44 Poleg tega se ni mogoče strinjati s trditvijo tožeče stranke, da se izraz „card“ ne navezuje na informatiko ali internet. To, da je mogoče s kartico – po potrebi plačljivo – prek javnega ali zasebnega elektronskega terminala dostopati do komunikacijskega omrežja in v njem izvajati poslovne ali finančne transakcije, ali to, da je s kreditno kartico mogoče kupovati storitve ali proizvode prek spleta, sta namreč za povprečnega evropskega potrošnika postala močno razširjena pojava (v tem smislu glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 25. novembra 2008 v zadevi CFCMCEE proti UUNT (SURFCARD), T-325/07, neobjavljena v ZOdl., točki 56 in 67).

45 Glede na pomen izraza „pay“ ali „p@y“ (plačati) in njegovo tesno povezavo z izrazom „web“, ki mu je dodan, ter izrazom „card“, ki zlasti pomeni bančno kartico oziroma kreditno ali debetno kartico, bi moral povprečni potrošnik, ki šteje za normalno obveščenega ter razumno pozornega in preudarnega, te tri različne elemente brez poglobljenega razmišljanja nujno povezati s finančnim in bančnim sektorjem v širšem smislu, pa tudi z informatiko in internetom.

Presoja prijavljenih znamk kot celote

46 Opozoriti je treba, da sta besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD sestavljena iz samostalnika (*card*) in dveh pridevnikov k samostalniku (*pay* ali *p@y* in *web*). Samostalnik je s presledkom ločen od obeh pridevnikov, ki tvorita eno samo besedo. Kot je odbor za pritožbe ugotovil v točki 24 izpodbijanih odločb, struktura te besedne zveze ni neobičajna in je povsem v skladu z leksikalnimi in sintaktičnimi pravili angleškega jezika, po zgledu neologizmov, kot sta „payphone“ ali „payTV“, ki se uporabljata zlasti v sektorjih informatike, elektronike, medijev in telekomunikacij, na katere se nanašajo razredi 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja (v tem smislu po analogiji glej zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točka 53).

47 V zvezi s tem je treba dodati, da besedni zvezi „p@yweb“ in „payweb“, ki lahko označujeta plačljivo elektronsko ali računalniško infrastrukturo ter plačljive storitve, ponujene v tem okviru, pri povprečnem potrošniku ne moreta ustvariti nenavadnega ali arbitrarnega vtisa o prijavljenih znamkah. To še toliko bolj drži, ker ti besedni zvezi dopolnjuje izraz „card“, ki označuje plačilno sredstvo, ki se uporablja v okviru te infrastrukture ali za plačilo teh storitev (glej točki 43 in 45 zgoraj).

48 Iz navedenih ugotovitev izhaja, da je odbor za pritožbe v točki 24 izpodbijanih odločb pravilno ugotovil, da se pomen besednih zvez „p@yweb card“ in „payweb card“ ne razlikuje od pomena besedne zveze, ki jo sestavljajo isti nepovezani izrazi, in da ti besedni zvezi kot taki zato nista nenavadni ali arbitrarni.

49 Zavrniti je treba tudi trditev, ki jo je tožeča stranka navedla v utemeljitev tožbe v zadevi T-405/07, da ima besedna znamka P@YWEB CARD razlikovalni učinek, ker je črko „a“ nadomestil tipografski znak „@“, kar naj bi bilo z vidika povprečnega potrošnika nenavadno in presenetljivo. Afna pojmovno ni domišljijski element te znamke, ki bi povzročil opazno razliko glede na terminologijo, uporabljeno v vsakdanjem jeziku upoštevne javnosti, to je izraz „pay“. Povprečnemu potrošniku v okviru interneta in informatike, ki se uveljavljata zlasti z navedbo izraza „web“, ni treba posvečati posebne pozornosti afni, katere figurativni vidik je le stilizirana različica črke „a“ (glej točko 39 zgoraj). Poleg tega je tožeča stranka priznala, da je izraz „p@y“ mogoče povezati z glagolom „pay“, ki pomeni „plačati“.

50 Ob upoštevanju navedenega je treba ugotoviti, da je lahko odbor za pritožbe upravičeno menil, da bo upoštevna anglofonska javnost prijavljeni znamki glede na posamezne elemente pa tudi kot celoto takoj razumela kot kartice, ki omogočajo bodisi plačljiv dostop do računalniškega ali elektronskega omrežja, kot je internet, bodisi elektronsko plačevanje v okviru poslovnih transakcij prek takega omrežja.

51 Glede na to, da upoštevna javnost tako pojmuje prijavljeni znamki, je treba preveriti, ali imata zadevni znamki zadosten razlikovalni učinek glede na različne zadevne proizvode in storitve iz razredov 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja.

Razlikovalni učinek prijavljenih znamk glede na zadevne proizvode in storitve

Uvodne ugotovitve

52 Najprej je treba opozoriti, da predvsem znaki, ki se običajno uporabljajo za trženje zadevnih proizvodov in storitev, nimajo razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, ker ne morejo opravljati bistvene naloge znamke, to je identificirati trgovski izvor proizvoda ali storitve, da bi tako potrošniku, ki je kupil z znamko označeni proizvod ali storitev, omogočili, da med poznejšo pridobitvijo zadevnih proizvodov ali storitev ponovi nakup, če se je ta izkazal za pozitivnega, ali se mu izogne, če se je izkazal za negativnega (glej sodno prakso, navedeno v točki 32 zgoraj).

53 Nato je treba opozoriti, da je odbor za pritožbe glede na naravo povezave, ki obstaja med znakoma P@YWEB CARD in PAYWEB CARD na eni strani ter zadevnimi proizvodi in storitvami na drugi strani, v točkah od 30 do 37 izpodbijanih odločb v bistvu menil, da bo povprečni potrošnik prijavljeni znamki v glavnem zaznaval kot oglaševalsko trgovsko predstavitev zadevnih proizvodov in storitev, na podlagi katere ne bo mogel identificirati trgovskega izvora. Ugotoviti je treba, da so zadevni proizvodi in storitve iz razredov 9, 36 in 38 Nicejskega aranžmaja zelo različni ter spadajo v različne skupine in kategorije proizvodov in storitev.

54 Kar zadeva obseg obveznosti nacionalnih organov, da obrazložijo uporabo razlogov za zavrnitev, navedenih v členu 3 Prve direktive Sveta 89/104/EGS z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (UL 1989, L 40, str. 1), ki se po analogiji uporablja v obravnavanem primeru, saj je normativna vsebina te določbe v bistvu enaka normativni vsebini člena 7(1) Uredbe št. 40/94 (v tem smislu glej

sodbi Sodišča prve stopnje z dne 12. marca 2008 v zadevi Suez proti UUNT (Delivering the essentials of life), T-128/07, neobjavljena v ZOdl., točka 33, in z dne 2. aprila 2008 v zadevi Eurocopter proti UUNT (STEADYCONTROL), T-181/07, neobjavljena v ZOdl., točka 42; glej tudi zgoraj v točki 37 navedeno sodbo Develey proti UUNT, točki 91 in 92), iz sodne prakse Sodišča po eni strani izhaja, da se mora preučitev absolutnih razlogov za zavrnitev nanašati na vsakega od proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija znamke, in po drugi strani, da mora biti odločitev, s katero pristojni organ zavrne registracijo znamke, načeloma obrazložena za vsakega od navedenih proizvodov ali navedenih storitev. Sodišče je pojasnilo, da ta obveznost obrazložitve izhaja tudi iz pomembne zahteve, da je mogoče vse odločbe nacionalnega organa, s katerimi se zavrne pridobitev pravice, ki je priznana s pravom Skupnosti, podrediti sodnemu nadzoru, ki je namenjen zagotovitvi učinkovitega varstva te pravice in ki se mora zaradi tega dejstva nanašati na zakonitost razlogov. Vendar pa se lahko pristojni organ, kadar se isti razlog za zavrnitev ugovarja za vrsto ali skupino proizvodov ali storitev, omeji na splošno obrazložitev za vse zadevne proizvode ali storitve (sodba Sodišča z dne 15. februarja 2007 v zadevi BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, ZOdl., str. I-1455, točke od 34 do 37).

55 Kljub temu pa možnost UUNT, da skupaj obrazloži uporabo absolutnega razloga za zavrnitev za kategorijo ali skupino proizvodov ali storitev, ne sme ovirati cilja obveznosti obrazložitve na podlagi člena 253 ES in člena 73, prvi stavek, Uredbe št. 40/94, v skladu s katerim je odločba o zavrnitvi registracije znamke Skupnosti predmet učinkovitega sodnega nadzora (v tem smislu glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 21. novembra 2007 v zadevi Wesergold Getränkeindustrie proti UUNT – Lidl Stiftung (VITAL FIT), T-111/06, neobjavljena v ZOdl., točka 62). Zato je treba zahtevati, da morajo biti zadevni proizvodi ali storitve medsebojno zadosti neposredno in konkretno povezani, in sicer do te mere, da tvorijo dovolj homogeno kategorijo ali skupino proizvodov ali storitev, da lahko UUNT glede njih poda tako skupno obrazložitev (v tem smislu po analogiji glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 14. decembra 2006 v zadevi Gagliardi proti UUNT – Norma Lebensmittelfilialbetrieb (MANŪ MANU MANU), T-392/04, neobjavljena v ZOdl., točki 91 in 92). Le dejstvo, da so zadevni proizvodi ali storitev v istem razredu Nicejskega aranžmaja, za to ne zadostuje, saj je v teh razredih pogosto veliko različnih proizvodov ali storitev, ki niso nujno medsebojno povezani dovolj neposredno in konkretno.

56 Poleg tega je neobstoj ali nezadostnost obrazložitve, ki spada med bistvene kršitve postopka v smislu člena 253 ES, razlog javnega reda, ki ga sodišče Skupnosti upošteva po uradni dolžnosti (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 17. aprila 2008 v zadevi Dainichiseika Colour & Chemicals Mfg. proti UUNT – Pelikan (Upodobitev pelikana), T-389/03, neobjavljena v ZOdl., točka 85 in v njej navedena sodna praksa).

57 Z vidika teh načel je treba preučiti, ali je odbor za pritožbe zadostno preučil in obrazložil neobstoj razlikovalnega učinka prijavljenih znamk v razmerju do zadevnih proizvodov in storitev. Ob upoštevanju dejstva, da minimalni razlikovalni učinek zadostuje za to, da se ne uporabi razlog za zavrnitev registracije iz člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 (sodba Sodišča prve stopnje z dne 13. junija 2007 v zadevi IVG Immobilien proti UUNT (I), T-441/05, ZOdl., str. II-1937, točka 42), je namreč še toliko pomembneje, da UUNT upošteva to obveznost obrazložitve v zvezi z vsemi navedenimi proizvodi in storitvami.

Proizvodi, imenovani „kartice z integriranim vezjem (*smart cards*), kodirane magnetne kartice, identifikacijske kartice, magnetne, plačilne, kreditne ali debetne magnetne kartice ali kartice z integriranim vezjem“, „magnetni nosilci podatkov“ in „mehanizmi za TV-sprejemnike na kovance“, iz razreda 9

58 Opozoriti je treba, da je odbor za pritožbe v točkah 32 in 33 izpodbijanih odločb v zvezi s proizvodi, imenovanimi „kartice z integriranim vezjem (*smart cards*), kodirane magnetne kartice, identifikacijske kartice, magnetne, plačilne, kreditne ali debetne magnetne kartice ali kartice z integriranim vezjem, magnetni nosilci podatkov in mehanizmi za TV-sprejemnike na kovance“, iz razreda 9 Nicejskega aranžmaja v bistvu ugotovil, da se prijavljeni znamki kot celota lahko uporabljata za označevanje svoje vrste in namena, ker so ti proizvodi „pametne kartice“. Poleg tega odbor za pritožbe meni, da je to, da se navedeni proizvodi nanašajo na plačevanje v internetnem omrežju, z vidika povprečnega potrošnika lastnost ali celo bistvena značilnost teh proizvodov, katerih

posebna in nujna naloga je zagotavljanje delovanja komunikacijskih storitev in storitev spletnega prenosa podatkov ter nakupovanja na daljavo.

59 V zvezi s tem je treba najprej opozoriti, da ti proizvodi zaradi svojih značilnosti in podobnih ali celo povsem enakih funkcij sestavljajo homogeno skupino proizvodov, ker imajo obliko kartice z magnetnim trakom, integriranim vezjem ali čipom, ki omogoča zapis ali prenos podatkov z (digitalnim) orodjem za branje in obdelavo podatkov, kar za „magnetne nosilce podatkov“ ni dokazano (glej točke od 63 do 65 spodaj). Po eni strani namreč omogočajo, da se vsebovane informacije in podatki po komunikacijskem omrežju, kot so internet, kabelsko ali satelitsko omrežje, prenesejo do ponudnika storitev, zlasti ponudnika dostopa do interneta ali upravljavca telekomunikacijskih ali televizijskih storitev, da ta lahko identificira njihovega imetnika in njegovo pravico dostopa. Po drugi strani te kartice imetniku omogočajo – po potrebi plačljiv – dostop do zadevnega komunikacijskega omrežja, da bi imetnik kartice lahko pošiljal, prejemal ali presnemaval druge informacije in podatke ter prek spleta izvedel nekatere transakcije, skupaj z elektronskimi plačili ob nakupu na daljavo (v tem smislu glej v točki 44 zgoraj navedeno sodbo SURFCARD, točka 64). To velja tudi za „mehanizme za TV-sprejemnike na kovance“, saj so ti mehanizmi, kot je dekodirnik ali naprava za sprejemanje plačljivih televizijskih programov, ki so na voljo v kabelskem ali satelitskem omrežju, opremljeni s kartico (pogosto imenovano „smartcard“), pa tudi z napravo, v katero se lahko ta kartica vstavi, da se omogoči plačljiv dostop do takega omrežja.

60 Odbor za pritožbe je v točki 33 izpodbijanih odločb tako lahko pravilno sklepal, da se besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD neposredno in konkretno navezujeta na te kartice. Zgolj dejstvo, da je odbor za pritožbe te proizvode v točki 32 izpodbijanih odločb označil za „pametne kartice“, ne more vplivati na utemeljenost njegove presoje, ker imajo lahko te kartice enake lastnosti in funkcije kot magnetne kartice in ker so pogosto opremljene tudi z magnetnim trakom, pri čemer ni nujno, da je povprečni potrošnik sposoben razlikovati med prvimi in drugimi ter njihovimi

različnimi značilnostmi in funkcijami (v tem smislu glej zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točka 65).

61 Te ugotovitve ni mogoče izpodbijati z dejstvom, da je odbor za pritožbe tako v glavnem presojal opisnost prijavljenih znamk glede na značilnosti in funkcije zadevnih proizvodov. Iz ustaljene sodne prakse namreč izhaja, da se področja uporabe absolutnih razlogov za zavrnitev iz člena 7(1), točke od (b) do (d), Uredbe št. 40/94 prekrivajo, kar zlasti pomeni, da je lahko besedna znamka, ki je za proizvode ali storitve opisna, zaradi tega dejstva brez razlikovalnega učinka za proizvode in storitve, kar ne vpliva na to, da drugi razlogi ne bi mogli utemeljiti neobstoja opisnosti (v tem smislu glej sodbo Sodišča z dne 12. februarja 2004 v zadevi Campina Melkunie, C-265/00, Recueil, str. I-1699, točki 18 in 19, in zgoraj v točki 31 navedeno sodbo Eurohypo proti UUNT, točki 54 in 69).

62 Zato je treba zavrniti tožbeni razlog, da je šlo za kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, v delu, v katerem se nanaša na proizvode, imenovane „kartice z integriranim vezjem (*smart cards*), magnetne kartice, identifikacijske kartice, magnetne, plačilne, kreditne ali debetne magnetne kartice ali kartice z integriranim vezjem“ in „mehanizmi za TV-sprejemnike na kovance“ iz razreda 9 Nicejskega aranžmaja.

63 Drugič, glede proizvodov, imenovanih „magnetni nosilci podatkov“, je treba opozoriti, da je odbor za pritožbe po eni strani v točki 32 izpodbijanih odločb menil, da mednje prištevamo tudi pametne kartice, po drugi strani pa je v točki 33 navedenih odločb navedel, da naj bi bila posebna in nujna naloga teh proizvodov zagotoviti izvajanje komunikacijskih storitev in storitev spletnega pošiljanja podatkov, ki so nepogrešljive za izvedbo plačil na daljavo. UUNT je v teh pisnih navedbah še dodal, da imajo lahko ti proizvodi obliko kartic in da lahko omogočajo plačljiv dostop do interneta ali kakega drugega komunikacijskega omrežja.

64 Ne glede na to, ali se je odbor za pritožbe lahko omejil na tako skupno obrazložitev, je iz seznama proizvodov iz razreda 9, kot je naveden v prijavi za registracijo, ki se nanaša na „kartice z integriranim vezjem (*smart cards*), kodirane magnetne kartice“ in „magnetne nosilce podatkov“ kot na posebne proizvode, razvidno, da ti nosilci, razen če se ne dokaže nasprotno, praviloma niso pametne kartice in nimajo nujno lastnosti in funkcij navedenih kartic, kot so opisane v točki 59 zgoraj. Zato bi moral UUNT dokazati, da imajo lahko ti nosilci obliko kartice, da imajo njene bistvene lastnosti in da jih kot take zaznava upoštevna javnost, v ta namen pa bi moral predložiti konkretne indice ali celo konkretne dokaze, česar pa ni storil. To je še toliko pomembneje, ker se zdi malo verjetno, da bi lahko povprečni potrošniki značilnosti kartice povezali z magnetnim trdim diskom ali magnetnim trakom za zvočne in slikovne zapise (v tem smislu glej zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točki 71 in 72).

65 Glede na pomen prijavljenih znamk z vidika upoštevne javnosti, in sicer kot plačilne kartice za elektronsko poslovanje zlasti na internetu ali za plačljiv dostop do njega, je treba ugotoviti, da odbor za pritožbe v obravnavanem primeru ni pravno zadostno dokazal, da besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD ne moreta izpolnjevati bistvene naloge znamke, to je označevati trgovskega izvora proizvodov, imenovanih „magnetni nosilci podatkov“.

66 Zato je treba ugoditi tožbenemu razlogu, da je bil kršen člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, v delu, ki se nanaša na navedene proizvode.

Drugi proizvodi iz razreda 9

67 Odbor za pritožbe je v zvezi z drugimi proizvodi iz razreda 9, navedenimi v točki 8 zgoraj, v točkah 30 in 31 izpodbijanih odločb na splošno v glavnem ugotovil, da je glede na to, da sta prijavljeni znamki namenjeni predvsem spodbujanju potrošnika k nakupu proizvodov in uporabi zadevnih storitev, da bi lahko s kartico plačeval prek spleta,

posebna in nujna naloga vseh teh proizvodov zagotoviti izvajanje telekomunikacijskih ter bančnih in finančnih storitev, ki so nepogrešljive za izvedbo takih plačil.

68 Vendar na podlagi te zelo splošne in nejasne obrazložitve ter ob upoštevanju precejšne različnosti in raznovrstnosti proizvodov iz točke 8 zgoraj, katerih bistvene značilnosti v izpodbijanih odločbah niso opisane, ni mogoče preveriti, ali obstaja dovolj neposredna in konkretna povezava med temi različnimi proizvodi in karticami, ki imajo funkcije in značilnosti, navedene v točki 59 zgoraj, da bi tako ugotovili, ali sestavljajo homogeno skupino proizvodov, za katere bi lahko bila obrazložitev skupna, kot je navedena v točkah 30 in 31 izpodbijanih odločb.

69 Izpodbijani odločbi namreč ne vsebujeta niti zametka obrazložitve v zvezi z razlogi, zaradi katerih je odbor za pritožbe menil, da imajo ti proizvodi vendarle skupne značilnosti s proizvodi iz točke 62 zgoraj, zaradi česar jih je upravičeno uvrstiti v homogeno skupino, in v zvezi z neobstojem razlikovalnega učinka znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD, zlasti kar zadeva te proizvode. Zelo splošen opis njihove domnevne funkcije zagotavljanja izvajanja telekomunikacijskih ter bančnih in finančnih storitev, nepogrešljivih za izvedbo plačil prek spleta s kartico, očitno ni upošteven za proizvode, kot so „fotografski, kinematografski, signalizacijski, kontrolni (nadzorni) aparati in instrumenti“, „gramofonske plošče, elektronske beležnice, delilni stroji, videotrakovi, bankomati, avtomati za karte, izpiske računov, izvlečke računov, filmske kamere, videokamere“, „videokasete, CD-ROM-i, čitalniki črtnih kod, kompaktne plošče – CD-ji (avdio, video), CD-ROM-i, detektorji ponarejenega denarja, diskete“ in „telefonski aparati, televizijski sprejemniki“, katerih funkcije in značilnosti so lahko zelo različne. V tem smislu z nejasno trditvijo UUNT na obravnavi, da ti proizvodi enako kot kamera „webcam“ pomenijo nujno potrebna orodja za transakcije, ki se s kartico izvajajo v računalniškem omrežju, tudi če je utemeljena, česar pa UUNT sicer ni trdil za druge zadevne proizvode iz razreda 9, ni mogoče odpraviti te pomanjkljive obrazložitve v izpodbijanih odločbah, saj UUNT ne more med postopkom navesti dodatnih razlogov za odločbo, ki je bila na podlagi člena 253 ES pomanjkljivo obrazložena (sodba Sodišča z dne 28. junija 2005 v združenih zadevah Dansk Rørindustri in drugi proti Komisiji, C-189/02 P, C-202/02 P, od C-205/02 P do C-208/02 P in C-213/02 P, ZOdl., str. I-5425, točka 463; glej sodbo Sodišča prve stopnje

z dne 15. septembra 1998 v združenih zadevah European Night Services in drugi proti Komisiji, T-374/94, T-375/94, T-384/94 in T-388/94, Recueil, str. II-3141, točka 95 in v njej navedena sodna praksa; v tem smislu glej tudi sodbo Sodišča prve stopnje z dne 18. januarja 2005 v zadevi Confédération nationale du Crédit mutuel proti Komisiji, T-93/02, ZOdl., str. II-143, točka 126).

70 Zato skupna obrazložitev iz točk 30 in 31 izpodbijanih odločb ne izpolnjuje zahtev iz člena 253 ES in člena 73, prvi stavek, Uredbe št. 40/94, kot so določene s sodno prakso, navedeno v točki 54 zgoraj, ker ne omogoča, da bi bili lahko izpodbijani odločbi predmet učinkovitega sodnega nadzora nad zakonitostjo ugotovitve odbora za pritožbe, da prijavljeni znamki nimata razlikovalnega učinka za zadevne proizvode iz razreda 9 Nicejskega aranžmaja.

71 V skladu s sodno prakso, navedeno v točki 56 zgoraj, je torej treba po uradni dolžnosti upoštevati razlog javnega reda, ki se nanaša na nezadostno obrazložitev, in v tem delu razveljaviti izpodbijani odločbi.

Storitve iz razredov 36 in 38

– Povzetek obrazložitve izpodbijanih odločb

72 Kar zadeva presojo in obrazložitev v izpodbijanih odločbah glede neobstoja razlikovalnega učinka znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD za storitve iz

razredov 36 in 38 Nicejskega aranžmaja, je treba opozoriti, da je odbor za pritožbe najprej v točki 34 navedenih odločb na splošno ugotovil, da sta ta znaka popolnoma informativna in promocijska glede vseh storitev iz teh razredov, zaradi česar naj ju upoštevna javnost ne bi mogla razumeti kot označbo trgovskega izvora teh storitev, katerih glavni ali stranski cilj naj bi bile storitve elektronskih telekomunikacij, zlasti prek interneta, intraneta ali ekstraneta, pa tudi spletne storitve v bančnem, finančnem in zavarovalniškem sektorju.

73 Nato je odbor za pritožbe v točki 35 izpodbijanih odločb menil, da besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD v zvezi s storitvami iz razreda 36 prenašata jasno informativno sporočilo, to je da se lahko informacije in transakcije v zvezi z navedenimi storitvami dobijo in opravijo na daljavo zaradi izdaje plačilne kartice, priključene na internet in splošneje računalniško omrežje. V zvezi s storitvami iz razreda 38 je odbor za pritožbe v točki 36 izpodbijanih odločb ugotovil, da so te storitve, ki se nanašajo na vse postopke prenosa elektronskih informacij, neposredno povezane z delovanjem in uporabo internetnega omrežja ter, splošneje, novih informacijskih tehnologij. Zato naj bi dejstvo, da je mogoče plačila v tem omrežju izvajati s pametno kartico, z vidika povprečnega potrošnika pomenilo eno od lastnosti teh storitev.

74 Nazadnje, odbor za pritožbe je v točki 37 izpodbijanih odločb ugotovil, da naj bi se prijavljeni znamki kot celota zaznavali v smislu trgovske predstavitve zadevnih proizvodov in storitev in da naj bi bila njuna glavna, če ne izključna naloga zadevnemu potrošniku naznaniti navzočnost proizvoda ali storitve, ki mu omogoča, da s kartico opravi plačilo prek spleta.

– „Izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“ iz razreda 36

75 V zvezi z „izdajanjem kreditnih kartic“ in „izdajanjem debetnih kartic“ iz razreda 36 je treba ugotoviti, da se nanašata neposredno na kartice iz točke 62 zgoraj. Kot je presodilo Sodišče prve stopnje (v tem smislu glej zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točki 75 in 76), so te storitve zelo različne in zapletene. Po eni strani vključujejo storitve, ki jih banka, ki je kartico izdala, zagotavlja svojim strankam, da lahko uporabljajo navedeno kartico, po potrebi prek komunikacijskega omrežja. Po drugi strani obsegajo tudi zelo različne druge storitve, opravljene v okviru več ločenih poslovnih odnosov, to pomeni odnosov med bankami, ki so kartico izdale, upravljavci različnih omrežij, ki so zadolženi za obračun izvedenih plačil, in trgovci, pri katerih lahko stranka plačuje s kartico. Zato je treba te storitve jasno razlikovati od lastnosti in funkcij kartic kot takih, opisanih v točki 59 zgoraj, saj presegajo samo dvostranski poslovni odnos med banko, ki je kartico izdala, in potrošnikom.

76 Kljub temu je odbor za pritožbe v točki 35 izpodbijanih odločb pravilno, resda precej nejasno in na splošno navedel bistveno lastnost, skupno vsem storitvam, s tem ko je v bistvu ugotovil, da se nanašajo zlasti na transakcije, ki se izvajajo na daljavo zaradi zagotovitve plačilne kartice, priključene na internet in splošneje računalniško omrežje, in v zvezi s katerimi besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD prenašata jasno informativno sporočilo.

77 Glede na to skupno lastnost in skupni namen, ki sta povezana z računalništvom in internetom, je treba ugotoviti, da je mogoče te storitve kljub njihovi različnosti in zapletenosti razvrstiti v dovolj homogeno skupino, da so lahko predmet take skupne obrazložitve. Prav tako je odbor za pritožbe zlasti ob upoštevanju elementov prijavljenih znamk „payweb“ in „p@yweb“, ki označujeta funkcijo plačevanja prek elektronskega ali računalniškega komunikacijskega omrežja, upravičeno sklepal, da naj bi normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren potrošnik navedeni znamki

zaznaval kot nedeljivo celoto kartic in z njimi povezanih storitev, ki mu omogočajo, da z navedenimi karticami plačuje prek spleta.

78 Tako je lahko odbor za pritožbe v točki 37 izpodbijanih odločb pravilno ugotovil, da bi se besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD lahko zaznavala predvsem kot trgovska predstavitev zadevnih proizvodov in storitev, ker upoštevni javnosti sporočata navzočnost proizvoda ali storitve, ki javnosti omogoča, da s kartico plačuje prek spleta. Ker z vidika navedene javnosti obstaja neposredna in konkretna povezava med prijavljenima znamkama na eni strani ter „izdajanjem kreditnih kartic“ in „izdajanjem debetnih kartic“ iz razreda 36 na drugi strani, je namreč mogoče sklepati, da imata znamki funkcijo trgovske predstavitve navedenih storitev in da nimata razlikovalnega učinka za te storitve.

79 Zato je odbor za pritožbe izpodbijani odločbi zadostno obrazložil in pravilno uporabil člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, s tem ko je zavrnil registracijo prijavljenih znamk za „izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“ iz razreda 36 Nicejskega aranžmaja.

– Druge storitve iz razreda 36

80 V zvezi z drugimi storitvami iz razreda 36 je treba najprej ugotoviti, da te nimajo tako neposredne in konkretne povezave s karticami iz točke 62 zgoraj kot „izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“, ker se nanašajo na zelo različne poslovne transakcije v nepremičninskem, zavarovalniškem, bančnem, finančnem in računalniškem sektorju, med katerimi je vendarle treba priznati sorodnost. Nato je treba opozoriti, da ugotovitev, da ni razlikovalnega učinka prijavljenih znamk, z vidika upoštevne javnosti zadostuje, da se navedeni znamki nanašata na funkcijo ali posebno

značilnost zadevnih storitev. Vse te storitve imajo skupno značilnost ali enak cilj, to je izvajanje poslovnih transakcij v navedenih sektorjih, skupaj s plačevanjem s kartico, ki se po potrebi lahko izvaja po elektronski poti. V teh okoliščinah se lahko šteje, da te storitve za namene skupne obrazložitve spadajo v homogeno skupino storitev. Obrazložitev iz točke 35 izpodbijanih odločb, da se lahko transakcije v zvezi z zadevnimi storitvami dobijo ali opravijo na daljavo zaradi zagotovitve plačilne kartice, priključene na internet in splošneje računalniško omrežje, je tako resda skromna, vendar zadostuje za to, da lahko Sodišče prve stopnje v zvezi s tem izvede nadzor nad zakonitostjo.

81 Z vidika povprečnega potrošnika namreč obstaja dovolj neposredna in konkretna povezava med besednima znakoma P@YWEB CARD in PAYWEB CARD na eni strani ter posebno lastnostjo vseh drugih storitev iz razreda 36 na drugi strani, to je možnostjo, da se s kartico plačuje na daljavo ali po elektronski poti v okviru poslovnih transakcij v nepremičninskem, zavarovalniškem, bančnem, finančnem in računalniškem sektorju. Zato je treba ugotoviti, da ta znaka lahko pomenita preprosto trgovsko predstavitev teh storitev, iz česar je mogoče sklepati, da nimata razlikovalnega učinka za navedene storitve.

82 Kljub temu je treba pojasniti, da je neobstoj razlikovalnega učinka besednih znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD mogoče ugotoviti samo, če se za opravljanje storitev iz točke 80 zgoraj dejansko predvideva uporaba kartice, kot je kartica zdravstvenega zavarovanja. Če je te storitve mogoče opraviti neodvisno od kartice, ta znaka z vidika upoštevne javnosti nista dovolj neposredno in konkretno povezana s temi storitvami, saj bi morala ta javnost izvesti zapleteno sklepanje, da bi ugotovila tako povezavo. Zato se neobstoj razlikovalnega učinka prijavljenih znamk nanaša samo na storitve iz razreda 36, ki tako kot „izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“ zahtevajo ali zadevajo uporabo kartice (v tem smislu po analogiji glej zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točka 82).

83 V teh okoliščinah je treba ugotoviti, da je odbor za pritožbe izpodbijani odločbi zadostno obrazložil in pravilno uporabil člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, s tem ko je zavrnil registracijo prijavljenih znamk za vse zadevne storitve iz razreda 36 Nicejskega aranžmaja.

– Storitve iz razreda 38

84 Kar zadeva storitve iz razreda 38, imenovane „telekomunikacije, komuniciranje prek računalniških terminalov, pošiljanje telegramov, prenašanje telegramov, informiranje o telekomunikacijah, elektronska pošta, posredovanje sporočil, računalniško podprto prenašanje sporočil in slik, satelitsko prenašanje, prenos informacij prek interneta, intraneta in ekstraneta, storitve prenosa računalniških interaktivnih informacij, prenos informacij iz računalniške banke podatkov, mednarodne storitve prenosa podatkov med računalniškimi sistemi, povezanimi v mrežo, prenosi spletnih informacij“, je treba navesti, da tako kot „izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“ iz razreda 36 te storitve spadajo v homogeno skupino storitev, neposredno povezanih z informatiko in internetom. Poleg tega so z vidika upoštevne javnosti neposredno in konkretno povezane z besednima znakoma P@YWEB CARD in PAYWEB CARD, ker ta znaka označujeta zlasti funkcijo prenosa podatkov prek interneta ali drugih komunikacijskih omrežij, na primer za nakup na daljavo, ki ga je mogoče opraviti zaradi vrste kartice, kot je opisana v točki 59 zgoraj. Dejstvo, da je mogoče do interneta ali drugih komunikacijskih omrežij dostopati s kartico ter tam prenašati podatke in opravljati druge spletne transakcije, kot so nakupi in plačila na daljavo, je namreč lastnost, ki je skupna tem storitvam. V zvezi s tem, kot je bilo navedeno v točki 60 zgoraj, samo dejstvo, da je odbor za pritožbe analizo oprl na „pametne kartice“, ne more ovreči utemeljenosti te presoje (glej v tem smislu in po analogiji zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točki 79 in 80).

85 Zato je odbor za pritožbe v točki 37 izpodbijanih odločb pravilno menil, da bo upoštevna javnost besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD razumela tako, kot da označujeta celoto, ki je ni mogoče ločiti od kartic in storitev, ki javnosti omogočajo izvedbo plačil prek spleta. Zato prijavljeni znamki ne izpolnjujeta svoje bistvene naloge, to je označevanje trgovskega izvora zadevnih storitev.

86 Vseeno je treba pojasniti, da je neobstoj razlikovalnega učinka besednih znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD mogoče ugotoviti samo, če opravljanje storitev iz točke 84 zgoraj dejansko predpostavlja uporabo kartice. Če je te storitve mogoče opraviti neodvisno od kartice, ta znaka z vidika upoštevne javnosti nista dovolj neposredno in konkretno povezana s temi storitvami, glede na to, da bi morala ta javnost opraviti zapleteno sklepanje, da bi ugotovila to povezavo. Zato neobstoj razlikovalnega učinka prijavljenih znamk zadeva samo storitve iz razreda 38, ki tako kot „izdajanje kreditnih kartic“ in „izdajanje debetnih kartic“ iz razreda 36 zahtevajo ali zadevajo uporabo kartice.

87 Ker opravljanje storitev iz razreda 38, kot so navedene v točki 84 zgoraj, zahteva uporabo kartice, je odbor za pritožbe v teh okoliščinah pravilno ugotovil, da besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD nimata zadostnega razlikovalnega učinka glede navedenih storitev. Zato je treba očitek, da je bil kršen člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, zavrniti v delu, ki se nanaša na zavrnitev registracije prijavljenih znamk za zgoraj navedene storitve.

88 Vendar pa izpodbijani odločbi, kar zadeva druge storitve iz razreda 38, imenovane „storitve tiskovnih agencij (novice), zlasti glede bančnega sektorja, oddajanje radijskih programov, telefonsko komuniciranje, pošiljanje telegramov, prenašanje telegramov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje radijskih programov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje v najem telekomunikacijske opreme, izposoja naprav za pošiljanje sporočil, oddajanje v najem telefonov, komuniciranje prek mobilne telefonije, telefonske storitve“, ne vsebujeta niti osnutka obrazložitve v zvezi z razlogi, zaradi katerih odbor za pritožbe meni, da te storitve in storitve, navedene v točki 84 zgoraj, spadajo v homogeno skupino, ki bi lahko upravičila skupno obrazložitev, kot je

navedena v točkah 36 in 37 navedenih odločb. Poleg tega ti odločbi niti ne vsebujeta pojasnila, na podlagi katerega bi bilo mogoče preveriti utemeljenost presoje odbora za pritožbe, v skladu s katero besedna znaka P@YWEB CARD in PAYWEB CARD nista dovolj razlikovalna, zlasti v zvezi s temi drugimi storitvami.

89 Čeprav je obrazložitev iz točke 36 izpodbijanih odločb – v skladu s katero se zadevne storitve nanašajo na celoto postopkov prenosa elektronskih informacij in so neposredno povezane z delovanjem in uporabo internetnega omrežja ter splošneje novih informacijskih tehnologij, tako da je dejstvo, da se na tem omrežju s pametno kartico lahko izvajajo plačila, lastnost teh storitev – ustrezna za storitve, navedene v točki 84 zgoraj, pa ni nujno ustrezna za druge storitve iz razreda 38. Vsekakor iz te splošne obrazložitve ni mogoče razbrati razlogov glede besednih znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD, zaradi katerih naj bi bile te storitve z vidika normalno obveščenega ter razumno pozornega in preudarnega potrošnika dovolj neposredno in konkretno povezane s plačili prek spleta, izvedenimi s kartico.

90 Poleg tega dodatna trditev, ki jo je UUNT navajal med postopkom, da je priznano, da internet omogoča sprejemanje radijskih in televizijskih oddaj ter telefonsko komuniciranje, v nobenem primeru ni upoštevna, saj UUNT na tej stopnji ne sme dopolniti obrazložitve odločbe, ki glede na člen 253 ES ni zadosti obrazložena (glej zgoraj v točki 69 navedeno sodno prakso).

91 Zato odbor za pritožbe ni zadostno obrazložil domnevnega neobstoja zadostnega razlikovalnega učinka prijavljenih znamk glede storitev, navedenih v točki 88 zgoraj. V zvezi s tem skupna obrazložitev iz točk 36 in 37 izpodbijanih odločb ne izpolnjuje

zahtev iz člena 253 ES in člena 73, prvi stavek, Uredbe št. 40/94, saj ne omogoča, da bi bili navedeni odločbi lahko predmet učinkovitega sodnega nadzora.

92 V skladu z zgoraj v točki 56 navedeno sodno prakso je torej treba po uradni dolžnosti upoštevati razlog javnega reda, ki se nanaša na nezadostno obrazložitev, in razveljaviti izpodbijani odločbi tudi v tem delu.

Nesklicevanje na razlog za zavrnitev v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94

93 Glede na to, da odbor za pritožbe izpodbijanih odločb ni oprl na absolutni razlog za zavrnitev iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94, ki se nanaša na opisnost prijavljenih znamk (glej točko 40 navedenih odločb), in da je cilj tožeče stranke samo doseči razveljavitev izpodbijanih odločb (glej točko 14 zgoraj), uporaba člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 ni predmet tega spora v smislu člena 63 te uredbe in s tem nadzora nad zakonitostjo, ki ga mora sodišče Skupnosti opraviti v tej zadevi (glej v tem smislu zgoraj v točki 44 navedeno sodbo SURFCARD, točka 85 in v njej navedena sodna praksa).

94 Zato trditve tožeče stranke v zvezi z morebitno neopisnostjo prijavljenih znamk niso upoštevne in jih Sodišču prve stopnje ni treba presojati.

95 Iz vseh zgoraj navedenih ugotovitev izhaja, da je treba ugoditi tožbenemu razlogu, da je bil kršen člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, in razveljaviti izpodbijani odločbi v delu, v katerem je ugotovljen neobstoj razlikovalnega učinka prijavljenih znamk glede:

– proizvodov iz razreda 9, kot so navedeni v točki 2 zgoraj, razen „kartic z integriranim vezjem (*smart cards*), magnetnih kartic, identifikacijskih kartic, magnetnih, plačilnih, kreditnih ali debetnih magnetnih kartic ali kartic z integriranim vezjem“ in „mehanizmov za TV-sprejemnike na kovance“;

– storitev, imenovanih „storitve tiskovnih agencij (novice), zlasti glede bančnega sektorja, oddajanje radijskih programov, telefonsko komuniciranje, pošiljanje telegramov, prenašanje telegramov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje radijskih programov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje v najem telekomunikacijske opreme, izposoja naprav za pošiljanje sporočil, oddajanje v najem telefonov, komuniciranje prek mobilne telefonije, telefonske storitve“ iz razreda 38.

Stroški

96 V skladu s členom 87(3) Poslovnika lahko Sodišče prve stopnje odloči, da se stroški razdelijo ali da vsaka stranka nosi svoje stroške, če vsaka stranka uspe samo deloma.

V okoliščinah tega primera je treba ob upoštevanju delne razveljavitve izpodbijanih odločb in zlasti neobstoja predlogov tožeče stranke v zvezi s stroški odločiti, da vsaka od strank nosi svoje stroške.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (tretji senat)

razsodilo:

1. **Odločbi prvega odbora za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) z dne 10. julija 2007 (zadeva R 119/2007-1) in z dne 12. septembra 2007 (zadeva R 120/2007-1) se razveljavita v delu, v katerem je zavrnjena registracija besednih znakov P@YWEB CARD in PAYWEB CARD kot znamk Skupnosti za fotografske, kinematografske, signalizacijske, kontrolne (nadzorne) aparate in instrumente, aparate za snemanje, prenos, reprodukcijo zvoka ali slike; gramofonske plošče, elektronske beležnice, delilne stroje, avtomatične, videotrakove, avtomate za karte, izpiske računov, izvlečke računov, filmske kamere, videokamere, videokasete, CD-ROM-e, čitalnike črtnih kod, kompaktne plošče – CD-je (avdio, video), CD-ROM-e, detektorje ponarejenega denarja, diskete, magnetne nosilce podatkov, optične nosilce podatkov, videoekrane, stroje za obdelovanje podatkov, naprave za medsebojno zvezo, vmesnike (za računalnike), čitalnike (računalniška oprema), računalniški softver (registriran), monitorje (zaslone) (računalniške programe), osebne računalnike (*lap top*), računalniške periferne enote, računalniške programe, registrirane, operacijske sisteme, posnete, radiotelefonske aparate, avdio- in videosprejemnike, telefonske aparate, televizijske sprejemnike, naprave za beleženje časa, oddajnike (telekomunikacije), procesorje (centralne procesne enote) iz razreda 9 ter storitve, imenovane storitve tiskovnih agencij (novice), zlasti glede bančnega sektorja, oddajanje radijskih programov, telefonsko komuniciranje, pošiljanje telegramov, prenašanje telegramov, oddajanje televizijskih programov, oddajanje radijskih programov, oddajanje televizijskih**

programov, oddajanje v najem telekomunikacijske opreme, izposoja naprav za pošiljanje sporočil, oddajanje v najem telefonov, komuniciranje prek mobilne telefonije, telefonske storitve, iz razreda 38 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil spremenjen in dopolnjen.

2. V preostalem se tožba zavrne.

3. Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE) in UUNT nosita svoje stroške.

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 20. maja 2009.

Podpisi