WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (szósta izba)

z dnia 18 grudnia 2008 r.*

W sprawie T-287/06

Miguel Torres SA, z siedzibą w Vilafranca del Penedés (Hiszpania), reprezentowana przez adwokatów E. Armija Chávarriego, M. Baza de San Ceferino oraz A. Castána Péreza-Gómeza,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowanemu przez O. Mondéjara Ortuñę oraz J. Garcíę Murillo, działających w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

* Język postępowania: hiszpański.

w której drugą stroną w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory), występującą przed Sądem w charakterze interwenienta, jest:

Bodegas Peñalba Lopez SL, z siedzibą w Aranda de Duero (Hiszpania), reprezentowana przez adwokatów J. Calderóna Chavero, T. Villatę Consonniego oraz M. Yañeza Manglano,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Drugiej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) z dnia 27 lipca 2006 r. (sprawa R 597/2004-2), dotyczącą postępowania w sprawie sprzeciwu pomiędzy Miguel Torres SA i Bodegas Peñalba Lopez SL,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI
WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (szósta izba),

w składzie: A.W.H. Meij (sprawozdawca), prezes, D. Šváby i V. Vadapalas, sędziowie,

sekretarz: K. Andová, administrator,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 11 października 2006 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną przez Urząd w sekretariacie Sądu w dniu 30 stycznia 2007 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią interwenienta na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 22 stycznia 2007 r.,

uwzględniając zmianę składu izb Sądu,

uwzględniając wyznaczenie innego sędziego w celu uzupełnienia składu izby w następstwie wystąpienia przeszkody w wykonywaniu obowiązków przez jednego z jej członków

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 10 stycznia 2008 r.,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 1 czerwca 1999 r. Maria del Pilar Pérez Albéniz Iglesias dokonała 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), ze zmianami, zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego do Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (zwanego dalej „Urzędem").

2 Znak, o którego rejestrację wniesiono to przedstawione poniżej oznaczenie graficzne:



3 Towary i usługi, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klas 32, 33 i 39 Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają, dla każdej z tych klas, następującemu opisowi:

— klasa 32: „piwo, wody mineralne oraz inne napoje bezalkoholowe, syropy i inne preparaty do produkcji napojów”;

— klasa 33: „wina”;

— klasa 39: „usługi magazynowania, dystrybucji, transportu, składowania, pakowania i opakowywania różnych towarów”.

4 W trakcie postępowania przed Urzędem zgłoszenie znaku zostało przeniesione na interwenienta, Bodegas Peñalba López SL. Spółka ta ograniczyła zgłoszenie do towarów z klasy 33 i usług z klasy 39.

5 Zgłoszenie to zostało opublikowane w Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych nr 72/00 z dnia 11 września 2000 r.

6 W dniu 11 grudnia 2000 r. skarżąca, Miguel Torres SA, wniosła sprzeciw wobec zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego na podstawie art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

7 Sprzeciw został oparty na następujących rejestracjach wcześniejszych:

— wspólnotowa rejestracja nr 2783 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w dniu 1 lutego 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— wspólnotowa rejestracja nr 376681 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w dniu 27 września 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— wspólnotowa rejestracja nr 376947 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w dniu 14 września 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— wspólnotowa rejestracja nr 462267 słownego znaku towarowego VIÑA LAS TORRES dokonana w dniu 3 lutego 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)];

— wspólnotowa rejestracja nr 466839 słownego znaku towarowego GRAN TORRES dokonana w dniu 1 lutego 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)];

— wspólnotowa rejestracja nr 466896 słownego znaku towarowego TORRES 10 dokonana w dniu 12 lutego 1997 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)];

— wspólnotowa rejestracja nr 466912 słownego znaku towarowego 5 TORRES dokonana w dniu 1 lutego 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)];

— rejestracja nr 2234398 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 20 września 1999 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)];



— rejestracja nr 18132 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 7 stycznia 1911 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



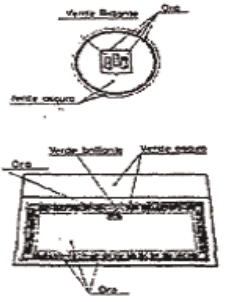
— rejestracja nr 35802 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 8 kwietnia 1920 r. dla towarów należących do klasy 33 [brandy, wódki i likiery (z wyjątkiem win)]:



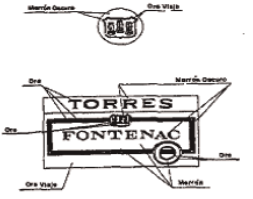
— rejestracja nr 149441 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 13 października 1947 r. dla towarów należących do klas 30, 32 i 33 (wina, produkty do produkcji win, moszcz, piwo i ocet):



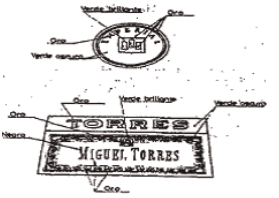
— rejestracja nr 1677345 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 5 października 1992 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa), w szczególności brandy]:



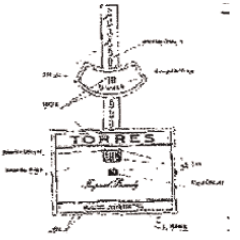
— rejestracja nr 1751690 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 20 lipca 1993 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa), w szczególności brandy]:



— rejestracja nr 1677346 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 3 marca 1995 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa), w szczególności brandy]:



— rejestracja nr 1718386 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 5 kwietnia 1994 r. dla towarów należących do klasy 33 (brandy):



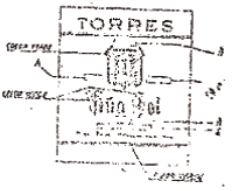
— rejestracja nr 1787982 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 3 kwietnia 1996 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— rejestracja nr 397808 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 11 maja 1963 r. dla towarów należących do klas 1, 30, 32 i 33 (wina musujące, produkty do produkcji win, wina, moszcz, piwo, ocet i kwas winny do produkcji win):



— rejestracja nr 400056 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 17 stycznia 1963 r. dla towarów należących do klasy 33 (każdy rodzaj wina z wyjątkiem białego wina stołowego, bardzo wytrawnego, posiadającego cechy win reńskich):



— rejestracja nr 529931 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 2 września 1968 r.:



— rejestracja nr 592542 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 21 września 1971 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



— rejestracja nr 592543 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 8 stycznia 1972 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



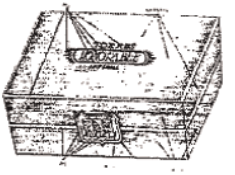
— rejestracja nr 1119998 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 20 czerwca 1986 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— rejestracja nr 1119999 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 5 lutego 1987 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



— rejestracja nr 1172809 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 5 stycznia 1989 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa)]:



— rejestracja nr 1938607 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 5 marca 1996 r. dla towarów należących do klasy 33 [napoje alkoholowe (z wyjątkiem piwa), w szczególności brandy]:



— rejestracja nr 715533 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Hiszpanii w dniu 11 listopada 1976 r. dla towarów należących do klasy 33 (wyroby spirytusowe i likiery):



— rejestracja B 857391 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Zjednoczonym Królestwie w dniu 3 grudnia 1963 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



— rejestracja B 87182 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Irlandii w dniu 17 lipca 1974 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina):



— rejestracja nr 238430 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Szwecji w dniu 31 lipca 1992 r. dla towarów należących do klasy 33 (wszystkie towary, w szczególności wina, wina musujące, brandy i likiery):



— rejestracja nr 33633 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Finlandii w dniu 22 sierpnia 1977 r. dla towarów należących do klasy 33 (wina, alkohole i likiery):



— rejestracja nr 113347 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Zjednoczonym Królestwie w dniu 17 października 1995 r.:



— rejestracja nr 1373 przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego dokonana w Danii w dniu 11 kwietnia 1964 r.:



8 Sprzeciw dotyczył wszystkich towarów objętych wcześniejszym znakiem towarowym i został skierowany wyłącznie przeciwko towarom „wina" należącym do klasy 33 i objętym zgłoszeniem znaku towarowego.

9 Decyzją z dnia 18 maja 2004 r., opierając się na porównaniu przeprowadzonym pomiędzy zgłoszonym znakiem towarowym a wcześniejszym graficznym wspólnotowym znakiem towarowym TORRES nr 2783 (zwanym dalej „wcześniejszym znakiem towarowym"), Wydział Sprzeciwów uwzględnił sprzeciw, uznając, że w przypadku kolidujących ze sobą znaków towarowych istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd ze względu na identyczność towarów oznaczonych tymi znakami, pewne podobieństwa wizualne (wizerunek wieży i słowo „torres") i fonetyczne (sylaby „to" i „rre") oraz powszechną znajomość wcześniejszego znaku towarowego.

10 W dniu 16 lipca 2004 r. interwenient wniósł odwołanie od decyzji Wydziału Sprzeciwów.

11 W decyzji z dnia 27 lipca 2006 r. (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją") Druga Izba Odwoławcza Urzędu uchyliła decyzję Wydziału Sprzeciwów, ponieważ przesłanka podobieństwa pomiędzy kolidującymi ze sobą znakami nie została spełniona i w związku z tym nie istniało prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

12 W tym względzie Izba Odwoławcza uznała w szczególności, że fakt, iż słowo „torre" zostało umieszczone na początku zgłoszonego znaku towarowego nie nadaje mu charakteru dominującego względem innych elementów tego znaku. Charakter odróżniający zgłoszonego znaku wynika bowiem z nierozłącznej logicznej i koncepcyjnej całości wytworzonej przez połączenie dwóch słów „torre" i „albéniz", przy czym to ostatnie ze słów indywidualizuje wieżę i tym samym ma w tym znaku charakter dominujący (pkt 28 i 29 zaskarżonej decyzji). Izba Odwoławcza uznała także, że nawet jeżeli powszechna znajomość wcześniejszego znaku towarowego wzmacnia jego charakter odróżniający, to w żadnym razie nie wzmacnia ona charakteru odróżniającego identycznego lub podobnego elementu znaku złożonego na tyle, aby komponent ten stał się dominujący w ramach wywieranego przez ten znak całościowego wrażenia, w przypadku gdy tworzy on z innymi składnikami nierozłączną logiczną i koncepcyjną całość, doskonale dającą się odróżnić od wcześniejszego powszechnie znanego znaku

towarowego i niewywołującą z nim skojarzeń (pkt 30 zaskarżonej decyzji). Następnie Izba Odwoławcza uznała, że kolidujące ze sobą znaki wywierają odmienne całościowe wrażenie, że zbieżność elementu „torre" pod względem fonetycznym została zrekompensowana elementem „albéniz" i że pod względem koncepcyjnym sposób postrzegania przez właściwy krąg odbiorców będzie się różnił w zależności od tego, czy znają oni znaczenie słowa „torre". W istocie dla odbiorców, którzy rozumieją znaczenie tego słowa będzie istniała różnica koncepcyjna, natomiast dla tych, którzy nie znają sensu słowa „torre" podobieństwo koncepcyjne będzie miało niewielkie znaczenie (pkt 35–37 zaskarżonej decyzji).

Żądania stron

13 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

— obciążenie Urzędu kosztami postępowania.

14 Urząd wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

15 Interwenient wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

Argumenty stron

16 Na poparcie skargi skarżąca przedstawia jedyny zarzut wynikający z naruszenia art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

17 Skarżąca twierdzi, że Izba Odwoławcza popełniła trzy błędy w zastosowaniu wypracowanych w orzecznictwie zasad dotyczących wykładni tego przepisu. Po pierwsze, Izba Odwoławcza niesłusznie nie uwzględniła powszechnej znajomości wcześniejszego znaku towarowego przy ustalaniu elementu dominującego zgłoszonego znaku towarowego i przy dokonywaniu oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd. Po drugie, Izba Odwoławcza nie przeprowadziła tej oceny w oparciu o sposób

postrzegania znaków przez właściwy krąg odbiorców (przeciętnych konsumentów w Unii Europejskiej), a jedynie na podstawie sposobu ich postrzegania przez niewielką grupę konsumentów (konsumentów hiszpańskich, włoskich i portugalskich). Po trzecie, Izba Odwoławcza nie wzięła pod uwagę faktu, że znaki skarżącej tworzą „rodzinę znaków" lub „serię znaków".

18 Zarzut ten opiera się na czterech założeniach. Po pierwsze, powszechna znajomość oznaczenia TORRES w całej Unii wzmacnia charakter odróżniający elementu wspólnego dla kolidujących ze sobą oznaczeń, który tym samym staje się dominujący. Po drugie, biorąc pod uwagę elementy odróżniające i dominujące, kolidujące ze sobą oznaczenia są podobne do siebie i zbliżone pod względem fonetycznym i wizualnym. Po trzecie, powszechna znajomość oznaczenia TORRES uzupełniona identycznością towarów wzmacnia ius prohibendi wcześniejszych znaków towarowych przy dokonywaniu oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd. Po czwarte, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest zwiększone poprzez istnienie „rodziny znaków" obejmującej element słowny „torres" i element graficzny w postaci co najmniej jednej wieży.

19 W odniesieniu do pierwszego założenia skarżąca podnosi po pierwsze, że ze względu na powszechną znajomość i zakorzenienie się oznaczenia TORRES w całej Unii składnik „torre" zgłoszonego znaku jest postrzegany przez właściwych konsumentów jako element dominujący w ramach wywieranego przez ten znak całościowego wrażenia.

20 Odnosząc się do hiszpańskiego orzecznictwa i doktryny, skarżąca twierdzi, że powszechna znajomość wcześniejszego znaku towarowego zwiększa jego ochronę i charakter odróżniający, wzmacnia ona także charakter odróżniający identycznego lub podobnego elementu zgłoszonego znaku towarowego, który jest znakiem złożonym.

21 Po drugie, skarżąca uważa, że twierdzenie Izby Odwoławczej, zgodnie z którym zgłoszony znak towarowy stanowi nierozłączną logiczną i koncepcyjną całość ma znaczenie tylko w Hiszpanii, Portugalii i we Włoszech, czyli w państwach, w których znaczenie kolidujących ze sobą znaków może być zrozumiałe. W innych państwach, w których znaki TORRES zostały także zarejestrowane, słowa „torre" i „albéniz" nie mają żadnego konkretnego znaczenia, dlatego też trudno je uznać za stanowiące logiczną i koncepcyjną odrębną całość.

22 W tej kwestii skarżąca podkreśla, że stanowisko Izby Odwoławczej w odniesieniu do logicznej i koncepcyjnej całości zgłoszonego znaku towarowego jest sprzeczne ze stanowiskiem przedstawionym w pkt 29 zaskarżonej decyzji, w którym zostało powiedziane, iż to słowo „albéniz" indywidualizuje wieżę, którą określa i dlatego też odgrywa dominującą i odróżniającą rolę w zgłoszonym znaku towarowym. Znaczna część właściwych konsumentów nie rozumie bowiem znaczenia tego słowa ani nie kojarzy go z muzykiem hiszpańskim Albénizem.

23 Po trzecie, skarżąca twierdzi, że argument, zgodnie z którym wcześniejszy znak towarowy nie jest identyczny z elementem „torre" ze względu na brak litery „s" w tym słowie nie jest przekonujący, ponieważ litera „s" wskazuje na liczbę mnogą, w żaden sposób nie zmieniając znaczenia tego rzeczownika.

24 Wreszcie skarżąca uważa, że nawet jeżeli pozycja zajmowana przez jeden z komponentów znaku złożonego nie stanowi decydującego kryterium dla ustalenia elementu dominującego, to jednak umieszczenie odgrywa pewną rolę w ocenie konsumentów, którzy znają słowo „torres" lub dla których nie jest ono obce. Tacy konsumenci będą mieli tendencję do skracania zgłoszonego znaku i skupiania uwagi, co do zasady, na słowie „torre". Powszechna znajomość wcześniejszych znaków towarowych TORRES i umieszczenie słowa „torre" na początku zgłoszonego znaku powodują bowiem, że właściwy konsument będzie zwracać szczególną uwagę właśnie na to słowo („torre").

25 W odniesieniu do drugiego założenia skarżąca dokonuje rzeczywistego porównania kolidujących ze sobą znaków, opierając się ze względów ekonomii procesowej na tych samych znakach, które zostały porównane przez Wydział Sprzeciwów i Izbę Odwoławczą w ich decyzjach; skarżąca wywodzi z tego porównania, że kolidujące ze sobą znaki wykazują podobieństwa fonetyczne i wizualne oraz że brak jest koncepcyjnych różnic, które mogłyby neutralizować te podobieństwa.

26 Pod względem wizualnym skarżąca stwierdza, że z powodu szczególnej natury wina na całościowe wrażenie wywierane przez znaki towarowe odnoszące się do tego towaru wpływają, co do zasady, elementy słowne, natomiast elementy graficzne schodzą na drugi plan. W konsekwencji podobieństwo pomiędzy kolidującymi ze sobą znakami wynikające ze wspólnego elementu słownego „torre(s)" nie może zostać zneutralizowane przez element graficzny (wizerunek wieży) zawarty w zgłoszonym znaku towarowym. W tym zakresie skarżąca, powołując się na orzecznictwo Sądu, stwierdza, że prawie wszystkie etykiety napojów z klasy 33 występujące na rynku zawierają elementy ozdobne, o których trudno pamiętać przy zakupie towaru.

27 Następnie skarżąca podnosi, że zawarty w zgłoszonym znaku towarowym wizerunek wieży występuje we wszystkich wcześniejszych znakach skarżącej, przy czym niektóre z nich zawierają, podobnie jak zgłoszony znak towarowy, wizerunek jednej wieży. Ponadto skarżąca przypomina, że sam element graficzny wzmacnia wspólny tym znakom element słowny „torre(s)" poprzez przedstawienie wizerunku wieży.

28 Pod względem fonetycznym skarżąca zauważa, że zgłoszony znak towarowy zawiera w sobie praktycznie cały wcześniejszy znak, z wyjątkiem ostatniej litery „s". Skarżąca podnosi, że zbieżność sylab „to" i „rre(s)", uwydatniona poprzez ich umieszczenie na początku tych dwóch kolidujących ze sobą znaków, nadaje im większą siłę przyciągania uwagi niż sylaby „al", „bé" i „niz". Ponadto sylaby „to" i „rre(s)" należą do tych najtrudniejszych do wymówienia dla właściwych konsumentów ze względu na podwójne „r" i w związku z tym należałoby się spodziewać, że będą najbardziej przyciągać jego uwagę.

29 W odniesieniu do różnicy koncepcyjnej skarżąca stwierdza, że nie neutralizuje ona występujących między kolidującymi ze sobą znakami podobieństw fonetycznych i — w mniejszym stopniu — także wizualnych. W zakresie w jakim większość właściwych konsumentów (konsumenci austriaccy, niemieccy, niderlandzcy, angielscy, belgijscy, duńscy, francuscy, etc.) nie zna znaczenia słowa „torre" lub jego liczby mnogiej „torres", koncepcyjne porównanie oznaczeń nie będzie miało większego znaczenia. Jedynym możliwym znaczeniem koncepcyjnym, z jakim kolidujące ze sobą oznaczenia mogłyby się kojarzyć w tych krajach, jest właśnie znaczenie wcześniejszego znaku towarowego, a to ze względu na jego zakorzenienie, powszechną znajomość i obecność na właściwych rynkach, ponieważ chodzi tutaj o słowo, które wskazuje pochodzenie handlowe danych towarów.

30 W tym temacie skarżąca dodaje, że nawet jeżeli dla konsumentów hiszpańskich, włoskich i portugalskich element koncepcyjny stanowi istotny czynnik w ramach porównania kolidujących ze sobą znaków, to jednak koncepcyjny sposób postrzegania tych znaków przez tę grupę konsumentów, niezależnie od tego, jaki by on nie był, nie będzie miał wpływu na ocenę sposobu postrzegania tych znaków przez większość konsumentów. Nawiązując do orzecznictwa Sądu, skarżąca twierdzi, że co do zasady, istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd na części terytorium WE wystarcza, żeby art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 mógł być stosowany.

31 Wreszcie skarżąca przywołuje orzecznictwo Sądu w celu stwierdzenia, że gdy jeden z dwóch pojedynczych wyrazów, z których składa się słowny znak towarowy, jest identyczny — na płaszczyźnie wizualnej i fonetycznej — z jedynym wyrazem składającym się na wcześniejszy słowny znak towarowy i gdy wyrazy te razem lub osobno nie mają na płaszczyźnie koncepcyjnej żadnego znaczenia dla danego kręgu odbiorców, kolidujące ze sobą znaki towarowe — każdy postrzegany jako całość — należy zwykle uznać za podobne w rozumieniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

32 W odniesieniu do całościowej oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd skarżąca uważa po pierwsze, że uznanie powszechnej znajomości oznaczenia TORRES

w całej Unii oznacza większą ochronę i bardziej odróżniający charakter znaków TORRES, większe prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd i większy rygor znaku wcześniejszego w porównaniu ze zgłoszonym znakiem.

33 Po drugie, identyczność towarów oznaczonych kolidującymi ze sobą znakami wpływa na wzmocnienie oceny, że kolidujące ze sobą oznaczenia są zbliżone i podobne, ponieważ znaki te występują w tym samym sektorze produkcyjnym, handlowym i konsumpcyjnym.

34 Ponadto skarżąca uważa, że nie można stwierdzić, jak to czyni Izba Odwoławcza, że konsument wina jest konsumentem wyspecjalizowanym, który odróżnia znaki bez problemu, ponieważ wino jest produktem spożywanym przez osoby pochodzące ze wszystkich warstw społecznych i różnych poziomów kulturowych. Istnieją konsumenci wyspecjalizowani, ale i inni konsumenci także kupują wino, ponieważ znak towarowy jest dla nich znajomy.

35 Co więcej Izba Odwoławcza nie może kwestionować mocy obowiązującej wyroków sądów hiszpańskich w sprawach podobnych do obecnie rozpatrywanej.

36 Wreszcie skarżąca podnosi, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd pomiędzy zgłoszonym znakiem towarowym a powszechnie znanymi znakami skarżącej zostało uznane na poziomie wspólnotowym w analogicznej sprawie, w której pojawiło się pytanie o możliwość współistnienia znaków towarowych TORRES i nazwy pochodzenia, na którą składa się wyrażenie „torres vedras”.

37 Ponadto i niezależnie od wyniku porównania pomiędzy znakiem zgłoszonym a wcześniejszymi znakami towarowymi, skarżąca twierdzi, że istnienie „rodziny znaków" lub „serii znaków" zawierających element słowny „torres" i wizerunek co najmniej jednej wieży zwiększa prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w przypadku kolidujących ze sobą znaków.

38 Znaki te składają się bowiem z dwóch elementów wspólnych: słowa „torres" i wizerunku co najmniej jednej wieży, przy czym niektóre z nich zawierają także dodatkowy komponent w celu określenia konkretnego produktu. Skarżąca uwydatnia także fakt, że element „torre" i wizerunek wieży na zgłoszonym znaku towarowym w sposób naturalny skłaniają konsumenta do uznania tego znaku za należący do rodziny znaków skarżącej.

39 Powołując się na wyrok Sądu z dnia 23 lutego 2006 r. w sprawie T-194/03 Il Ponte Finanziaria przeciwko OHIM — Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE), Zb.Orz. s. II-445, skarżąca uważa, że przedstawiła dowód na spełnienie dwóch przesłanek wymaganych w celu uznania wpływu istnienia rodziny znaków na prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, tj. z jednej strony używanie i obecność na rynku wszystkich znaków należących do rodziny znaków, których istnieniem został uzasadniony sprzeciw, a z drugiej strony występowanie w znaku zgłoszonym elementu stanowiącego podstawowy wyznacznik rodziny znaków.

40 Urząd i interwenient kwestionują argumenty skarżącej.

Ocena Sądu

41 Zgodnie z art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 w wyniku sprzeciwu właściciela wcześniejszego znaku towarowego zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli z powodu podobieństwa do wcześniejszego znaku towarowego lub identyczności z nim, identyczności lub podobieństwa towarów lub usług oznaczonych obydwoma znakami istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia odbiorców w błąd na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony.

42 W myśl utrwalonego orzecznictwa prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, jeżeli odbiorcy mogliby uznać, że dane towary lub usługi oznaczone znakami towarowymi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub ewentualnie z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane całościowo zgodnie ze sposobem postrzegania danych oznaczeń i towarów lub usług przez właściwy krąg odbiorców oraz przy uwzględnieniu wszystkich istotnych czynników występujących w danym przypadku [wyrok Trybunału z dnia 22 czerwca 1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Rec. s. I-3819, pkt 17 i Sądu z dnia 9 lipca 2003 r. w sprawie T-162/01 Laboratorios RTB przeciwko OHIM — Giorgio Bervely Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Rec. s. II-2821, pkt 30 i 31].

43 Ta całościowa ocena powinna być dokonywana przy uwzględnieniu w szczególności rozpoznawalności znaku towarowego na rynku, jak również stopnia podobieństwa znaków towarowych i oznaczanych nimi towarów lub usług. Przy dokonywaniu tej oceny należy wziąć pod uwagę pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami w tym sensie, że niski stopień podobieństwa między oznaczanymi towarami lub usługami może być kompensowany wysokim stopniem podobieństwa między znakami towarowymi i odwrotnie (wyroki Trybunału: z dnia 29 września 1998 r. w sprawie C-39/97 Canon, Rec. s. I-5507, pkt 17 i ww. w sprawie Lloyd Schuhfabrik Meyer, pkt 19).

44 Ponadto w całościowej ocenie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd sposób postrzegania znaków towarowych przez przeciętnego konsumenta danej kategorii towarów lub usług odgrywa decydującą rolę. Przeciętny konsument zwykle postrzega znak towarowy jako całość, nie poddając analizie jego poszczególnych elementów

(ww. wyrok w sprawie Lloyd Schuhfabrik Meyer, pkt 25). Dla potrzeb tej oceny przyjmuje się, że przeciętny konsument danych towarów jest właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny. Należy mieć także na względzie fakt, że poziom uwagi przeciętnego konsumenta jest zmienny w zależności od rodzaju danych towarów lub usług (ww. wyrok w sprawie Lloyd Schuhfabrik Meyer, pkt 26).

45 W niniejszej sprawie właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów z państw członkowskich, w których wcześniejsze oznaczenie korzysta z ochrony.

46 Identyczność rozpatrywanych towarów nie została zakwestionowana przez strony.

47 Z orzecznictwa wynika, że całościową ocenę prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie dotyczącym wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego podobieństwa spornych znaków należy oprzeć na wywieranym przez nie całościowym wrażeniu, ze szczególnym uwzględnieniem ich elementów odróżniających i dominujących [zob. wyrok Sądu z dnia 11 lipca 2006 r. w sprawie T-247/03 Torres przeciwko OHIM — Bodegas Muga (Torre Muga), niepublikowany w Zbiorze, pkt 45 i przytoczone tam orzecznictwo].

48 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem złożony znak towarowy oraz inny znak, identyczny lub wykazujący podobieństwo do jednego ze składników złożonego znaku towarowego, mogą zostać uznane za podobne jedynie wówczas, gdy składnik ten stanowi element dominujący w całościowym wrażeniu wywieranym przez złożony znak towarowy. Jest tak, w przypadku gdy element ten jest w stanie zdominować obraz tego znaku, jaki właściwy krąg odbiorców zachowa w pamięci, w związku z czym wszystkie

pozostałe składniki tego znaku towarowego mogą zostać pominięte w wywieranym przez niego całościowym wrażeniu (zob. ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 46 i przytoczone tam orzecznictwo).

49 Jednakże nie należy uwzględniać tylko jednego z elementów złożonego znaku towarowego i porównywać go z innym znakiem. Przeciwnie, takiego porównania należy dokonać, przeprowadzając analizę rozpatrywanych znaków postrzeganych każdy jako całość (zob. ww. wyrok Torre Muga, pkt 47 i przytoczone tam orzecznictwo).

50 W niniejszej sprawie na wcześniejszy znak towarowy składa się słowo „torres" pisane dużymi literami i umieszczone u góry etykiety, na której przedstawione zostały trzy wieże, podczas gdy na zgłoszony znak towarowy składa się wizerunek wieży, poniżej której znajduje się wyrażenie „torre albéniz" napisane pochylonym drukiem i specjalną czcionką.

51 W celu dokonania porównania spornych oznaczeń skarżąca przedstawiła różne argumenty mające na celu potwierdzenie, że słowo „torre" stanowi dominujący element zgłoszonego znaku. Mając na względzie znaczenie tej kwestii dla oceny podobieństwa między znakami, przed przeprowadzeniem porównania spornych oznaczeń należy przeanalizować te argumenty.

W przedmiocie dominującego charakteru elementu „torre" w zgłoszonym znaku towarowym

52 W odniesieniu do wpływu, jaki może mieć uznanie powszechnej znajomości oznaczenia TORRES na określenie elementu dominującego zgłoszonego znaku i w konsekwencji na podobieństwo kolidujących ze sobą znaków, należy uznać, że powszechna znajomość wcześniejszego znaku towarowego może, w zależności od

przypadku, wzmocnić charakter odróżniający elementu identycznego lub podobnego złożonego znaku towarowego w taki sposób, że stanie się on jego elementem dominującym.

53 Nie ma to jednak miejsca w rozpatrywanej sprawie.

54 Po pierwsze, co się tyczy twierdzenia skarżącej, zgodnie z którym powszechna znajomość wcześniejszych znaków towarowych w całej Unii, jak również umieszczenie słowa „torre" na początku zgłoszonego znaku powoduje, że właściwy konsument zwraca szczególną uwagę na to słowo i pomija inne składniki stanowiące część zgłoszonego znaku, należy stwierdzić, że jeżeli w celu przeprowadzenia oceny charakteru dominującego jednego lub kilku ze składników znaku złożonego pomocniczo można uwzględnić wzajemną pozycję różnych elementów składowych znaku w całościowym układzie znaku złożonego [wyrok Sądu z dnia 23 października 2002 r. w sprawie T-6/01 Matratzen Concord przeciwko OHIM — Hukla Germany (MATRATZEN), Rec. s. II-4335, pkt 35], to ta wzajemna pozycja nie nadaje w żadnym razie charakteru dominującego jednemu składnikowi zgłoszonego znaku, sprawiając, że pozostałe elementy tego znaku mogą zostać pominięte w ramach wywieranego przezeń całościowego wrażenia (ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 50).

55 W niniejszej sprawie należy uznać, że fakt, iż słowo „torre" znajduje się na pierwszej pozycji w zgłoszonym znaku towarowym nie powoduje, iż słowo umieszczone na drugiej pozycji, a mianowicie słowo „albéniz" staje się nieistotne dla całościowego wrażenia, które wywiera ten znak, w szczególności na płaszczyźnie fonetycznej i koncepcyjnej. Wręcz przeciwnie, charakter odróżniający zgłoszonego znaku wynika w sposób decydujący z połączenia słów „torre" i „albéniz", które współtworzą odrębną logiczną i koncepcyjną całość. W związku z tym, nawet jeżeli wcześniejszy znak towarowy jest powszechnie znany, to jednak nie można zaprzeczyć istnieniu pozostałych składników, które tworzą zgłoszony znak.

56 Należy bowiem stwierdzić, że nie istnieje podstawa pozwalająca uznać, iż właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny przeciętny konsument nie będzie systematycznie zwracał uwagi na drugą część elementu słownego znaku towarowego, do tego stopnia, że zapamięta jedynie jego pierwszą część, jak twierdzi skarżąca.

57 Ma to w szczególności miejsce w sektorze napojów alkoholowych, w którym konsumenci są przyzwyczajeni, że towary są często oznaczane znakami towarowymi zawierającymi kilka elementów słownych (ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 52 i 53).

58 W niniejszej sprawie należy stwierdzić, że powszechnie znane wcześniejsze oznaczenie TORRES nie jest identyczne ze składnikiem „torre" zgłoszonego znaku, ponieważ ten ostatni nie kończy się literą „s". Następnie należy wziąć pod uwagę fakt, że po pierwsze element słowny „torre" zgłoszonego znaku jest powszechnie używany do oznaczania towarów będących przedmiotem postępowania i po drugie słowo to zostało połączone ze składnikiem „albéniz" w taki sposób, że współtworzy z tym ostatnim logiczną i koncepcyjną całość decydującą o zdolności zgłoszonego znaku towarowego w zakresie odróżniania oznaczanych towarów. Okoliczności te nie pozwalają uznać, że słowo „torre" sprawia, iż pozostałe elementy mogą zostać pominięte w całościowym wrażeniu wywieranym przez ten znak, nawet jeżeli składnik ten jest w pewnym stopniu podobny do wysoce odróżniającego oznaczenia TORRES (zob. podobnie ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 57).

59 Następnie w odniesieniu do zarzucanej sprzeczności pomiędzy z jednej strony twierdzeniem Izby Odwoławczej, że wyrażenie zawarte w zgłoszonym znaku towarowym stanowi odrębną całość logiczną i koncepcyjną, a z drugiej strony twierdzeniem, zgodnie z którym słowo „albéniz" zajmuje w zgłoszonym znaku pozycję dominującą i odróżniającą, należy uznać, że właściwy krąg odbiorców będzie postrzegać zgłoszony znak towarowy jako syntaktyczną całość, bez względu na zrozumiałość tego sformułowania. Dla części tego kręgu odbiorców, w szczególności hiszpańskiej, portugalskiej i włoskiej, która rozumie znaczenie tych słów lub to wyrażenie, możliwe jest, że słowo „torre" ma mniejsze znaczenie i że część druga

zgłoszonego znaku stanowiąca element specyfikacji i przywołująca na myśl miejsce lub osobę jest bardziej dominująca.

60 Mając na względzie powyższe, do celów dokonania porównania spornych oznaczeń należy stwierdzić, że Izba Odwoławcza nie naruszyła prawa, nie uznając, że słowo „torrre" stanowiło element dominujący w ramach wrażenia wywieranego przez zgłoszony znak towarowy.

W przedmiocie podobieństwa wizualnego

61 Z wizualnego punktu widzenia, o ile można przyjąć, że porównanie kolidujących ze sobą oznaczeń wskazuje na zbieżność pomiędzy pięcioma pierwszymi literami jedynego elementu oznaczenia TORRES i elementu „torre" w zgłoszonym znaku, o tyle Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, że każde ze spornych oznaczeń wywiera odmienne całkowite wrażenie wizualne.

62 Przede wszystkim należy bowiem zauważyć, że składnik „torre" zawarty w zgłoszonym znaku towarowym nie jest identyczny z oznaczeniem TORRES, ponieważ to ostatnie kończy się literą „s" wskazującą na liczbę mnogą.

63 Poza tym podczas gdy wcześniejszy znak towarowy składa się ze słowa „torres" pisanego dużymi literami i umieszczonego u góry etykiety, na której znajdują się trzy wieże, to na zgłoszony znak towarowy składa się wizerunek wieży, poniżej której znajduje się wyrażenie „torre albéniz" napisane pochylonym drukiem i specjalną czcionką.

64 Wprawdzie można uznać, co podnosi skarżąca, że w zgłoszonym znaku element graficzny ma charakter subsydiarny względem elementu słownego, który jest bardziej zdatny do odróżniania oznaczonych towarów i przyciągania uwagi konsumenta, jednak należy pamiętać, że sam element słowny „torre albéniz" zgłoszonego znaku jest w każdym razie wystarczająco różny od oznaczenia TORRES, aby na płaszczyźnie wizualnej różnice przeważały nad podobieństwami w sposobie ich postrzegania przez konsumenta. Wniosku tego nie zmienia fakt, na który powołuje się skarżąca, że uwaga kręgu odbiorców skupi się co najmniej równie intensywnie na pierwszej części słownego elementu zgłoszonego znaku jak na jego części drugiej.

W przedmiocie podobieństwa fonetycznego

65 Na płaszczyźnie fonetycznej należy zauważyć, że wcześniejsze oznaczenie składa się z jednego słowa, zawierającego dwie sylaby „to" i „rres", podczas gdy zgłoszony znak towarowy liczy sobie dwa słowa, na które składa się łącznie pięć sylab, a mianowicie „to", „rre", „al", „bé" i „niz". W tych warunkach okoliczność, że zgłoszony znak towarowy zawiera w sobie prawie cały wcześniejszy znak, oprócz ostatniej litery „s", nie może przeważać nad różnicami fonetycznymi pomiędzy oznaczeniami postrzeganymi każde jako całość. Należy zatem uznać, że Izba Odwoławcza słusznie ustaliła, iż sporne oznaczenia pod względem fonetycznym były oczywiście odmienne.

66 Oceny tej nie mogą podważyć inne argumenty skarżącej w tej kwestii.

67 Nawet jeżeli nie można zaprzeczyć istnieniu jednej części ewidentnie podobnej w dwóch kolidujących ze sobą znakach towarowych, to jednak nie ulega wątpliwości, że

okoliczność ta jest rekompensowana występującymi między tymi znakami oczywistymi różnicami fonetycznymi, czy to pod względem liczby wymawianych sylab, czy to jeżeli chodzi o obecność słowa „albéniz".

68 W tym względzie należy odrzucić argument skarżącej, zgodnie z którym zbieżność sylab „to" i „rre(s)", zaakcentowana jej zdaniem dzięki umieszczeniu ich na początku dwóch kolidujących ze sobą znaków towarowych, nadaje im większą siłę przyciągania, którą dodatkowo wzmacnia fakt, że sylaby „to" i „rre(s)" są trudniejsze do wymówienia niż drugie słowo, z którego składa się zgłoszony znak towarowy. Jak zostało stwierdzone w pkt 55 powyżej, słowa „torres" i „albéniz" tworzą odrębną logiczną i koncepcyjną całość. Ponadto nie został dostarczony żaden dowód, który mógłby prowadzić do wniosku, że całość ta może zostać znacznie osłabiona poprzez wymówienie słów, z których się składa. Co więcej skarżąca nie przedstawiła żadnych argumentów na poparcie twierdzenia, że sylaby „to" i „rre(s)", ze względu na podwójne „r", są najtrudniejsze do wypowiedzenia dla właściwego konsumenta. W tym względzie należy stwierdzić, że w większości właściwych terytoriów spotyka się słowa zawierające podwójne „r", a zatem żadna trudność w wymawianiu tego fonemu nie została stwierdzona. Ponadto należy zauważyć, że wymowa sylaby „bé" w słowie „albéniz" jest w oczywisty sposób zaakcentowana, czego nie można zlekceważyć w ramach fonetycznej całości wynikającej z wymowy zgłoszonego znaku towarowego. Podobnie jest w odniesieniu do sylaby „niz".

W przedmiocie podobieństwa koncepcyjnego

69 Co się tyczy podobieństwa koncepcyjnego, należy dokonać rozróżnienia pomiędzy wrażeniem wywieranym przez sporne oznaczenia w państwach, w których konsumenci znają znaczenie słowa „torre", tj. w Hiszpanii, we Włoszech i w Portugalii, a wrażeniem wywieranym w innych państwach.

70 W odniesieniu do państw, w których konsumenci znają znaczenie słowa „torre", Izba Odwoławcza nie popełniła błędu, uznając, że przekaz sugerowany przez słowo „torres" i przez wyrażenie „torre albéniz" jest inny. Podczas gdy słowo „torres", przynajmniej dla odbiorców w Hiszpanii, przywołuje na myśl wizerunek wież w liczbie mnogiej, drugie słowo zgłoszonego znaku towarowego kojarzy się ze znanym muzykiem hiszpańskim. O ile występuje między nimi pewien stopień podobieństwa, o tyle częste stosowanie pojęcia „torre" w celu oznaczenia danych towarów w Hiszpanii, we Włoszech i w Portugalii sprawi, że konsumenci z tych krajów nie przejdą obojętnie obok składnika „albéniz" zawartego w zgłoszonym znaku i co za tym idzie, tym bardziej dostrzegą oni różnicę koncepcyjną pomiędzy spornymi oznaczeniami.

71 Natomiast w państwach, w których znaczenie słowa „torre" nie jest znane, podobieństwo koncepcyjne ma ograniczone znaczenie, co podnoszą zarówno skarżąca, jak i Urząd.

72 W tym względzie skarżąca stwierdza, że większość konsumentów europejskich nie rozumie znaczenia słowa „torre" i że w oparciu o sposób postrzegania przez mniejszość docelowego kręgu odbiorców nie można uznać, iż sporne oznaczenia różnią się od siebie koncepcyjnie. Należy jednak zauważyć, że fakt, iż porównanie spornych oznaczeń na płaszczyźnie koncepcyjnej ma ograniczone znaczenie w większości państw Unii nie stoi na przeszkodzie, żeby w państwach, w których znaczenie tego słowa jest odbiorcom znane, różnice koncepcyjne pomiędzy omawianymi oznaczeniami zostały wzięte pod uwagę.

73 Mając na względzie powyższe, należy uznać, że Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, iż występujące między spornymi oznaczeniami różnice miały dla wszystkich zainteresowanych konsumentów przeważające znaczenie na płaszczyznach wizualnej i fonetycznej, natomiast dla odbiorców hiszpańskich, włoskich i portugalskich również na płaszczyźnie koncepcyjnej. Z porównania spornych oznaczeń wynika bowiem, że wywierają one odmienne całościowe wrażenie. Sama zbieżność pomiędzy pięcioma pierwszymi literami wcześniejszego znaku towarowego a składnikiem „torre" zawartym

w zgłoszonym znaku nie może podważyć twierdzenia, zgodnie z którym w ramach całościowego wrażenia różnice pomiędzy tymi oznaczeniami przeważają nad nieznacznymi podobieństwami.

W przedmiocie całościowej oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd

74 Mając na uwadze różnice pomiędzy kolidującymi ze sobą oznaczeniami, Izba Odwoławcza słusznie uznała, że w ich przypadku nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, pomimo identyczności rozpatrywanych towarów. W istocie w ramach całościowej oceny omawianych znaków towarowych występujące między kolidującymi ze sobą oznaczeniami różnice wizualne, fonetyczne i ewentualnie koncepcyjne wystarczą, aby zapobiec temu, by — pomimo identyczności rozpatrywanych towarów i faktu, że należą one to tego samego sektora produkcyjnego i handlowego — istniejące między tymi oznaczeniami podobieństwa stwarzały w odczuciu zainteresowanych konsumentów prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd (zob. podobnie ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 71 i przytoczone tam orzecznictwo).

75 Co się tyczy powszechnej znajomości oznaczenia TORRES na właściwym terytorium, należy uznać, że nie może ona podważyć tego wniosku. Chociaż z utrwalonego orzecznictwa wynika, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest tym większe, im bardziej odróżniający jest wcześniejszy znak towarowy, to należy podkreślić, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd zakłada identyczność lub podobieństwo oznaczeń. Ponadto powszechna znajomość znaku stanowi element, który sam w sobie nie stwarza prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, aczkolwiek winien być brany pod uwagę w ramach oceny, czy podobieństwo oznaczeń lub towarów i usług jest wystarczające, aby stworzyć prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd (zob. ww. wyrok w sprawie Torre Muga, pkt 72 i przytoczone tam orzecznictwo).

76 W niniejszej sprawie, nawet jeżeli Izba Odwoławcza stwierdziła, że oznaczenie TORRES jest powszechnie znane w Hiszpanii, czy też nawet w innych państwach członkowskich, w których jest chronione, porównanie spornych oznaczeń wykazuje jednak, że całościowe wrażenie wywierane przez zgłoszony znak towarowy znacznie się różni od wrażenia wywieranego przez znak wcześniejszy. W tych okolicznościach sam wysoce odróżniający charakter wcześniejszego oznaczenia wynikający z jego znajomości wśród odbiorców na rynku nie może prowadzić do obalenia twierdzenia, zgodnie z którym prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd nie istnieje.

77 Wniosku tego nie podważa także argument skarżącej odnoszący się do nazwy pochodzenia zawierającej wyrażenie „torres vedras", zgodnie z którym prawodawca wspólnotowy uznał w szczególności, że nazwę złożoną ze słów „torres" i „vedras" można pomylić ze znakami TORRES, pomimo obecności drugiego słowa „vedras", i dlatego do rozporządzenia Komisji (EWG) nr 3201/1990 z dnia 16 października 1990 r. ustanawiającego szczegółowe zasady dotyczące oznaczania i prezentacji win i moszczy gronowych (Dz.U. L 309, s. 1). włączył art. 23a w celu uniknięcia tej możliwości. W tym względzie należy stwierdzić, że uregulowanie, do którego nawiązuje skarżąca obejmuje przepisy dotyczące win gatunkowych produkowanych w określonych regionach (psr) i przewiduje oznaczanie i prezentację win, a zwłaszcza etykietowanie. Wprawdzie prawodawca wspólnotowy uwzględnił możliwość zaistnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku pojawiającego się na rynku nowego wina gatunkowego z kategorii psr i niektórych powszechnie znanych znaków towarowych i w konsekwencji sprecyzował sposób, w jaki należy przedstawić nazwę określonego regionu na etykiecie, to jednak powołanie się na tę okoliczność nie stanowi poważnego argumentu na to, że w niniejszej sprawie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd i że w związku z tym można odmówić rejestracji zgłoszonego znaku towarowego zawierającego słowo „torre".

78 Wreszcie w odniesieniu do krytyki skarżącej, zgodnie z którą Izba Odwoławcza kwestionuje moc obowiązującą wyroków sądów hiszpańskich, należy przypomnieć, że

zgodność z prawem decyzji izb odwoławczych musi być oceniana wyłącznie na podstawie rozporządzenia nr 40/94, zgodnie z jego wykładnią dokonaną przez sąd wspólnotowy [wyrok Sądu z dnia 9 października 2002 r. w sprawie T-36/01 Glaverbel przeciwko OHIM (Powierzchnia szklanej tabliczki), Rec. s. II-3887, pkt 34].

W przedmiocie argumentu wynikającego z istnienia w przekonaniu skarżącej „rodziny znaków"

79 W przedmiocie argumentu skarżącej stwierdzającego, że jej wcześniejsze znaki towarowe stanowią „rodzinę znaków" lub „serię znaków", co może zwiększyć prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w przypadku zgłoszonego znaku, należy przypomnieć, że taka hipoteza została przyjęta w ww. wyroku Bainbridge i potwierdzona wyrokiem Trybunału z dnia 13 września 2007 r. w sprawie C-234/06 P Il Ponte Finanziaria, Zb.Orz. s. I-7333.

80 Zgodnie z tym orzecznictwem z „serią" lub „rodziną" znaków mamy do czynienia w szczególności wówczas, gdy te wcześniejsze znaki towarowe zawierają w całości ten sam element odróżniający z dodatkiem elementu graficznego lub słownego, który pozwala na ich odróżnienie, albo gdy znaki te charakteryzuje powtórzenie w nich tego samego przedrostka lub przyrostka występującego w znaku pierwotnym (ww. wyrok w sprawie Bainbridge, pkt 123). W takim przypadku prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd może wynikać z możliwości skojarzenia znaku zgłoszonego z należącymi do danej serii wcześniejszymi znakami, jeśli występują między nimi podobieństwa mogące skłonić konsumenta do uznania, że zgłoszony znak towarowy należy do tej samej serii, i — co za tym idzie — że oznaczane nim towary mają to samo pochodzenie handlowe, co towary oznaczane znakami wcześniejszymi, lub pochodzenie zbliżone. Tego rodzaju prawdopodobieństwo skojarzenia znaku zgłoszonego z wcześniejszymi seryjnymi znakami towarowymi, mogące spowodować niejasność co do pochodzenia handlowego towarów oznaczanych kolidującymi ze sobą oznaczeniami może występować również wtedy, gdy na podstawie porównania znaku zgłoszonego z każdym ze znaków wcześniejszych z osobna nie da się stwierdzić istnienia bezpośredniego prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd (ww. wyrok w sprawie Bainbridge, pkt 124). W przypadku „rodziny" lub „serii" znaków towarowych prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wynika konkretnie z faktu, że konsument może pomylić się co do pochodzenia czy źródła towarów lub usług oznaczanych

zgłoszonym znakiem towarowym i niesłusznie założyć, że znak ten stanowi część tej „rodziny" czy „serii" znaków (ww. wyrok w sprawie Il Ponte Finanziaria, pkt 63).

81 Jednakże, zgodnie z przytoczonym orzecznictwem, na prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wynikające z istnienia rodziny znaków wcześniejszych można się powołać tylko wtedy, gdy łącznie zostają spełnione dwie przesłanki. Po pierwsze, znaki wcześniejsze wchodzące w skład „rodziny" lub „serii" muszą być obecne na rynku. Po drugie, zgłoszony znak towarowy powinien być nie tylko podobny do znaków należących do serii, lecz wykazywać także cechy pozwalające na przyporządkowanie go do takiej serii. Może tak nie być, na przykład, gdy wspólny element należących do serii znaków wcześniejszych umiejscowiony jest w zgłoszonym znaku towarowym inaczej niż jest on zwykle umieszczany w znakach należących do serii lub też gdy ma on inną zawartość semantyczną (ww. wyrok w sprawie Bainbridge, pkt 125–127).

82 W niniejszej sprawie należy najpierw podnieść, że na wspólny element wcześniejszych, słownych i graficznych znaków towarowych, na których istnieniu opiera się sprzeciw, składa się słowo „torres" lub wizerunek, pod rozmaitymi postaciami, kilku wież, które w prawie wszystkich przypadkach są trzy, co potwierdziła także skarżąca na rozprawie. Z tego wynika, że stały element wcześniejszych znaków towarowych stanowi, zarówno w wymiarze słownym, jak i graficznym, obecność kilku wież.

83 Następnie należy stwierdzić, że poza słowem „torres" w liczbie mnogiej lub wizerunkiem trzech wież wcześniejsze znaki towarowe nie wykazują, w sposób szczególny i stały, cech, które mogą prowadzić właściwego konsumenta do skojarzenia zgłoszonego znaku towarowego ze wszystkimi znakami wcześniejszymi postrzeganymi jako „rodzina" lub „seria" znaków i w ten sposób pomylić się co do pochodzenia czy źródła towarów nim oznaczanych. Zarówno bowiem w wymiarze słownym, jak

i graficznym, oznaczenie Torre Albéniz odróżnia się od wcześniejszych znaków swoją powyżej opisaną osobliwością, a w szczególności dodaniem elementu odróżniającego „albéniz”.

84 Dlatego też, w zakresie w jakim druga przesłanka, o której mowa w pkt 81 powyżej, nie została spełniona, należy oddalić argument skarżącej wynikający z istnienia rodziny wcześniejszych znaków towarowych, bez konieczności zbadania w tym kontekście obecności wcześniejszych znaków na rynku. Z tego wynika, że Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, iż nie można uznać, że właściwy konsument będzie mógł postrzegać słowo „torre” jako związane z rodziną znaków TORRES.

85 Z powyższego wynika, że Izba Odwoławcza nie popełniła błędu, uznając, że w przypadku spornych oznaczeń nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

86 W konsekwencji skargę należy oddalić.

W przedmiocie kosztów

87 Na podstawie art. 87 § 2 regulaminu kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy — zgodnie z żądaniem Urzędu i interwenienta — obciążyć ją kosztami postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (szósta izba)

orzeka, co następuje:

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Miguel Torres SA zostaje obciążona kosztami postępowania.

Meij Šváby Vadapalas

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 18 grudnia 2008 r.

Podpisy