

Sprawa T-296/02

Lidl Stiftung & Co. KG

przeciwko

**Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego
(znaki towarowe i wzory) (OHIM)**

Wspólnotowy znak towarowy — Sprzeciw — Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd — Zgłoszenie słownego wspólnotowego znaku towarowego LINDENHOF — Wcześniejszy słowno-graficzny znak towarowy LINDERHOF — Artykuł 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 40/94

Wyrok Sądu Pierwszej Instancji (druga izba) z dnia 15 lutego 2005 r. II - 566

Streszczenie wyroku

- 1. Wspólnotowy znak towarowy — Postępowanie odwoławcze — Skarga do sądu wspólnotowego — Zgodność z prawem decyzji izby odwoławczej orzekającej w postępowaniu w sprawie sprzeciwu — Podważenie przez wskazanie nowych okoliczności faktycznych — Niedopuszczalność (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 63 i 74 ust. 1)*

2. *Wspólnotowy znak towarowy — Postępowanie odwoławcze — Odwołanie do izby odwoławczej od decyzji wydziału Urzędu orzekającego w pierwszej instancji — Uwzględnienie nowych okoliczności faktycznych i dowodów — Dopuszczalność — Zakres (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 74 ust. 2)*
3. *Wspólnotowy znak towarowy — Definicja i uzyskanie wspólnotowego znaku towarowego — Względne podstawy odmowy rejestracji — Sprzeciw właściciela identycznego lub podobnego wcześniejszego znaku towarowego zarejestrowanego dla identycznych lub podobnych towarów lub usług — Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do wcześniejszego znaku towarowego — Słowny znak towarowy LINDENHOF i słowno-graficzny znak towarowy LINDERHOF (rozporządzenie Rady nr 40/94, art. 8 ust. 1 lit. b))*

1. Skarga wniesiona do Sądu na decyzję izby odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) Sądu ma na celu przeprowadzenie kontroli jej zgodności z prawem w rozumieniu art. 63 rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego. Stąd fakty, na które strony powołują się przed Sądem, nie przedstawivszy ich wcześniej w postępowaniach przed poszczególnymi instancjami Urzędu, mogą wpłynąć na zgodność takiej decyzji z prawem jedynie w sytuacji, gdy Urząd był zobowiązany do wzięcia ich pod uwagę z urzędu.

faktów, które nie zostały przedstawione przez strony. Dlatego tego typu fakty nie mogą stanowić podstawy do podważania zgodności z prawem decyzji izby odwoławczej.

(por. pkt 31)

W tym zakresie z przepisu art. 74 ust. 1 in fine tego rozporządzenia, zgodnie z którym w postępowaniu dotyczącym względnych podstaw odmowy rejestracji badanie Urzędu ogranicza się do zarzutów i wniosków przedstawionych przez strony, wynika, że Urząd nie ma obowiązku brania pod uwagę z urzędu

2. W ramach dokonywanego przez izby odwoławcze Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) ponownego badania decyzji wydanych przez wydziały Urzędu orzekające w pierwszej instancji izby odwoławcze — z zastrzeżeniem art. 74 ust. 2 rozporządzenia nr 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego — mogą uwzględnić odwołanie na podstawie nowych faktów wskazanych przez stronę wnoszącą odwołanie lub też na

podstawie nowych dowodów przez nią przedstawionych.

(por. pkt 33)

3. Dla przeciętnego niemieckiego konsumenta nie istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w odniesieniu do słownego oznaczenia LINDENHOF, o którego rejestrację w charakterze wspólnotowego znaku towarowego wniesiono dla „wód mineralnych i gazowanych oraz innych napojów bezalkoholowych; napojów owocowych i soków owocowych”, należących do klasy 32 w rozumieniu porozumienia nicejskiego, oraz słowno-graficznego znaku towarowego, który poza dodatkowymi elementami słownymi i elementami graficznymi o charakterze dekoracyjnym zawiera słowny element „linderhof” zarejestrowany wcześniej w Niemczech dla „win musujących”, należących do klasy 33 wspomnianego porozumienia.

W istocie o ile prawdą jest, że rozpatrywane oznaczenia należy uznać za podobne z uwagi na podobieństwo wyrazu „lindenhof” i dominującego elementu słownego „linderhof” pod względami wizualnym, fonetycznym i koncepcyjnym, o tyle różnice pomiędzy spornymi towarami, wynikające między innymi z faktu, że nie mogą one zostać uznane za należące do tej samej rodziny napojów, przeważają nad podobieństwem oznaczeń, tak iż docelowy konsument nie będzie sądził, że towary te opatrzone tymi oznaczeniami mają to samo pochodzenie. Ponadto wcześniejszy znak towarowy nie może zostać uznany za odznaczający się charakterem silnie odróżniającym.

(por. pkt 51, 64, 67, 68, 71)