

WYROK TRYBUNAŁU (pierwsza izba)  
z dnia 30 czerwca 2005 r. \*

W sprawie C-286/04 P

mającej za przedmiot odwołanie w trybie art. 56 statutu Trybunału Sprawiedliwości,  
wniesione w dniu 29 czerwca 2004 r.

**Eurocermex SA**, z siedzibą w Evere (Belgia), reprezentowana przez adwokata  
A. Bertranda,

strona skarżąca,

w której drugą stroną postępowania jest:

**Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory)  
(OHIM)**, reprezentowany przez A. Rassata, działającego w charakterze pełnomoc-  
nika,

strona pozwana w postępowaniu w pierwszej instancji,

\* Język postępowania: francuski.

TRYBUNAŁ (pierwsza izba),

w składzie: P. Jann, prezes izby, K. Lenaerts, K. Schiemann, E. Juhász i M. Ilešič  
(sprawozdawca), sędziowie,

rzecznik generalny: D. Ruiz-Jarabo Colomer,  
sekretarz: R. Grass,

uwzględniając procedurę pisemną,

podjąwszy, po wysłuchaniu rzecznika generalnego, decyzję o rozstrzygnięciu sprawy  
bez opinii,

wydaje następujący

**Wyrok**

1 Eurocermex SA wnosi w odwołaniu o uchylenie wyroku Sądu Pierwszej Instancji Wspólnot Europejskich z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie T-399/02 Eurocermex przeciwko OHIM (kształt butelki do piwa) (Rec. str.II-1391, zwany dalej

„zaskarżonym wyrokiem”), oddalającego skargę o stwierdzenie nieważności decyzji Pierwszej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (zwanego dalej „OHIM”) z dnia 21 października 2002 r. (sprawa R 188/2002-1) odmawiającej rejestracji trójwymiarowego znaku towarowego przedstawionego w kształcie butelki z długą szyjką, w którą włożony jest plasterek cytryny, z kompozycją koloru żółtego i zielonego (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją”).

## Ramy prawne

- 2 Artykuł 7 rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. z 1994, L 11, str. 1), zatytułowany „Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji”, stanowi:

„1. Nie są rejestrowane:

[...]

- b) znaki towarowe, które pozbawione są jakiegokolwiek odróżniającego charakteru;

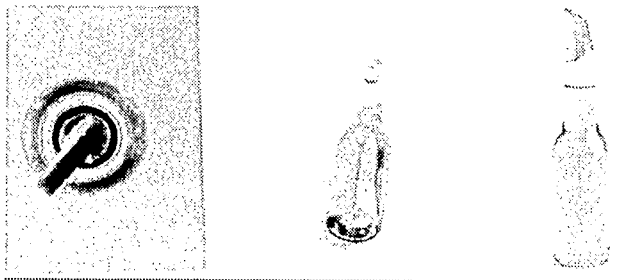
[...]

3. Ustęp 1 lit. b), c) i d) nie ma zastosowania, jeżeli w następstwie używania znak towarowy uzyskał charakter odróżniający w odniesieniu do towarów lub usług, dla których występuje się o rejestrację”.

### Okoliczności powstania sporu

3 W dniu 27 listopada 1998 r. skarżąca, prowadząca działalność w zakresie handlu i dystrybucji meksykańskiego piwa CORONA na obszarze Europy, dokonała w OHIM zgłoszenia trójwymiarowego wspólnotowego znaku towarowego na podstawie rozporządzenia nr 40/94.

4 Zgłoszony znak towarowy stanowi trójwymiarowy kształt oraz kolory przezroczystej butelki wypełnionej płynem o żółtym zabarwieniu, z długą szyjką, w którą włożony jest plasterek cytryny z zieloną skórką.



- 5 Towary i usługi, dla których dokonano zgłoszenia, należą do klas 16, 25, 32 i 42 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., zrewidowanego i zmienionego.
  
- 6 Decyzją z dnia 21 grudnia 2001 r. ekspert OHIM odrzuciła zgłoszenie w odniesieniu do towarów „piwo, wody mineralne i gazowane, soki owocowe”, należących do klasy 32, oraz usług „restauracje, bary, bary szybkiej obsługi”, należących do klasy 42, ze względu na to, że zgłoszony znak towarowy był pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, a skarżąca nie udowodniła, że wspomniany znak towarowy uzyskał charakter odróżniający w następstwie jego używania.
  
- 7 Sporną decyzją Pierwsza Izba Odwoławcza OHIM uchyliła decyzję eksperta w części odrzucającej zgłoszenie w odniesieniu do towarów należących do klasy 32 i określonych jako „wody mineralne”. Izba Odwoławcza utrzymała w mocy decyzję eksperta w pozostałej części.

### **Postępowanie przed Sądem Pierwszej Instancji i zaskarżony wyrok**

- 8 Skarżąca wniosła do Sądu Pierwszej Instancji skargę o stwierdzenie nieważności spornej decyzji odrzucającej zgłoszenie spornego znaku towarowego w odniesieniu

do towarów „piwo, wody gazowane, soki owocowe” oraz usług „restauracje, bary, bary szybkiej obsługi”.

- 9 W pierwszym z postawionych zarzutów skarżąca podnosi, że zgłoszony znak towarowy nie był pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, natomiast w zarzucie drugim, że ten znak towarowy w każdym razie uzyskał charakter odróżniający w następstwie używania w rozumieniu art. 7 ust. 3 tego rozporządzenia.
- 10 W przedmiocie pierwszego z postawionych zarzutów Sąd Pierwszej Instancji, w oparciu w szczególności o wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 2 lipca 2002 r. w sprawie T-323/00 SAT.1 przeciwko OHIM (SAT.2) (Rec. str. II-2839) orzekł w pkt 18 zaskarżonego wyroku, że znakami towarowymi pozbawionymi charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 są „w szczególności te znaki towarowe, które z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców są powszechnie używane w obrocie handlowym w celu przedstawienia danych towarów lub usług albo w odniesieniu do których istnieją przynajmniej konkretne przesłanki pozwalające stwierdzić, że mogą być one używane w tym celu”.
- 11 W pkt 25 zaskarżonego wyroku Sąd wskazał, że konieczność postrzegania znaku towarowego jako całości w celu dokonania oceny charakteru odróżniającego złożonego znaku towarowego, takiego jak zgłoszony, nie stoi w sprzeczności z rozpatrywaniem po kolei poszczególnych elementów, z których składa się ten znak towarowy.

- 12 W pkt 30 zaskarżonego wyroku Sąd stwierdził w odniesieniu, po pierwsze, do towarów „piwo, wody gazowane, soki owocowe”, po rozpatrzeniu, kolejno, butelki przedstawionej w zgłoszonym znaku towarowym — w pkt 26 i 27 — plasterka cytryny — w pkt 28 — i wykorzystanych kolorów — w pkt 29 — że „zgłoszony znak towarowy stanowi zestawienie elementów, z których żaden nie posiada charakteru odróżniającego w odniesieniu do określonych w zgłoszeniu, ponieważ może być powszechnie używany w obrocie handlowym w celu przedstawienia tych towarów”.
- 13 W pkt 31 tego wyroku Sąd orzekł, że „fakt, iż złożony znak towarowy składa się wyłącznie z elementów pozbawionych charakteru odróżniającego w odniesieniu do danych towarów lub usług, pozwala stwierdzić, że ten znak towarowy postrzegany jako całość może być również powszechnie używany w obrocie handlowym w celu przedstawienia tych towarów lub usług (pkt 49 wyroku [Sądu w sprawie SAT.1 przeciwko OHIM (SAT.2), wyżej wymienionego])” oraz, że „stwierdzenie to można podważyć tylko w przypadku, gdy na podstawie konkretnych przesłanek, jak w szczególności sposób zestawienia poszczególnych elementów, można by przyjąć, że złożony znak towarowy postrzegany jako całość stanowi coś więcej niż zbiór składających się nań elementów”.
- 14 Sąd uznał w pkt 32 wspomnianego wyroku, iż takie przesłanki nie wystąpiły, w szczególności dlatego, że „w odniesieniu do [...] układu zgłoszonego znaku towarowego, którego cechą charakterystyczną jest plasterek cytryny włożony w szyjkę butelki, trudno jest wyobrazić sobie inne możliwości zestawienia tych elementów w jedną trójwymiarową całość” oraz że „jest to jedyny sposób przybrania napoju plasterkiem lub ćwiartką cytryny, jeżeli jest on spożywany bezpośrednio z butelki”. Sąd, w pkt 33 i 34 zaskarżonego wyroku, dodał, że „ewentualne różnice między kształtem oraz kolorem stanowiącymi zgłoszony znak towarowy a kształtem

oraz kolorem innych butelek służących za opakowanie danego towaru nie mają wpływu na stwierdzenie, [że wspomniany znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego].

- 15 Sąd stwierdził więc w pkt 35 zaskarżonego wyroku, że zgłoszony znak towarowy nie pozwalał na wyodrębnienie towarów „piwo, wody gazowane, soki owocowe” ani na odróżnienie ich od towarów innego pochodzenia handlowego, a zatem był on pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do tych towarów.
  
- 16 Po drugie w odniesieniu do usług „restauracje, bary, bary szybkiej obsługi” Sąd zaznaczył w pkt 36 zaskarżonego wyroku, że ich celem jest sprzedaż „piwa, wód gazowanych, soków owocowych”, a okoliczność, że zgłoszony znak towarowy może być powszechnie używany w obrocie handlowym w celu przedstawienia tych towarów, stanowi wyraźną przesłankę pozwalającą stwierdzić, że może być on powszechnie używany w obrocie handlowym także w celu przedstawienia wspomnianych usług, a zatem jest on również pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do tych usług.
  
- 17 W przedmiocie zarzutu drugiego Sąd uznał w pkt 50–54 zaskarżonego wyroku, że skarżąca nie wykazała, iż zgłoszony znak towarowy uzyskał charakter odróżniający na całym obszarze Wspólnoty w następstwie jego używania w rozumieniu art. 7 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94.



## Odwołanie

18 W odwołaniu, opartym na dwóch zarzutach, skarżąca wnosi do Trybunału Sprawiedliwości o:

— uchylenie zaskarżonego wyroku,

— uchylenie spornej decyzji.

19 OHIM wnosi o oddalenie odwołania przez Trybunał Sprawiedliwości oraz o obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

*W przedmiocie zarzutu pierwszego, opartego na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94*

W przedmiocie pierwszej części zarzutu pierwszego, dotyczącej uwzględnienia całościowego wrażenia wywieranego przez zgłoszony znak towarowy

20 W pierwszej części zarzutu pierwszego skarżąca stwierdza, że w ramach oceny charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego Sąd Pierwszej Instancji

nie przeprowadził oceny całościowego wrażenia wywoływanego przez ten znak, do czego był zobowiązany, lecz zastosował błędne podejście polegające na dokonaniu podziału wspomnianego znaku towarowego na poszczególne elementy oraz odrębnego rozpatrzenia kształtu butelki, obecności plasterka bądź ćwiartki cytryny oraz wykorzystanych kolorów.

- 21 OHIM odpowiada, że z pkt 25 oraz 31–36 zaskarżonego wyroku wynika, iż w celu stwierdzenia braku charakteru odróżniającego dla określonych towarów i usług Sąd Pierwszej Instancji oparł się na całościowej ocenie wspomnianego znaku towarowego.
- 22 W tym względzie, jak wielokrotnie orzekł Trybunał i co ponadto przypomniał Sąd Pierwszej Instancji w pkt 25 zaskarżonego wyroku, przeciętny konsument zwykle postrzega znak towarowy jako całość i nie poddaje analizie jego poszczególnych elementów. W celu dokonania oceny, czy dany znak towarowy jest, czy nie jest pozbawiony charakteru odróżniającego, należy także wziąć pod uwagę wywierane przez niego całościowe wrażenie (zob. w szczególności wyrok z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawach połączonych od C-468/01 P do C-472/01 P Procter & Gamble przeciwko OHIM, Rec. str. I-5141, pkt 44 oraz z dnia 7 października 2004 r. w sprawie C-136/02 P Mag Instrument przeciwko OHIM, Zb.Orz. str. I-9165, pkt 20).
- 23 Jednakże nie oznacza to, że właściwy organ zobowiązany do zbadania, czy zgłoszony do rejestracji znak towarowy może być postrzegany przez krąg odbiorców jako wskazówka pochodzenia, nie może w pierwszym rzędzie przystąpić do stopniowej analizy poszczególnych elementów użytych w celu przedstawienia tego znaku towarowego. W istocie rozpatrzenie każdego z elementów stanowiących dany znak towarowy może okazać się pomocne dla dokonania całościowej oceny przez wspomniany organ (zob. w szczególności ww. wyrok w sprawie Procter & Gamble przeciwko OHIM, pkt 45).

- 24 W tym przypadku, po rozpatrzeniu, kolejno — w pkt 26–29 zaskarżonego wyroku — butelki przedstawionej w zgłoszonym znaku towarowym, plasterka cytryny oraz wykorzystanych kolorów, Sąd stwierdził w pkt 30 tego wyroku, że zgłoszony znak towarowy stanowi zestawienie elementów, z których żaden nie posiada charakteru odróżniającego w odniesieniu do towarów „piwo, wody gazowane, soki owocowe”.
- 25 W pkt 31 zaskarżonego wyroku Sąd orzekł, że „fakt, iż złożony znak towarowy [jak zgłoszony znak towarowy] składa się wyłącznie z elementów pozbawionych charakteru odróżniającego dla danych towarów lub usług, pozwala stwierdzić, że ten znak towarowy postrzegany jako całość może być również powszechnie używany w obrocie handlowym w celu przedstawienia tych towarów lub usług”.
- 26 Jak orzekł Trybunał w wyroku z dnia 16 września 2004 r. w sprawie C-329/02 P SAT.1 przeciwko OHIM, Rec. str. I-8317, pkt 35, w celu dokonania oceny, czy złożony znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego, należy oprzeć się na całościowym postrzeganiu tego znaku towarowego przez przeciętnego konsumenta, nie zaś na domniemaniu, że elementy samodzielnie pozbawione odróżniającego charakteru mogą uzyskać takiego charakteru poprzez ich zestawienie.
- 27 W tej sprawie, odnoszącej się do rejestracji grupy syntaktycznej „SAT.2” jako znaku towarowego, Trybunał uchylił wyżej wspomniany wyrok Sądu w sprawie SAT.1

przeciwko OHIM (SAT.2), ponieważ odmowa rejestracji wspomnianej grupy syntaktycznej była oparta na tym domniemaniu. Trybunał stwierdził w istocie, że Sąd dokonał oceny całościowego wrażenia wywieranego przez tę grupę syntaktyczną jedynie w sposób pomocniczy, uznając za nieistotne takie informacje jak występowanie elementu fantazyjnego, które powinny być uwzględnione w tej analizie (ww. wyrok Trybunału w sprawie SAT.1 przeciwko OHIM, pkt 35).

28 W zaskarżonym wyroku Sąd Pierwszej Instancji, po odrębnym zbadaniu każdego z elementów składających się na zgłoszony znak towarowy, również uznał, że należało założyć brak jego charakteru odróżniającego. Jednakże, w odróżnieniu od oceny dokonanej w wyżej wspomnianym wyroku w sprawie SAT.1 przeciwko OHIM (SAT.2), Sąd zanalizował dogłębnie, czy wspomniany znak towarowy postrzegany jako całość miał charakter odróżniający.

29 W ten sposób właśnie Sąd Pierwszej Instancji stwierdził w pkt 32 zaskarżonego wyroku, że „w odniesieniu, w szczególności, do układu zgłoszonego znaku towarowego, którego cechą charakterystyczną jest plasterek cytryny włożony w szyjkę butelki, trudno jest wyobrazić sobie inne możliwości zestawienia tych elementów w jedną trójwymiarową całość” oraz że „jest to jedyny sposób przybrania napoju plasterkiem lub ćwiartką cytryny, jeżeli jest on spożywany bezpośrednio z butelki”, jak również, w konsekwencji, że „sposób, w jaki elementy niniejszego złożonego znaku towarowego są zestawione, nie nadaje mu charakteru odróżniającego”.

30 Tak samo w pkt 33 tego wyroku Sąd Pierwszej Instancji orzekł, że „ewentualne różnice między kształtem oraz kolorem stanowiącym zgłoszony znak towarowy a kształtem oraz kolorem innych butelek służących za opakowanie danego towaru,

nie mają wpływu na stwierdzenie, [że wspomniany znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego]”, ponieważ „zgłoszony znak towarowy postrzegany jako całość nie odróżnia się zasadniczo od podstawowego kształtu opakowania rozpatrywanych towarów, powszechnie używanych w obrocie handlowym, lecz wydaje się raczej odmianą tego kształtu”.

31 Sąd stwierdza wreszcie w pkt 35 wspomnianego wyroku, że „zgłoszony znak towarowy, postrzegany przez przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, nie pozwala na zindywidualizowanie towarów określonych w zgłoszeniu znaku towarowego ani na odróżnienie ich od towarów mających inne pochodzenie handlowe”.

32 Z powyższego wynika, że Sąd Pierwszej Instancji prawidłowo oparł się w ocenie charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego na całościowym wrażeniu wynikającym z kształtu oraz układu kolorów zgłoszonego znaku towarowego, jak tego wymaga orzecznictwo przywołane w pkt 22 niniejszego wyroku.

33 Pierwszą część zarzutu pierwszego należy więc oddalić jako bezzasadną.

W przedmiocie drugiej części zarzutu pierwszego, dotyczącej uznania charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego

- 34 W drugiej części zarzutu pierwszego skarżąca twierdzi, że z dokumentów wskazanych przez Pierwszą Izbę Odwoławczą OHIM wynika, że zgłoszony znak towarowy w zupełności umożliwi konsumentom rozpoznanie pochodzenia opatrzonych nim towarów.
- 35 W odniesieniu do butelki przedstawionej w zgłoszonym znaku towarowym, używanej do pakowania piwa CORONA, skarżąca podniosła trzy argumenty. Po pierwsze stwierdza ona, że z wyjątkiem kilku rodzajów piw meksykańskich, których wytwórcy ponieśli odpowiedzialność z tego tytułu, do piw sprzedawanych na rynku wspólnotowym używa się albo dużych butelek o masywnym dnie, z szyjką o długości mniejszej aniżeli jedna trzecia całkowitej długości butelki, albo, jeżeli znajdują się w butelkach o podobnym kształcie do przedstawionego, butelki te nie są przezroczyste. Następnie skarżąca zauważa, że kształt butelki używanej zwykle do pakowania soków owocowych nie wykazuje żadnego podobieństwa do przedstawionej butelki, z wyjątkiem butelek wytwarzanych z białego szkła. Wreszcie, zdaniem skarżącej, przeciętny konsument nie jest przyzwyczajony do używania butelek o pojemności 33 centylitrów dla napojów chłodzących, ponieważ te są oferowane w sprzedaży w butelkach o pojemności jednego lub nawet półtora litra.
- 36 Ponadto dodatkowe elementy (ćwiartka cytryny oraz kolory żółty i zielony) w połączeniu z tym szczególnym kształtem butelki nadają w każdym razie odróżniający charakter zgłoszonemu znakowi towarowemu postrzeganemu jako całość. W szczególności utrwalony zwyczaj wkładania ćwiartki cytryny w szyjkę butelki jest w opinii skarżącej właściwy jej towarom. Jedynie piwo sprzedawane pod nazwą SOL jest przedstawiane z ćwiartką cytryny w szyjce butelki, jednak jest to, zdaniem skarżącej, oczywiście przejęcie tradycyjnego sposobu spożywania towarów marki CORONA.

37 Skarżąca twierdzi zatem, że w chwili dokonywania zgłoszenia do OHIM połączenie owego szczególnego kształtu, ćwiartki cytryny oraz kompozycji koloru żółtego i zielonego było właściwe jej towarom. Zgłoszony znak towarowy umożliwiałby więc przeciętnemu konsumentowi rozpoznanie pochodzenia towarów i usług nim opatrzonych.

38 Skarżąca dodaje, że w każdym razie nie można podtrzymać twierdzenia, jakoby przybieranie soków owocowych oraz napojów chłodzących ćwiartką cytryny było zupełnie zwyczajne.

39 OHIM wnosi o stwierdzenie niedopuszczalności drugiej części zarzutu pierwszego niniejszego odwołania.

40 Zdaniem OHIM, skarżąca po pierwsze ogranicza się do powtórzenia niektórych stwierdzeń dotyczących stanu faktycznego, powołanych już w pierwszej instancji, nie przedstawiając żadnego konkretnego zarzutu względem zaskarżonego wyroku. Tak więc zarzut sformułowany w ten sposób jest wnioskiem o ponowne rozpoznanie skargi przedstawionej Sądowi Pierwszej Instancji, co zgodnie z art. 58 statutu Trybunału Sprawiedliwości nie należy do właściwości Trybunału.

- 41 Po drugie, zdaniem OHIM, argumentacja skarżącej zmierza do zakwestionowania oceny stanu faktycznego dokonanej przez Sąd Pierwszej Instancji, która, z wyjątkiem przypadków przeinaczenia okoliczności stanu faktycznego przedstawionych Sądowi, nie stanowi kwestii prawnej podlegającej kontroli Trybunału Sprawiedliwości w ramach odwołania. OHIM uważa, że fakty stwierdzone przez Sąd Pierwszej Instancji nie uzasadniają przypuszczenia, że okoliczności faktyczne przedstawione Sądowi zostały przeinaczone. Skarżąca zresztą nie powołała się na przeinaczenie okoliczności faktycznych.
- 42 W tym względzie z art. 225 WE, art. 58 akapit pierwszy statutu Trybunału Sprawiedliwości oraz art. 112 § 1 akapit pierwszy lit. c) regulaminu Trybunału wynika, że w odwołaniu należy wskazać precyzyjnie zarzuty wobec wyroku, którego uchylenia ono dotyczy, jak również odpowiednie podstawy prawne w tym zakresie (zob. w szczególności wyrok z dnia 4 lipca 2000 r. w sprawie C-352/98 P Bergaderm i Goupil przeciwko Komisji, Rec. str. I-5291, pkt 34 oraz z dnia 23 marca 2004 r. w sprawie C-234/02 P Rzecznik Praw Obywatelskich przeciwko Lamberts, Rec. str. I-2803, pkt 76).
- 43 Ponadto zgodnie z art. 225 WE oraz art. 58 akapit pierwszy statutu Trybunału Sprawiedliwości odwołanie jest ograniczone do kwestii prawnych. Sąd Pierwszej Instancji jest zatem wyłącznie właściwy do dokonania ustalenia oraz oceny odpowiednich okoliczności stanu faktycznego, jak również oceny dowodów. Ocena okoliczności stanu faktycznego oraz dowodów nie jest więc, z wyjątkiem przypadków ich przeinaczenia, kwestią prawną poddaną kontroli Trybunału w ramach odwołania (ww. wyrok w sprawie Mag Instrument przeciwko OHIM, pkt 39).
- 44 W niniejszym przypadku w drugiej części zarzutu pierwszego skarżąca ogranicza się do oświadczenia, że Sąd Pierwszej Instancji niesłusznie stwierdził brak charakteru



odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego. Skarżąca nie precyzuje naruszenia prawa, jakiego dopuścił się Sąd w interpretacji oraz stosowaniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

45 W istocie skarżąca wnosi więc do Trybunału o zastąpienie oceny okoliczności faktycznych dokonanej przez Sąd Pierwszej Instancji w ramach analizy charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego jego własną oceną.

46 Ponieważ w tym przypadku nie można stwierdzić przeinaczenia okoliczności stanu faktycznego ani też dowodów przez Sąd Pierwszej Instancji, należy stwierdzić niedopuszczalność drugiej części zarzutu pierwszego z powodów wymienionych w pkt 43 niniejszego wyroku.

W przedmiocie trzeciej części zarzutu pierwszego, dotyczącej uzasadnienia spornej decyzji w zakresie usług „restauracje, bary, bary szybkiej obsługi”

47 W trzeciej części zarzutu pierwszego skarżąca zauważa, że pierwsza Izba Odwoławcza OHIM nie wyjaśnia, z jakich powodów zgłoszony znak towarowy nie może odróżniać usług „restauracje, bary, bary szybkiej obsługi”, świadczonych przez skarżącą, od usług świadczonych przez inne przedsiębiorstwa.

48 OHIM udziela odpowiedzi, że w odniesieniu do odmowy rejestracji zgłoszonego znaku towarowego dla wspomnianych usług pkt 36 zaskarżonego wyroku w wystarczającym stopniu uzasadnia ocenę Sądu Pierwszej Instancji.

- 49 W tym względzie, jak przypomniano w pkt 42 niniejszego wyroku, z art. 225 WE, art. 58 akapit pierwszy statutu Trybunału Sprawiedliwości oraz art. 112 § 1 akapit pierwszy lit. c) regulaminu Trybunału wynika, że w odwołaniu należy wskazać precyzyjnie zarzuty wobec wyroku, którego uchylecia ono dotyczy, jak również odpowiednie argumenty prawne na ich poparcie.
- 50 Odwołanie, które nie przedstawia nawet argumentów mających na celu określenie naruszenia prawa, jakim miałyby być dotknięty zaskarżony wyrok, i ogranicza się do powtórzenia zarzutów oraz argumentów już przedstawionych przed Sądem, nie spełnia powyższego wymogu. Odwołanie takie jest w rzeczywistości wnioskiem o ponowne rozpoznanie skargi złożonej do Sądu, co nie należy do właściwości Trybunału (zob. w szczególności ww. wyrok w sprawie Bergaderm i Goupil przeciwko Komisji, pkt 35 oraz w sprawie Rzecznik Praw Obywatelskich przeciwko Lamberts, pkt 77).
- 51 W niniejszym przypadku skarżąca ogranicza się do powtórzenia argumentacji przedstawionej już w postępowaniu w pierwszej instancji dotyczącej rzekomego braku uzasadnienia spornej decyzji, bez wskazania naruszenia prawa, jakiego dopuścił się Sąd Pierwszej Instancji w zaskarżonym wyroku.
- 52 Należy więc trzecią część zarzutu pierwszego odrzucić jako niedopuszczalną, a zatem zarzut ten oddalić w całości.

*W przedmiocie zarzutu drugiego, opartego na naruszeniu art. 7 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94*

- 53 Skarżąca, w odniesieniu do dokumentów przedłożonych w postępowaniu, stwierdza, że zgłoszony znak towarowy był i jest w dalszym ciągu przedmiotem ważnej i nieprzerwanej kampanii reklamowej o dużym zasięgu, tak że jest on kojarzony wśród kręgu odbiorców z przedsiębiorstwem skarżącej.
- 54 OHIM na wstępie wnosi o stwierdzenie przez Trybunał niedopuszczalności niektórych dokumentów załączonych do skargi, ponieważ nie zostały one przedłożone ani Pierwszej Izbie Odwoławczej OHIM, ani Sądowi Pierwszej Instancji.
- 55 OHIM podnosi ponadto, że skarżąca ogranicza się do podsumowania tych samych stwierdzeń dotyczących stanu faktycznego, które przedstawiła przed Sądem Pierwszej Instancji, bez powołania się na jakiegokolwiek naruszenie prawa, którego dopuścił się Sąd w zaskarżonym wyroku, a zatem, że zarzut ten nie podlega właściwości Trybunału Sprawiedliwości.
- 56 W tym względzie stwierdzenie skarżącej, zgodnie z którym z dokumentów przedłożonych w postępowaniu wynikało, że zgłoszony znak towarowy uzyskał

charakter odróżniający w następstwie używania, zmierza w istocie do tego, aby Trybunał zastąpił ocenę okoliczności faktycznych dokonaną przez Sąd Pierwszej Instancji w punktach 48–54 zaskarżonego wyroku swoją własną oceną.

57 Skoro w niniejszym zarzucie nie stwierdza się przeinaczenia przez Sąd przedstawionych mu okoliczności stanu faktycznego oraz dowodów, należy odrzucić ten zarzut jako niedopuszczalny z przyczyn wymienionych w pkt 43 niniejszego wyroku, bez potrzeby rozpatrywania wniosku OHIM o nieuwzględnienie niektórych dokumentów załączonych do skargi, ponieważ nie zostały one przedłożone ani pierwszej Izbie Odwoławczej OHIM, ani Sądowi Pierwszej Instancji.

58 Należy zatem oddalić odwołanie w całości.

### **W przedmiocie kosztów**

59 Zgodnie z art. 69 § 2 regulaminu Trybunału, mającym zastosowanie do postępowania odwoławczego na podstawie art. 118 regulaminu, kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy — zgodnie z żądaniem OHIM — obciążyć ją kosztami postępowania.

Z powyższych względów Trybunał (pierwsza izba) orzeka, co następuje:

- 1) **Odwołanie zostaje oddalone.**
  
- 2) **Eurocermex SA zostaje obciążona kosztami postępowania.**

Podpisy