

WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (druga izba)

z dnia 8 lipca 2008 r.\*

W sprawie T-160/07

**Lancôme parfums et beauté & Cie SNC**, z siedzibą w Paryżu (Francja),  
reprezentowana przez adwokata E. Bauda,

strona skarżąca,

przeciwko

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

strona pozwana,

w której drugą stroną w postępowaniu przed Izłą Odwoławczą OHIM była:

\* Język postępowania: francuski.

**CMS Hasche Sigle**, z siedzibą w Kolonii (Niemcy),

mającej za przedmiot skargę na decyzję Drugiej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 26 lutego 2007 r. (sprawa R 231/2006-2), dotyczącą postępowania w sprawie unieważnienia między CMS Hasche Sigle a Lancôme parfums et beauté & Cie SNC,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI  
WSPÓLNOT EUROPEJSKICH (druga izba),

w składzie: I. Pelikánová, prezes, K. Jürimäe (sprawozdawca) i S. Soldevila Fragoso, sędziowie,

sekretarz: B. Pastor, zastępca sekretarza,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 7 maja 2007 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 19 lipca 2007 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 19 lutego 2008 r.,

wydaje następujący

## Wyrok

### Okoliczności powstania sporu

- <sup>1</sup> W dniu 9 grudnia 2002 r. skarżąca złożyła, na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 1), z późniejszymi zmianami, w Urzędzie Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) zgłoszenie wspólnotowego znaku towarowego.
- <sup>2</sup> Znak towarowy, o którego rejestrację wniesiono, to oznaczenie słowne COLOR EDITION.
- <sup>3</sup> Towary, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klasy 3 Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., z późniejszymi zmianami, i odpowiadają następującemu opisowi: „produkty kosmetyczne i kosmetyki kolorowe”.

- 4 Zgłoszony znak towarowy został zarejestrowany w dniu 11 lutego 2004 r. i opublikowany w *Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych* w dniu 19 kwietnia 2004 r.
- 5 W dniu 12 maja 2004 r. kancelaria prawna Norton Rose Vieregge złożyła wniosek o unieważnienie słownego znaku towarowego COLOR EDITION na podstawie art. 51 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 oraz art. 7 ust. 1 lit. b) i c) tego rozporządzenia.
- 6 W dniu 21 grudnia 2005 r. Wydział Unieważnień oddalił wniosek o unieważnienie słownego znaku towarowego COLOR EDITION.
- 7 W dniu 9 lutego 2006 r. kancelaria prawna CMS Hasche Sigle, która weszła w prawa Norton Rose Vieregge, wniosła odwołanie od decyzji Wydziału Unieważnień na podstawie art. 57–62 rozporządzenia nr 40/94.
- 8 Decyzją z dnia 26 lutego 2007 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Druga Izba Odwoławcza OHIM uwzględniła odwołanie.
- 9 Zaskarżona decyzja została uzasadniona w następujący sposób. Na wstępie Izba Odwoławcza zauważyła, że odwołanie wniesione przez CMS Hasche Sigle było dopuszczalne na podstawie art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, gdyż dokonane przez skarżącą rozróżnienie pomiędzy zdolnością procesową a interesem prawnym nie występuje w żadnym miejscu rozporządzenia nr 40/94, a art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94 ma na celu ochronę interesu ogólnego, który uzasadnia, aby wnioski o unieważnienie oparte na tym przepisie mogły być składane przez możliwie najszerszy krąg podmiotów. Następnie Izba Odwoławcza stwierdziła, że słowny znak towarowy COLOR EDITION ma charakter opisowy w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 w zakresie, w jakim, z jednej strony, kombinacja słów „color”

i „edition” stanowi przekaz natychmiast i bezpośrednio rozumiany przez zainteresowanych odbiorców jako odniesienie do gamy produktów kosmetycznych lub kosmetyków kolorowych w różnych odcieniach, a z drugiej strony, określenia te mogą być używane przez konkurentów dla opisania niektórych właściwości ich towarów, a zatem powinny pozostać w powszechnym użyciu. Izba Odwoławcza stwierdziła wreszcie, że przez to, iż rozpatrywany słowny znak towarowy jest opisowy, jest on również pozbawiony jakiegokolwiek charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

### **Żądania stron**

10 Skarżąca wnosi do Sądu o:

- stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;
- obciążenie OHIM kosztami postępowania.

11 OHIM wnosi do Sądu o:

- oddalenie skargi;
- obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

## Co do prawa

- 12 Na poparcie swojej skargi skarżąca podnosi trzy zarzuty dotyczące naruszenia odpowiednio art. 55 ust. 1 lit. a), art. 7 ust. 1 lit. c) oraz art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

*W przedmiocie zarzutu pierwszego, opartego na naruszeniu art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94*

## Argumenty stron

- 13 W ramach pierwszego zarzutu skarżąca utrzymuje, że uznając za dopuszczalny wniosek o unieważnienie złożony przez CMS Hasche Sigle, mimo iż nie wykazał on interesu prawnego, Izba Odwoławcza naruszyła art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94.
- 14 Na poparcie tego twierdzenia skarżąca podnosi po pierwsze, że Izba Odwoławcza nie mogła uznać, iż pojęcie interesu prawnego jest w sposób dorozumiany zawarte w treści art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94. Zdaniem skarżącej, twierdzenie takie jest sprzeczne z ogólną zasadą prawną, zgodnie z którą interes prawny musi być wykazany w każdym powództwie.

- 15 Wymóg istnienia interesu prawnego w każdym powództwie wynika, zdaniem skarżącej, po pierwsze, z przepisów proceduralnych rozporządzenia nr 40/94. W szczególności, zdaniem skarżącej, ponieważ wymóg interesu prawnego nie wynika jasno z brzmienia art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, Izba Odwoławcza powinna była, na podstawie art. 79 rozporządzenia nr 40/94, odwołać się do ogólnych zasad prawnych mających zastosowanie w państwach członkowskich. We wszystkich bez wyjątku państwach członkowskich możliwość wniesienia powództwa przysługuje tym, którzy mają uzasadniony interes w uwzględnieniu lub oddaleniu roszczenia. Po drugie, wymóg interesu prawnego w każdym powództwie wynika z traktatu WE, a w szczególności z art. 230 WE, 232 WE i 236 WE, jak również z odnoszącego się do tych postanowień orzecznictwa Trybunału i Sądu.
- 16 Następnie skarżąca twierdzi, że OHIM nie mógł utrzymywać, iż orzecznictwo wspólnotowe przywołane przez skarżącą dla uzasadnienia wymogu interesu prawnego nie dotyczy dziedziny znaków towarowych, lecz raczej innych dziedzin takich jak rolnictwo, prawo celne i służba publiczna. W wyroku Sądu z dnia 19 września 2001 r. w sprawie T-129/00 Procter & Gamble przeciwko OHIM (Prostokątna tabletką z wtłoczeniem), Rec. s. II-2793, pkt 12, sędzia wspólnotowy stwierdził bowiem konieczność wykazania interesu prawnego w ramach skargi wnoszonej na podstawie art. 63 rozporządzenia nr 40/94. Przepis ten przewiduje właśnie możliwość odwołania do sądów wspólnotowych od decyzji Izby Odwoławczej.
- 17 Ponadto skarżąca zwraca uwagę, że orzecznictwo wspólnotowe dotyczące skarg o unieważnienie ma zastosowanie do OHIM i że powinien on przestrzegać zasad dotyczących konieczności występowania interesu prawnego w przypadku skarg wnoszonych na podstawie art. 63 rozporządzenia nr 40/94. W tym względzie sam OHIM wymagał interesu prawnego, w postaci szczególnego uzasadnionego interesu, w ramach oświadczenia wnioskodawcy w przedmiocie podnoszonych podstaw nieważności (decyzja Wydziału Unieważnień OHIM z dnia 3 maja 2001 r. dotycząca znaku towarowego AROMATONIC).
- 18 Po trzecie, skarżąca podnosi, że dla istnienia interesu prawnego wymagane jest, aby zaskarżony akt dotyczył wnoszącego o unieważnienie bezpośrednio, indywidualnie i osobiście.

19 OHIM wnosi o oddalenie tego zarzutu.

## Ocena Sądu

- 20 W ramach pierwszego zarzutu do Sądu należy określenie, czy art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 uzależnia dopuszczalność wniosku o unieważnienie od wykazania interesu prawnego. W tym celu należy przeanalizować brzmienie, systematykę, jak również cel art. 55 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94.
- 21 Przede wszystkim z brzmienia art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 wynika, że wnioski o unieważnienie wspólnotowego znaku towarowego, oparte w szczególności na charakterze opisowym zakwestionowanego znaku w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 lub na jego braku charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, może zostać złożony w OHIM „przez każdą osobę fizyczną lub prawną oraz przez każdą grupę lub podmiot utworzony do celów reprezentacji interesów wytwórców, producentów, usługodawców, handlowców lub konsumentów, które na podstawie warunków regulującego je ustawodawstwa posiadają zdolność pozywania lub bycia pozwanym we własnym imieniu”. Artykuł 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 nie odwołuje się więc do jakiegokolwiek interesu prawnego.
- 22 Następnie z systematyki art. 55 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 wynika, że interes prawny nie jest wymagany w ramach takiego wniosku o unieważnienie jak ten w rozpatrywanej sprawie. Przepis ten traktuje bowiem wnioski oparte na bezwzględnych podstawach unieważnienia w inny sposób niż wnioski oparte na względnych podstawach unieważnienia.

- 23 I tak art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, który dotyczy w szczególności wniosków o unieważnienie opartych na bezwzględnej podstawie unieważnienia, jak to zostało wskazane w pkt 21 powyżej, nie wspomina o konieczności wykazania przez składającego wniosek o unieważnienie istnienia interesu prawnego. Wymaga on tylko, aby wniosek o unieważnienie został złożony przez osobę fizyczną lub prawną lub przez grupę posiadającą zdolność pozywania lub bycia pozwaną we własnym imieniu.
- 24 Natomiast art. 55 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94, który dotyczy wniosków o unieważnienie opartych na względnej podstawie unieważnienia, przewiduje, że wnioski te mogą być składane wyłącznie przez właścicieli znaków towarowych lub wcześniejszych praw, jak również przez licencjodawców upoważnionych przez właścicieli znaków towarowych lub przez osoby upoważnione do wykonywania wcześniejszych praw. Innymi słowy, do składania wniosków o unieważnienie, o których mowa w art. 55 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94, dopuszczone są wyłącznie osoby posiadające interes prawny.
- 25 Z systematyki art. 55 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 wynika zatem, że prawodawca zamierzał umożliwić składanie wniosków o unieważnienie opartych na względnych podstawach unieważnienia każdej osobie fizycznej i prawnej oraz każdej grupie posiadającej zdolność pozywania lub bycia pozwaną we własnym imieniu, natomiast w przypadku wniosków o unieważnienie opartych na względnych podstawach unieważnienia wyraźnie ograniczył on krąg wnioskodawców.
- 26 Powyższą analizę potwierdza także wykładnia celowościowa analizowanych przepisów. W odróżnieniu bowiem od względnych podstaw odmowy rejestracji, które chronią wyłącznie indywidualne interesy właścicieli niektórych wcześniejszych praw, bezwzględne podstawy odmowy rejestracji wymienione w art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 są oparte na różnych aspektach interesu publicznego (zob. podobnie wyrok Trybunału z dnia 16 września 2004 r. w sprawie C-329/02 P SAT.1 przeciwko OHIM, Zb.Orz. s. I-8317, pkt 25). W celu zapewnienia jak najszerzej ochrony tych różnych aspektów interesu publicznego jak największy krąg wnioskodawców powinien mieć możliwość powoływania się na bezwzględne podstawy odmowy rejestracji. Właśnie dlatego art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 ogranicza się do ustanowienia względem składającego wniosek o unieważnienie jedynie wymogu posiadania osobowości prawnej lub zdolności pozywania lub bycia pozwanym we własnym imieniu, natomiast nie wymaga od niego, aby wykazywał interes prawny.

- 27 Przedstawione przez skarżącą argumenty nie podważają powyższej analizy. Z jednej strony, jeżeli chodzi o argument, iż wymóg interesu prawnego wynika z łącznej lektury art. 55 ust. 1 lit. a) i art. 79 rozporządzenia nr 40/94, przypomnieć należy, że ten ostatni przepis przewiduje, iż w przypadku braku przepisów proceduralnych we wspomnianym rozporządzeniu lub w rozporządzeniach wykonawczych, OHIM powinien brać pod uwagę zasady proceduralne uznane powszechnie w państwach członkowskich. Należy stwierdzić, że art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 jest przepisem proceduralnym w rozumieniu art. 79 rozporządzenia nr 40/94 znajdującym zastosowanie do wniosków o unieważnienie opartych na podstawach bezwzględnych określonych w art. 51 rozporządzenia nr 40/94. Ponieważ powyższy przepis proceduralny nie wyklucza wszelkich wątpliwości, art. 79 rozporządzenia nr 40/94 nie znajdzie zastosowania w niniejszej sprawie.
- 28 Ponadto, gdyby przyjąć nawet, że artykuł ten miałby zastosowanie w niniejszej sprawie, to należy zauważyć, że skarżąca w żaden sposób nie wykazała, że — jak utrzymuje — we wszystkich bez wyjątku państwach członkowskich powództwa mogą wnosić osoby, które mają uzasadniony interes w uwzględnieniu lub oddaleniu roszczenia. W swoich pismach skarżąca ograniczyła się bowiem do odesłania do prawa francuskiego, a dokładniej do francuskiego prawa znaków towarowych.
- 29 Z tego względu argument skarżącej dotyczący art. 79 rozporządzenia nr 40/94 podlega odrzuceniu.
- 30 Z drugiej strony, jeżeli chodzi o inne argumenty podniesione przez skarżącą, które w głównym zarysie stanowią, że orzecznictwo dotyczące art. 230 WE, 232 WE i 236 WE, w tym orzecznictwo dotyczące konieczności posiadania przez stronę skarżącą bezpośredniego i indywidualnego interesu, ma zastosowanie w niniejszej sprawie, należy zauważyć, podobnie jak to uczynił OHIM, że orzecznictwo to nie jest istotne w niniejszej sprawie ani bezpośrednio, ani w drodze analogii.

- 31 Przed wszystkim w niniejszej sprawie art. 230 WE, 232 WE i 236 WE nie mają zastosowania. W istocie art. 230 WE i 232 WE dotyczą skarg o stwierdzenie nieważności lub skarg na bezczynność w odniesieniu do aktów lub bezczynności instytucji wymienionych w sposób wyczerpujący w tych postanowieniach, które nie wspominają o OHIM, natomiast art. 236 WE dotyczy sporów z zakresu służby publicznej.
- 32 Ponadto skargi, o których mowa w art. 230 WE, 232 WE i 236 WE, są skargami w postępowaniu sądowym, podczas gdy wniosek o unieważnienie przewidziany w art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94, który należy złożyć do OHIM, należy do postępowania administracyjnego. Pod tym względem odwołanie się do ww. w pkt 16 wyroku w sprawie Prostokątna tabletki z wtłoczeniem (pkt 12), jest nietrafne w zakresie, w jakim wyrok ten dotyczy skarg w postępowaniu sądowym wnoszonych do sądu wspólnotowego na decyzje izb odwoławczych OHIM na podstawie art. 63 rozporządzenia nr 40/94.
- 33 Wreszcie, jeżeli chodzi o powołanie się na decyzję Wydziału Unieważnień OHIM z dnia 3 maja 2001 r. dotyczącą znaku towarowego AROMATONIC, należy zauważyć, że decyzje dotyczące unieważnienia wspólnotowego znaku towarowego wydawane przez poszczególne instancje OHIM na podstawie rozporządzenia nr 40/94 wchodzą w zakres kompetencji związanych, a nie uprawnień dyskrejonalnych. Z tego względu zgodność z prawem decyzji izb odwoławczych należy oceniać wyłącznie na podstawie tego rozporządzenia, zgodnie z wykładnią dokonaną przez sąd wspólnotowy, a nie na podstawie wcześniejszej praktyki decyzyjnej OHIM (zob. analogicznie wyrok Sądu z dnia 27 lutego 2002 r. w sprawie T-106/00 Streamserve przeciwko OHIM (STREAMSERVE), Rec. s. II-723, pkt 66).
- 34 Ponadto wspomniana powyżej decyzja nie daje podstaw do stwierdzenia, że orzecznictwo dotyczące dopuszczalności skarg wnoszonych na podstawie art. 230 WE, 232 WE i 236 WE ma zastosowanie, gdy chodzi o dopuszczalność wniosków o unieważnienie składanych do OHIM na podstawie art. 55 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94. W decyzji tej bowiem, jak zauważył w swoich pismach OHIM, rozpatrywane przez Wydział Unieważnień zagadnienie dotyczyło stwierdzenia, czy wniosek o unieważnienie był bezzprzedmiotowy z powodu wycofania znaku towaro-

wego, przeciwko któremu był on skierowany. Decyzja ta nie może zatem być interpretowana jako uznająca konieczność wykazania interesu prawnego w chwili składania wniosku o unieważnienie.

35 Mając na względzie powyższe oraz biorąc pod uwagę fakt, że nie zostało zakwestionowane, iż CMS Hasche Sigle może być uznany za osobę prawną, należy stwierdzić, że Izba Odwoławcza słusznie uznała wniosek o unieważnienie złożony przez CMS Hasche Sigle za dopuszczalny.

36 Z uwagi na powyższe pierwszy zarzut należy oddalić jako bezpodstawny.

*W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94*

#### Argumenty stron

37 W ramach drugiego zarzutu skarżąca podnosi w pierwszej kolejności, że Izba Odwoławcza nie zauważyła różnicy między znakiem towarowym sugestywnym lub ewokacyjnym, który może być bez przeszkód chroniony, a znakiem opisowym. Kombinacja słów „color” i „edition” nie stanowi przekazu, który może być natychmiast i bezpośrednio zrozumiany przez właściwy krąg odbiorców, a więc nie jest opisowa. Znak towarowy COLOR EDITION odwołuje się do niektórych właściwości wskazanych towarów jedynie w sposób pośredni.

38 W drugiej kolejności skarżąca podnosi, że aby ze słów „color” i „edition” wyprowadzić właściwości, cechy i charakter wskazanych towarów, konieczny jest wysiłek intelektualny. Z orzecznictwa wynika, że znak towarowy należy uznać jedynie za sugestywny, a nie za opisowy, wówczas gdy konieczny jest wysiłek intelektualny ze strony zainteresowanych odbiorców w celu przełożenia sugestywnego lub odwołującego się do uczuć przekazu na racjonalną informację. W niniejszej sprawie, jak orzekł Wydział Unieważnień w decyzji z dnia 21 grudnia 2005 r., zestawienie słów „color”

i „edition” nie jest ani banalne, ani oczywiste, ponieważ nie jest jasne, czy dotyczy ono towarów oferowanych w kolorowym opakowaniu, zawierających kolory czy też mających za zadanie dodawać koloru.

39 OHIM wnosi o oddalenie tego zarzutu.

## Ocena Sądu

40 Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 nie są rejestrowane „znaki towarowe, które składają się wyłącznie z oznaczeń lub wskazówek, mogących służyć w obrocie do oznaczania rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego lub czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub innych właściwości towarów lub usług”.

41 Jak wynika z orzecznictwa, w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 mowa jest o takich oznaczeniach i wskazówkach, które mogą służyć, przy normalnym z punktu widzenia zainteresowanych odbiorców użyciu, do oznaczenia, bezpośrednio lub też poprzez wymienienie jednej z ich podstawowych właściwości, towaru lub usługi, dla których wniesiono o rejestrację [zob. wyroki Sądu: z dnia 7 czerwca 2005 r. w sprawie T-316/03 Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft przeciwko OHIM (MunichFinancialServices), Zb.Orz. s. II-1951, pkt 26; z dnia 22 czerwca 2005 r. w sprawie T-19/04 Metso Paper Automation przeciwko OHIM (PAPERLAB), Zb.Orz. s. II-2383, pkt 24 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 14 czerwca 2007 r. w sprawie T-207/06 Europig przeciwko OHIM (EUROPIG), Zb.Orz. s. II-1961, pkt 26].

- 42 Z powyższego wynika, że aby oznaczenie zostało objęte zakazem przewidzianym przez ten przepis, musi ono mieć wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z omawianymi towarami lub usługami, który pozwala zainteresowanym odbiorcom na natychmiastowe, bez głębszego zastanowienia, postrzeganie go jako opisu kategorii tych towarów lub usług lub jednej z ich właściwości (zob. ww. w pkt 41 wyroki w sprawach: PAPERLAB, pkt 25 i przytoczone tam orzecznictwo oraz EUROPIG, pkt 27).
- 43 Ponadto znak towarowy złożony z elementów, z których każdy opisuje właściwości towaru lub usługi, dla których wniesiono o rejestrację, sam w sobie także opisuje właściwości tych towarów lub usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, chyba że istnieje dostrzegalna różnica między zgłoszonym znakiem towarowym a zwykłą sumą znaczeń tworzących go elementów. Oznacza to, że z uwagi na nietypowe dla tych towarów lub usług połączenie objęty wnioskiem znak towarowy wywiera wrażenie, które jest dostatecznie dalekie od wrażenia będącego wynikiem zestawienia wskazówek dostarczanych przez tworzące go elementy (zob. ww. w pkt 41 wyrok w sprawie PAPERLAB, pkt 27 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 44 Należy także przypomnieć, że ocenę opisowego charakteru oznaczenia przeprowadzić można wyłącznie poprzez odniesienie, po pierwsze, do sposobu jego odbioru przez właściwy krąg odbiorców, a po drugie, do danych towarów lub usług (zob. ww. w pkt 41 wyroki w sprawach: MunichFinancialServices, pkt 26, i EUROPIG, pkt 30 oraz przytoczone tam orzecznictwo).
- 45 W niniejszej sprawie chodzi o produkty kosmetyczne i kosmetyki kolorowe, które mogą być nabywane przez ogół konsumentów. Właściwy krąg odbiorców stanowią zatem przeciętni odbiorcy, właściwie poinformowani, dostatecznie uważni i rozsądni [wyrok Trybunału z dnia 18 czerwca 2002 r. w sprawie C-299/99 Philips, Rec. s. I-5475, pkt 59 i 63; wyrok Sądu z dnia 30 czerwca 2004 r. w sprawie T-281/02 Norma Lebensmittelfilialbetrieb przeciwko OHIM (Mehr für Ihr Geld), Zb.Orz. s. II-1915, pkt 27]. Ponieważ zarejestrowany znak towarowy złożony jest z dwóch słów w języku angielskim, właściwy krąg odbiorców stanowią głównie odbiorcy anglojęzyczni, tudzież

odbiorcy posiadający wystarczającą znajomość języka angielskiego (zob. podobnie wyrok Sądu z dnia 15 września 2005 r. w sprawie T-320/03 Citicorp przeciwko OHIM (LIVE RICHLI), Zb.Orz. s. II-3411, pkt 76).

46 Należy zatem rozważyć, czy z punktu widzenia tych odbiorców istnieje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek pomiędzy oznaczeniem COLOR EDITION a towarami, dla których wniesiono o rejestrację.

47 W tym względzie należy zauważyć, że angielski termin „color” oznacza kolor lub odcień i jest często używany w branży kosmetycznej dla określenia przeznaczenia lub właściwości towarów. Słowo „edition” odsyła nie tylko do świata literatury lub prasy, lecz oznacza również, jak zauważyła Izba Odwoławcza, gamę towarów w jednej lub wielu wersjach lub formach. Tak samo jak termin „color” jest ono również stosowane w branży kosmetycznej.

48 Należy zatem uznać, że oznaczenie COLOR EDITION jest złożone wyłącznie ze wskazówek, które mogą służyć do określenia niektórych właściwości rozpatrywanych towarów. Jak zauważyła Izba Odwoławcza, oznaczenie to wyraża przekaz, który zostanie natychmiast i w sposób bezpośredni zrozumiany przez zainteresowanych odbiorców, a mianowicie odniesienie do gamy produktów kosmetycznych lub kosmetyków kolorowych w różnych odcieniach.

49 Poza tym należy zauważyć, że skojarzenie słów „color” i „edition” nie jest, z punktu widzenia zasad leksyki języka angielskiego, zestawieniem niecodziennym, tylko potocznym. Objęty wnioskiem znak towarowy nie wywołuje zatem u docelowych odbiorców wrażenia na tyle odbiegającego od wrażenia wywieranego przez zwykłe zestawienie tworzących go elementów słownych, aby zmienić ich znaczenie lub zakres. Z tego względu należy uznać, podobnie jak to uczyniła Izba Odwoławcza, że dla

zrozumienia tego przekazu nie jest potrzebny żaden wysiłek intelektualny i że zwykle zestawienie analizowanych słów nie zmienia opisowego charakteru poszczególnych elementów oznaczenia.

50 Wynika z tego, że słowny znak towarowy COLOR EDITION analizowany jako całość wykazuje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z opisywanymi przezeń towarami. Izba Odwoławcza miała zatem słuszność, orzekając o jego charakterze opisowym w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94. Drugi zarzut należy więc oddalić jako bezpodstawny.

51 Ponieważ z art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 40/94 wynika, że do odmowy rejestracji oznaczenia w charakterze wspólnotowego znaku towarowego wystarczy, aby znalazła zastosowanie jedna z wymienionych w nim bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji (wyrok Trybunału z dnia 19 września 2002 r. w sprawie C-104/00 P DKV przeciwko OHIM, Rec. s. I-7561, pkt 29, ww. w pkt 41 wyrok w sprawie EUROPIG, pkt 45), nie ma potrzeby rozpatrywać trzeciego zarzutu skarżącej, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.

52 W związku z wszystkimi powyższymi rozważaniami skargę należy oddalić w całości.

## **W przedmiocie kosztów**

53 Zgodnie z art. 87 § 2 regulaminu Sądu 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

SĄD (druga izba)

orzeka, co następuje:

- 1) **Skarga zostaje oddalona.**
- 2) **Lancôme parfums et beauté & Cie SNC pokrywa koszty własne oraz poniesione przez Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory).**

Pelikánová

Jürimäe

Soldevila Fragoso

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 8 lipca 2008 r.

Sekretarz

Prezes

E. Coulon

I. Pelikánová