Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (szósta izba)

z dnia 17 września 2015 r.*

Wspólnotowy znak towarowy — Zgłoszenie słownego wspólnotowego znaku towarowego COMPETITION — Bezwzględna podstawa odmowy rejestracji — Brak charakteru odróżniającego — Artykuł 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 207/2009

W sprawie T-550/14

Volkswagen AG, z siedzibą w Wolfsburgu (Niemcy), reprezentowana przez adwokata U. Sandera,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowanemu przez M. Fischera, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Pierwszej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 15 maja 2014 r. (sprawa R 2082/2013-1), dotyczącą rejestracji oznaczenia słownego COMPETITION jako wspólnotowego znaku towarowego,

SĄD (szósta izba),

w składzie: S. Frimodt Nielsen, prezes, F. Dehousse i A.M. Collins (sprawozdawca), sędziowie,

sekretarz: E. Coulon,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 23 lipca 2014 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 7 października 2014 r.,

uwzględniwszy, że w terminie miesiąca od dnia powiadomienia stron o zakończeniu pisemnego etapu postępowania nie wpłynął żaden wniosek o wyznaczenie rozprawy, i postanowiwszy, na podstawie sprawozdania sędziego sprawozdawcy i w zastosowaniu art. 135a regulaminu postępowania przed Sądem, orzec w przedmiocie skargi bez przeprowadzenia ustnego etapu postępowania,

wydaje następujący

* Język postępowania: niemiecki.

Wyrok

Okoliczności faktyczne leżące u podstaw sporu

1 W dniu 11 kwietnia 2013 r. skarżąca, Volkswagen AG, zgłosiła w Urzędzie Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) wspólnotowy znak towarowy na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. L 78, s. 1).

2 Znak towarowy, o którego rejestrację wniesiono, to oznaczenie słowne COMPETITION.

3 Towary i usługi, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klas 12, 28, 35 i 37 w rozumieniu 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 12: „silnikowe pojazdy lądowe i ich części; silniki i systemy napędowe do pojazdów lądowych, napędy do pojazdów lądowych i ich części; sprzęgła do pojazdów lądowych; podwozie chowane do pojazdów lądowych; podwozia pojazdów; karoserie do pojazdów; opony (ogumienie pneumatyczne), dętki do opon, urządzenia zabezpieczające przed poślizgiem do opon pojazdów, łatki do naprawy dętki, samoprzylepne łaty gumowe do naprawy dętek, opony do kół pojazdów, gwoździe do opon, łańcuchy przeciwpoślizgowe, łańcuchy śniegowe, felgi do pojazdów, opony masywne do kół pojazdów, koła pojazdów, piasty kołowe do samochodów; amortyzatory do pojazdów, amortyzatory sprężynowe do pojazdów; zagłówki do siedzeń samochodowych; siedzenia do pojazdów; lusterka wsteczne; autoalarmy, urządzenia przeciwwłamaniowe do pojazdów; papierosy (zapalniczki do -) samochodowe; pojazdy, pojazdy mechaniczne i ich części; autobusy; ciężarówki; przyczepy turystyczne mieszkalne; przyczepy i naczepy siodłowe do pojazdów, zaczepy do przyczep do pojazdów; ciągniki; motocykle; motorowery; omnibusy”;

— klasa 28: „modele pojazdów, samochody modelarskie i samochodziki do zabawy; modele (zestawy -) przeskalowane [zabawki]; pojazdy dla dzieci (o ile ujęte w klasie 28), skutery kołowe (pojazdy dla dzieci); gry (karty do -); zabawki pluszowe i inne artykuły pluszowe do zabawy; urządzenia do gier, urządzenia do gier wideo, przenośne gry z wyświetlaczem LCD”;

— klasa 35: „usługi handlu detalicznego i hurtowego odnośnie do samochodów, części samochodowych i akcesoriów samochodowych; usługi handlu detalicznego i hurtowego do handlu wysyłkowego odnośnie do samochodów, części samochodowych i akcesoriów samochodowych; usługi handlu detalicznego i hurtowego za pośrednictwem internetu w zakresie samochodów, części i akcesoriów samochodowych; usługi sprzedaży detalicznej i hurtowej za pomocą audycji telezakupów odnośnie do samochodów, części samochodowych i akcesoriów samochodowych; zestawianie (z wyjątkiem ich transportu) różnych samochodów lub części do nich lub różnych akcesoriów do nich na użytek osób trzecich, aby ułatwić konsumentom obejrzenie i nabycie tych towarów w punktach sprzedaży detalicznej; pośrednictwo w umowach dla osób trzecich odnośnie do kupna i sprzedaży samochodów, części samochodów i akcesoriów samochodowych; administrowanie przedsiębiorstwem i zarządzanie organizacyjne parkami samochodowymi dla osób trzecich”;

— klasa 37: „przekształcanie, naprawa, usługi konserwacji, demontaż, usługi konserwacyjne, usługi pielęgniarskie, czyszczenie i lakierowanie pojazdów, silników i części do nich, montaż środków transportu, silników i części do nich, na rzecz osób trzecich, obsługa samochodów powypadkowych [naprawa]; przeprowadzanie remontów specyficznych dla klienta dotyczących karoserii, podwozia i silnika pojazdów (tuning), o ile zostały ujęte w klasie 37”.

4 Decyzją z dnia 26 sierpnia 2013 r. ekspert odrzucił zgłoszenie do rejestracji dla rozpatrywanych towarów i usług na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 i art. 7 ust. 2 tegoż rozporządzenia.

5 W dniu 25 października 2013 r. skarżąca wniosła odwołanie od decyzji eksperta na podstawie art. 58–64 rozporządzenia nr 207/2009 w zakresie, w jakim odrzucono w niej zgłoszenie do rejestracji dla rozpatrywanych towarów i usług.

6 Decyzją z dnia 15 maja 2014 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją") Pierwsza Izba Odwoławcza OHIM oddaliła odwołanie na tej podstawie, że oznaczenie COMPETITION jest pozbawione charakteru odróżniającego dla wszystkich rozpatrywanych towarów i usług w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009. Uznała ona w szczególności, że oznaczenie to jest postrzegane jako wskazanie określonej kategorii towarów, mianowicie tych, które są przystosowane do warunków panujących na zawodach, a zatem do warunków ekstremalnych, oraz usług obejmujących przygotowywanie pojazdów do zawodów.

Żądania stron

7 Skarżąca wnosi do Sądu o:

— stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

— obciążenie OHIM kosztami postępowania.

8 OHIM wnosi do Sądu o:

— oddalenie skargi;

— obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

9 Na poparcie skargi skarżąca podnosi jeden zarzut, dotyczący naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009. Twierdzi ona, że Izba Odwoławcza powinna była stwierdzić, że oznaczenie COMPETITION wykazuje charakter wystarczająco odróżniający, by służyć za wskazówkę pochodzenia handlowego rozpatrywanych produktów i usług.

10 OHIM kwestionuje tę argumentację.

11 Należy przypomnieć, że zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 nie są w szczególności rejestrowane znaki towarowe, które pozbawione są jakiegokolwiek odróżniającego charakteru.

12 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem znakami towarowymi, o których mowa w art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, są te, które uważane są za niezdolne do wypełniania podstawowej funkcji znaku towarowego, która polega na wskazywaniu pochodzenia handlowego towaru lub usługi, aby umożliwić w ten sposób konsumentowi nabywającemu towar lub usługę oznaczone danym znakiem towarowym dokonanie przy późniejszym zakupie takiego samego wyboru, jeśli doświadczenie okazało się pozytywne, lub dokonanie odmiennego wyboru, jeśli było ono negatywne [wyroki: z dnia 20 maja 2009 r., CFCMCEE/OHIM (P@YWEB CARD i PAYWEB CARD), T-405/07 i T-406/07, Zb.Orz., EU:T:2009:164, pkt 33; z dnia 21 stycznia 2011 r., BSH/OHIM (executive edition), T-310/08, EU:T:2011:16, pkt 23].

13 Charakter odróżniający oznaczenia należy oceniać, po pierwsze, w stosunku do towarów lub usług, dla których znak towarowy został zgłoszony, i po drugie, w stosunku do sposobu postrzegania go przez właściwy krąg odbiorców (wyrok z dnia 21 stycznia 2010 r., Audi/OHIM, C-398/08 P, Zb.Orz., EU:C:2010:29, pkt 34; wyrok z dnia 9 września 2010 r., OHIM/Borco-Marken-Import Matthiesen, C-265/09 P, Zb.Orz., EU:C:2010:508, pkt 32).

14 Jeśli chodzi o znaki towarowe składające się z oznaczeń lub wskazówek, które są ponadto używane jako slogany reklamowe, oznaczenia dotyczące jakości lub wyrażenia zachęcające do zakupu towarów lub usług oznaczonych tym znakiem, ich rejestracja nie jest sama w sobie wykluczona ze względu na tego rodzaju użycie [ww. w pkt 13 wyrok Audi/OHIM, EU:C:2010:29, pkt 35; wyrok z dnia 11 grudnia 2012 r., Fomanu/OHIM (Qualität hat Zukunft), T-22/12, EU:T:2012:663, pkt 15].

15 Przy ocenie charakteru odróżniającego takich znaków towarowych nie należy stosować bardziej rygorystycznych kryteriów niż kryteria stosowane w przypadku innych oznaczeń (ww. w pkt 13 wyrok Audi/OHIM, EU:C:2010:29, pkt 36; ww. w pkt 14 wyrok Qualität hat Zukunft, EU:T:2012:663, pkt 16).

16 Trybunał orzekł zatem, że nie można wymagać, by slogan reklamowy miał „fantazyjny charakter", czy nawet ukazywał „wkład wysiłku twórczego, który spowodowałby efekt zaskoczenia, dzięki czemu łatwo by go było zapamiętać", aby nie był on pozbawiony minimum charakteru odróżniającego wymaganego przez art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 (ww. w pkt 13 wyrok Audi/OHIM, EU:C:2010:29, pkt 39; wyrok z dnia 21 października 2004 r., OHIM/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Zb.Orz., EU:C:2004:645, pkt 31, 32).

17 Wynika z tego, że znak towarowy mający postać sloganu reklamowego należy uznać za pozbawiony odróżniającego charakteru, jeśli może być postrzegany przez właściwy krąg odbiorców wyłącznie jako zwykłe sformułowanie reklamowe. Taki znak towarowy trzeba natomiast uznać za mający charakter odróżniający, jeżeli właściwy krąg odbiorców będzie mógł w nim dostrzec od razu, oprócz funkcji reklamowej, także wskazanie pochodzenia handlowego danych towarów lub usług [postanowienie z dnia 12 czerwca 2014 r., Delphi Technologies/OHIM, C-448/13 P, EU:C:2014:1746, pkt 37; ww. w pkt 14 wyrok Qualität hat Zukunft, EU:T:2012:663, pkt 22; wyrok z dnia 6 czerwca 2013 r., Interroll/OHIM (Inspired by efficiency), T-126/12, EU:T:2013:303, pkt 24].

18 To w świetle tych rozważań należy zbadać, czy – jak twierdzi skarżąca – Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, uznając, że zgłoszony znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego.

19 Co się tyczy w pierwszej kolejności właściwego kręgu odbiorców, Izba Odwoławcza uznała, że towary i usługi wskazane w zgłoszeniu oznaczenia COMPETITION były przeznaczone nie tylko dla odbiorców wyspecjalizowanych uczestniczących w zawodach samochodowych, lecz także dla szerszego kręgu odbiorców interesujących się na przykład pojazdami wyścigowymi lub częściami pojazdów wyścigowych. Uznano, że ten ostatni krąg odbiorców, złożony z przeciętnych konsumentów, obejmuje osoby właściwie poinformowane oraz dostatecznie uważne i rozsądne. Skarżąca nie podważa tej oceny, która zresztą nie jest błędna i powinna zostać potwierdzona.

20 Skarżąca nie podważa także stwierdzenia Izby Odwoławczej, zgodnie z którym właściwym kręgiem odbiorców jest krąg odbiorców anglojęzycznych i krąg odbiorców francuskojęzycznych w Unii Europejskiej. Stwierdzenie to należy potwierdzić i należy także na podstawie art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 207/2009 dokonać oceny bezwzględnej podstawy odmowy rejestracji w stosunku do kręgu odbiorców anglojęzycznych i kręgu odbiorców francuskojęzycznych. Skoro bowiem rozpatrywane oznaczenie składa się całkowicie z wyrazu pochodzącego z języka angielskiego, będzie z łatwością zrozumiałe zarówno przez krąg odbiorców anglojęzycznych, jak i krąg odbiorców francuskojęzycznych w znaczeniu „zawody" [zob. podobnie wyrok z dnia 7 lipca 2011 r., Cree/OHIM (TRUEWHITE), T-208/10, EU:T:2011:340, pkt 18 i przytoczone tam orzecznictwo].

21 Co się tyczy w drugiej kolejności charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego, Izba Odwoławcza uznała, że w odniesieniu do pojazdów i części samochodów ujętych w klasie 12 właściwy krąg odbiorców rozpozna wskazanie własnej kategorii pojazdów i związanych z nimi części, przystosowanych do wymagań dotyczących wyścigów. Podobnie w jej ocenie zgłoszony znak towarowy będzie rozumiany jako wskazanie, że usługi ujęte w klasie 37 obejmują przygotowywanie pojazdów do zawodów. Następnie w odniesieniu do zabawek ujętych w klasie 28 znak ten nie będzie mieć charakteru odróżniającego ani dla tych, które umożliwiają rozegranie zawodów, ani dla towarów, które „odtwarzają" „artykuły związane z zawodami". Wreszcie usługi ujęte w klasie 35 wykazują w opinii Izby Odwoławczej powiązanie z odnośnymi towarami z klasy 12, dla których rozpatrywane oznaczenie jest pozbawione charakteru odróżniającego.

22 W niniejszym przypadku skarżąca podważa ustalony przez Izbę Odwoławczą związek między pojęciem zawodów a rozpatrywanymi towarami i usługami. Według skarżącej taki związek wymagałby wysiłku interpretacyjnego i byłby na granicy znaczenia rozpatrywanego oznaczenia. Skoro oznaczenie to nie ma treści ani opisowej, ani czysto zachwalającej, cechuje się zatem odpowiednim charakterem odróżniającym i może służyć jako wspólnotowy znak towarowy.

23 Należy zauważyć, że sporne oznaczenie składa się z pojedynczego wyrazu, powszechnego w językach angielskim i francuskim, którego znaczenie to zarówno „konkurencja", jak i „zawody". Skarżąca zgadza się z tą oceną w skardze.

24 Należy dodać, że określenie „competition" jest wyrazem pospolitym, znanym – jak to podnosi sama skarżąca – „w znacznej liczbie kontekstów" właściwym konsumentom. Określenie to wskazuje w oczywisty sposób towar lub usługę, które są przeznaczone na zawody, a zatem których jakość jest doskonała. Zatem określenie „competition" posiada charakter zachwalający o znaczeniu reklamowym, którego funkcją jest uwydatnienie pozytywnych cech towarów i usług, dla których przedstawienia został on użyty [zob. podobnie wyrok z dnia 30 czerwca 2004 r., Norma Lebensmittelfilialbetrieb/OHIM (Mehr für Ihr Geld), T-281/02, Zb.Orz, EU:T:2004:198, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo]. Wspomniane określenie będzie zatem natychmiast postrzegane przez właściwy krąg odbiorców jako komunikat zachwalający o charakterze promocyjnym, który wskazuje, że rozpatrywane towary i usługi oferują konsumentom przewagę pod względem jakości nad towarami i usługami konkurencyjnymi [zob. podobnie wyrok z dnia 3 lipca 2003 r., Best Buy Concepts/OHIM (BEST BUY), T-122/01, Rec, EU:T:2003:183, pkt 29].

25 Co się tyczy „silnikowych pojazdów lądowych; pojazdów, pojazdów mechanicznych; autobusów; ciężarówek; przyczep turystycznych mieszkalnych; ciągników; motocykli; motorowerów; omnibusów", ujętych w klasie 12, należy uznać, że oznaczenie COMPETITION jest nośnikiem komunikatu zachwalającego mającego na celu podkreślenie pozytywnych cech tych towarów, takich jak ich poziom osiągów, moc, jakie są wymagane w zawodach, a zatem również okoliczności, że są one przystosowane do ekstremalnych warunków użytkowania. Jak to słusznie wskazała Izba Odwoławcza w pkt 11 zaskarżonej decyzji, pojazdy przeznaczone do zawodów, na przykład wyścigów samochodowych, są szybsze i solidniejsze od innych pojazdów. Co więcej, zgłoszony znak towarowy nie zawiera żadnego elementu, który poza oczywiście promocyjnym znaczeniem pozwalałby właściwemu kręgowi odbiorców łatwo i bezpośrednio zapamiętać go jako znak towarowy wskazujący przedsiębiorstwo, z którego pochodzą odnośne pojazdy.

26 Wbrew temu, co twierdzi skarżąca, określenie tworzące zgłoszony znak towarowy nie jest wieloznaczne i nie wykazuje żadnej głębi semantycznej, która uniemożliwiałaby właściwemu kręgowi odbiorców bezpośrednie powiązanie z tym towarami [zob. podobnie wyrok z dnia 29 stycznia 2015 r., Blackrock/OHIM (INVESTING FOR A NEW WORLD), T-59/14, EU:T:2015:56, pkt 33 i przytoczone tam orzecznictwo]. Skarżąca niesłusznie twierdzi, że taki związek może zostać ustalony tylko w zakresie, w jakim odnośne pojazdy mogłyby w razie potrzeby być również używane w zawodach. Co więcej, nie jest istotne, że – jak podnosi skarżąca – określenie „competition" jest używane

w kontekstach innych niż sektor samochodowy, takich jak prawo konkurencji, ponieważ charakter odróżniający należy oceniać w stosunku do towarów, dla których znak towarowy został zgłoszony (zob. pkt 13 powyżej).

27 Ponadto argument skarżącej, zgodnie z którym określenie „competition", w przeciwieństwie do wskazówek takich jak Turbo, ABS lub 4x4, nie może służyć do bezpośredniego opisu silnikowego pojazdu lądowego bądź jednej z jego podstawowych cech charakterystycznych, jest nieistotny dla sprawy, jako że zaskarżona decyzja jest oparta na art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, a nie na art. 7 ust. 1 lit. c) tegoż rozporządzenia. W tym kontekście skarżąca nie może skutecznie powoływać się na wyrok z dnia grudnia 2008 r., Ford Motor/OHIM (FUN) (T-67/07, Zb.Orz., EU:T:2008:542), ze względu na to, że w sprawie, w której zapadł ten wyrok, dokonana przez Izbę Odwoławczą analiza charakteru odróżniającego rozpatrywanego oznaczenia zasadzała się w całości na błędnej analizie jego charakteru opisowego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) wspominanego rozporządzenia (ww. wyrok FUN, EU:T:2008:542, pkt 53, 54).

28 Jednakże, przyznając, że określenie „competition" może być nośnikiem swoistego wskazania w stosunku do pojazdów, skarżąca podnosi, że nie byłoby ono postrzegane „jedynie" przez właściwy krąg odbiorców jako informacja co do rodzaju towarów i usług oraz ich pochodzenia. Twierdzi ona, że treść informacyjna zgłoszonego znaku towarowego względem rozpatrywanych towarów nie jest tak czysta i oczywista, tak że ten znak towarowy mógłby jednakże służyć dla właściwego kręgu odbiorców za wskazówkę pochodzenia. Należy stwierdzić, że skarżącej nie udało się wykazać istnienia elementu fantazyjnego, zaskakującego lub nieoczekiwanego, mogącego nadać zgłoszonemu znakowi towarowemu w odczuciu właściwego kręgu odbiorców charakter odróżniający, który mógłby podważyć wniosek widniejący w pkt 25 powyżej.

29 Co się tyczy części do pojazdów i elementów składowych pojazdów ujętych w klasie 12, mianowicie „części [silnikowych pojazdów lądowych]; silników i systemów napędowych do pojazdów lądowych, napędów do pojazdów lądowych i ich części; sprzęgieł do pojazdów lądowych; podwozi chowanych do pojazdów lądowych; podwozi pojazdów; karoserii do pojazdów; opon (ogumienia pneumatycznego), dętek do opon, urządzeń zabezpieczających przed poślizgiem do opon pojazdów, łatek do napraw dętek, samoprzylepnych łat gumowych do naprawy dętek, opon do kół pojazdów, gwoździ do opon, łańcuchów przeciwpoślizgowych, łańcuchów śniegowych, felg do pojazdów, opon masywnych do kół pojazdów, kół pojazdów, piast kołowych do samochodów; amortyzatorów do pojazdów, amortyzatorów sprężynowych do pojazdów; zagłówków do siedzeń samochodowych; siedzeń do pojazdów; lusterek wstecznych; autoalarmów, urządzeń przeciwwłamaniowych do pojazdów; papierosów (zapalniczek do -) samochodowych; części [do pojazdów, pojazdów mechanicznych]; przyczep i naczep siodłowych do pojazdów, zaczepów do przyczep do pojazdów", należy stwierdzić, jak słusznie wskazano w pkt 17 zaskarżonej decyzji, że oznaczenie COMPETITION jest nośnikiem ogólnego komunikatu promocyjnego w zakresie, w jakim wskazuje, iż rozpatrywane towary mogą być używane w warunkach panujących na zawodach lub na zawodach i że są zatem lepszej jakości i mocniejsze niż zwykłe towary. Na przykład w dziedzinie sportów samochodowych opracowano opony w celu osiągnięcia możliwie najszybszych czasów przejazdów w rundach kwalifikacyjnych [zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 13 grudnia 2011 r., Goodyear Dunlop Tyres UK/OHIM – Sportfive (QUALIFIER), T-424/09, EU:T:2011:735, pkt 44]. Zatem w kontekście rozpatrywanych towarów oznaczenie to stanowi proste wskazanie zachwalające.

30 Należy zauważyć w tym względzie, że zwykle właściwy krąg konsumentów zastanawia się nad kompatybilnością techniczną tego rodzaju towarów ze swoimi pojazdami [zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 23 kwietnia 2013 r., Apollo Tyres/OHIM – Endurance Technologies (ENDURACE), T-109/11, EU:T:2013:211, pkt 54]. Istnieje zatem jasny i bezpośredni związek między rozpatrywanymi towarami a pojazdami ujętymi w klasie 12, dla których oznaczenie COMPETITION jest pozbawione charakteru odróżniającego, tak że oznaczenie to także względem nich jest pozbawione charakteru odróżniającego.

31 Co się tyczy usług ujętych w klasie 37 (zob. pkt 3 powyżej), Izba Odwoławcza uznała, że zgłoszony znak towarowy wskazuje wyłącznie, iż usługi obejmują przygotowanie pojazdów do zawodów, i że z tego względu jest on pozbawiony względem nich charakteru odróżniającego. Skarżąca podważa to stwierdzenie, podnosząc, że określenie „competition" nie wykazuje żadnego związku logicznego ze wspomnianymi usługami i że interpretacja Izby Odwoławczej wykracza poza granice semantycznej treści tego znaku towarowego. Zdaniem skarżącej w kontekście usług ujętych w klasie 37, po pierwsze, zgłoszony znak towarowy nie przypomina „automatycznie" właściwemu kręgowi odbiorców o wyścigach samochodowych i rajdach, a po drugie, ten krąg odbiorców nie wychodzi z założenia, że na przykład zmiana opon przygotowuje pojazd do takich zawodów.

32 Takie argumenty nie mogą być przekonujące z uwagi na znaczenie określenia „competition" i sposób, w jaki określenie to byłoby rozumiane przez właściwy krąg odbiorców. Ogół tych usług wykazuje bowiem wyraźnie powiązanie ze spornymi towarami ujętymi w klasie 12, dla których został ustalony brak charakteru odróżniającego oznaczenia. Sąd miał już okazję stwierdzić, że usługi naprawy, konserwacji i przeglądu pojazdów ujęte w klasie 37 można uważać za akcesoryjne i uzupełniające w stosunku do pojazdów ujętych w klasie 12, jako że są one często świadczone przez te same przedsiębiorstwa, które zajmują się sprzedażą pojazdów silnikowych [wyrok z dnia 26 stycznia 2006 r., Volkswagen/OHIM – Nacional Motor (Variant), T-317/03, EU:T:2006:27, pkt 44]. I tak, właściwy krąg odbiorców postrzegałby to oznaczanie w stosunku do usług ujętych w klasie 37, w szczególności usług konserwacyjnych pojazdów, silników i części do nich, jako wskazówkę zachwalającą w zakresie, w jakim usługi te służą temu, by samochody były bardziej konkurencyjne i uzyskiwały lepsze osiągi. Znaczenie określenia „competition", niekwestionowane przez skarżącą (zob. pkt 23 powyżej), wypływa bezpośrednio i w sposób oczywisty z jego brzmienia i nie wymaga żadnego wysiłku interpretacyjnego ze strony właściwego kręgu odbiorców.

33 Co się tyczy usług handlu hurtowego i detalicznego ujętych w klasie 35 (zob. pkt 3 powyżej), Izba Odwoławcza uznała w pkt 22 zaskarżonej decyzji, że wykazują one wyraźnie powiązanie z odnośnymi towarami ujętymi w klasie 12, dla których oznaczenie COMPETITION jest pozbawione charakteru odróżniającego. Skarżąca podważa tę ocenę, podnosząc, że skoro Izba Odwoławcza dokonała błędnej oceny charakteru odróżniającego względem towarów ujętych w klasie 12, ocena dotycząca wspomnianych towarów jest także błędna. Należy zauważyć, że skarżąca nie podważa związku ustalonego przez Izbę Odwoławczą pomiędzy towarami ujętymi w klasie 12 a usługami ujętymi w klasie 35, w tym „zestawianiem (z wyjątkiem ich transportu) różnych samochodów lub części do nich lub różnych akcesoriów do nich na użytek osób trzecich, aby ułatwić konsumentom obejrzenie i nabycie tych towarów w punktach sprzedaży detalicznej; pośrednictwem w umowach dla osób trzecich odnośnie do kupna i sprzedaży samochodów, części samochodów i akcesoriów samochodowych; administrowaniem przedsiębiorstwem i zarządzaniem organizacyjnymi parkami samochodowymi dla osób trzecich" objętymi tą ostatnią klasą. Skoro Sąd stwierdził brak charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego dla ogółu tych towarów, należy uznać, że dla właściwego kręgu odbiorców skonfrontowanych ze oczywistym znaczeniem oznaczenia w chwili podejmowania decyzji o zakupie tych towarów określenie to byłoby również nieodróżniające w odniesieniu do czynności sprzedaży wspomnianych towarów, czy to w ramach handlu detalicznego, czy hurtowego, czy też przez internet.

34 Co się tyczy towarów ujętych w klasie 28 (zob. pkt 3 powyżej), Izba Odwoławcza wyróżniła z jednej strony zabawki umożliwiające rozgrywanie zawodów, w tym gry karciane i gry wideo, a z drugiej strony inne towary, które „odtwarzają" „artykuły związane z zawodami". Uznała, że zgłoszony znak towarowy nie posiada charakteru odróżniającego dla żadnego tych towarów. Skarżąca nie przedstawia żadnego argumentu pozwalającego na podważenie tego stwierdzenia w zakresie, w jakim dotyczy ono pierwszej kategorii towarów.

35 Co się tyczy drugiej kategorii towarów, skarżąca ogranicza się zasadniczo do podniesienia, że skoro Izba Odwoławcza dokonała błędnej oceny charakteru odróżniającego względem towarów ujętych w klasie 12, ocena dotycząca tych towarów jest również błędna. Należy zauważyć, że skarżąca nie

podważa związku ustalonego przez Izbę Odwoławczą między tymi dwiema klasami towarów. Jako że Sąd stwierdził brak charakteru odróżniającego spornego oznaczenia dla ogółu towarów ujętych w klasie 12, argumentu skarżącej nie można uwzględnić dla towarów ujętych w klasie 28. W każdym razie trzeba stwierdzić, że zgłoszony znak towarowy stanowi nośnik analogicznego komunikatu promocyjnego dla ogółu towarów ujętych w klasie 28 (zob. pkt 25 powyżej), tak że znak ten nie mógłby być postrzegany jako wskazówka pochodzenia handlowego tych towarów.

36 Z powyższego wynika, że zgłoszony znak towarowy nie pozwala właściwemu kręgowi odbiorców ani na zidentyfikowanie pochodzenia rozpatrywanych towarów i usług, ani na odróżnienie ich od pochodzących z innych przedsiębiorstw i że z tego względu nie wykazuje on charakteru odróżniającego. W rezultacie oznaczenie to nie pozwala właściwemu kręgowi odbiorców na zidentyfikowanie pochodzenia wspomnianych towarów i usług. W tych okolicznościach skarżąca nie ma podstawy, by powoływać się na naruszenie art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009.

37 Stwierdzenia tego nie podważają pozostałe argumenty skarżącej.

38 Po pierwsze, skarżąca podnosi, że w sektorze samochodowym właściwy krąg odbiorców jest przyzwyczajony do znaków towarowych i pochodnych znaków towarowych, które w mniejszym lub większym zakresie mają charakter promocyjny. I tak, według niej konsument będzie postrzegać bez problemu oznaczenie COMPETITION jako wskazanie pochodzenia dla ogółu rozpatrywanych towarów i usług, a zatem jako oznaczenie odróżniające.

39 Należy stwierdzić, że argument ten bezpośrednio przeczy argumentowi przedstawionemu w pkt 16 skargi, za pomocą którego skarżąca podnosi, że określenie „competition” nie ma charakteru zachwalającego. Co więcej, trzeba zauważyć, że skarżąca nie kwestionuje ani znaczenia zgłoszonego znaku towarowego, które uwzględniła Izba Odwoławcza, ani wniosków tej Izby co do ustalenia i poziomu uwagi właściwego kręgu odbiorców. Należy zwrócić uwagę, że jak wynika z powyższych rozważań, oznaczenie COMPETITION, nawet jako określenie promocyjne, nie jest wystarczająco oryginalne lub narzucające się, aby ze strony właściwego kręgu odbiorców wymagać minimalnego wysiłku interpretacyjnego, przemyślenia lub analizy, jako że ten krąg odbiorców od razu będzie się skłaniać do kojarzenia go z rozpatrywanymi towarami i usługami. Komunikat przekazywany temu kręgowi odbiorców, z uwagi na przyjęte w pkt 23 powyżej znaczenie oznaczenia, ma bowiem charakter reklamowy. Jego funkcją jest uwydatnienie pozytywnych cech towarów i usług oferowanych jako przystosowane do warunków panujących na zawodach. Ponadto należy zauważyć, że ponieważ właściwy krąg odbiorców jest mało uważny w odniesieniu do oznaczenia, które nie zapewnia mu wskazówki co do pochodzenia lub przeznaczenia tego, co chce kupić, lecz które raczej przekazuje mu informację o charakterze wyłącznie promocyjnym i abstrakcyjnym, krąg ten nie będzie się powstrzymywał ani od wyszukiwania różnych ewentualnych funkcji rozpatrywanego określenia, ani od zapamiętania go jako znaku towarowego (zob. ww. w pkt 14 wyrok Qualität hat Zukunft, EU:T:2012:663, pkt 30 i przytoczone tam orzecznictwo). Z tego względu należy oddalić argumenty skarżącej dotyczące innych znaków towarowych występujących w tym samym sektorze działalności.

40 To samo odnosi się do twierdzenia skarżącej, zgodnie z którym w istocie Izba Odwoławcza nie wykluczyła z prawdopodobieństwem graniczącym z pewnością, że właściwy krąg odbiorców mógłby postrzegać zgłoszony znak towarowy jako znak, który wykazuje wymagany charakter odróżniający. Należy stwierdzić, że zgłoszonemu znakowi towarowemu nie można przypisać żadnego charakteru odróżniającego, tak że Izba Odwoławcza nie zastosowała zbyt rygorystycznie kryterium przewidzianego w art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, oddalając wniesione do niej odwołanie.

41 Po drugie, co się tyczy argumentu skarżącej, zgodnie z którym w istocie z uwagi na własną praktykę w dziedzinie rejestracji Izba Odwoławcza powinna była stwierdzić, że zgłoszony znak towarowy wykazuje charakter odróżniający, należy przypomnieć, że OHIM jest zobowiązany wykonywać swe

kompetencje w zgodzie z ogólnymi zasadami prawa Unii, takimi jak zasada równego traktowania i zasada dobrej administracji (wyrok z dnia 10 marca 2011 r., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, Zb.Orz., EU:C:2011:139, pkt 73).

42 Ze względu na te dwie ostatnie zasady OHIM musi przy rozpatrywaniu zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego brać pod uwagę decyzje wydane już w odniesieniu do podobnych zgłoszeń i ze szczególną uwagą rozważyć, czy w danym przypadku rozstrzygnięcie winno brzmieć podobnie (ww. w pkt 41 wyrok Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, EU:C:2011:139, pkt 74).

43 Niemniej jednak zasady równości traktowania i dobrej administracji muszą pozostawać w zgodzie z przestrzeganiem legalności (ww. w pkt 41 wyrok Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, EU:C:2011:139, pkt 75).

44 W konsekwencji osoba, która wystąpiła o rejestrację oznaczenia jako znaku towarowego, nie może przywoływać na swój użytek ewentualnej bezprawności popełnionej na korzyść osoby trzeciej celem uzyskania identycznej decyzji (ww. w pkt 41 wyrok Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, EU:C:2011:139, pkt 76).

45 W pozostałym zakresie ze względów pewności prawa, a dokładniej dobrej administracji, każde zgłoszenie do rejestracji musi zostać rozpatrzone w sposób dokładny i kompletny, tak aby uniknąć nieprawidłowego rejestrowania znaków towarowych. Owo badanie musi mieć miejsce w każdym konkretnym przypadku. Rejestracja oznaczenia jako znaku towarowego zależy bowiem od specyficznych kryteriów, które znajdują zastosowanie w kontekście stanu faktycznego danej sprawy i służą weryfikacji, czy dane oznaczenie nie jest objęte podstawą odmowy rejestracji (ww. w pkt 41 wyrok Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, EU:C:2011:139, pkt 77).

46 W niniejszej sprawie okazało się, że w przeciwieństwie do tego, jak mogło być w przypadku niektórych wcześniejszych zgłoszeń oznaczeń, rozpatrywane zgłoszenie napotkało na przeszkodę w postaci jednej z podstaw odmowy rejestracji wymienionych w art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 207/2009.

47 W tych okolicznościach z uwagi na brak charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego skarżąca nie może skutecznie powoływać się na wcześniejsze decyzje OHIM, jak to słusznie stwierdziła Izba Odwoławcza w pkt 24 zaskarżonej decyzji.

48 Po trzecie, nie ma potrzeby badać argumentu, zgodnie z którym w istocie zgłoszony znak towarowy nie jest opisowy i nie napotyka przeszkody w postaci jakiejkolwiek konieczności pozostawienia do swobodnego używania. Zważywszy, że Izba Odwoławcza nie oparła zaskarżonej decyzji na bezwzględnej podstawie odmowy rejestracji przewidzianej w art. 7 ust. l lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 oraz że skarżąca domaga się jedynie stwierdzenia nieważności tej decyzji, stosowanie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 nie stanowi przedmiotu niniejszego sporu w rozumieniu art. 65 tego rozporządzenia, a więc i przedmiotu kontroli zgodności z prawem, jaką sąd Unii jest obowiązany przeprowadzić w rozpoznawanej sprawie (zob. podobnie ww. w pkt 12 wyrok P@YWEB CARD i PAYWEB CARD, EU:T:2009:164, pkt 93 i przytoczone tam orzecznictwo).

49 W każdym razie zgodnie z utrwalonym orzecznictwem dla odmowy rejestracji oznaczenia w charakterze wspólnotowego znaku towarowego wystarczy, aby znalazła zastosowanie jedna z bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji [zob. wyrok z dnia 16 marca 2006 r., Telefon & Buch/OHIM – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, Zb.Orz., EU:T:2006:87, pkt 110 i przytoczone tam orzecznictwo].

50 W świetle całości powyższych rozważań skargę należy oddalić w całości.

W przedmiocie kosztów

51 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem 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 (szósta izba)

orzeka, co następuje:

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Volkswagen AG zostaje obciążona kosztami postępowania.

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 17 września 2015 r.

Podpisy