

WYROK TRYBUNAŁU (pierwsza izba)

z dnia 3 września 2009 r.*

W sprawie C-498/07 P

mającej za przedmiot odwołanie w trybie art. 56 statutu Trybunału Sprawiedliwości,
wniesione w dniu 12 listopada 2007 r.,

Aceites del Sur-Coosur SA, dawniej Aceites del Sur SA, z siedzibą w Vilches
(Hiszpania), reprezentowana przez J.M. Otera Lastresa i R. Jimeneza Diaza, abogados,

strona skarżąca,

w której drugą stroną jest:

Koipe Corporación SL, z siedzibą w San Sebastián (Hiszpania), reprezentowana przez
M. Fernández de Béthencourta, abogado,

strona skarżąca w pierwszej instancji,

* Język postępowania: hiszpański.

Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM), reprezentowany przez J. Garcíę Murillo, działającą w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana w pierwszej instancji,

TRYBUNAŁ (pierwsza izba),

w składzie: P. Jann, prezes izby, M. Ilešič, A. Tizzano (sprawozdawca), A. Borg Barthet i J.J. Kasel, sędziowie,

rzecznik generalny: J. Mazák,
sekretarz: M. Ferreira, główny administrator,

uwzględniając procedurę pisemną i po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 14 października 2008 r.,

po zapoznaniu się z opinią rzecznika generalnego na posiedzeniu w dniu 3 lutego 2009 r.,

wydaje następujący

Wyrok

- 1 W swoim odwołaniu Aceites del Sur-Coosur SA, dawniej Aceites del Sur SA (zwana dalej „Aceites del Sur”) zwraca się o uchylenie wyroku Sądu Pierwszej Instancji z dnia 12 września 2007 r. w sprawie T-363/04 Koipe przeciwko OHIM — Aceites del Sur (La Española), Zb.Orz. s. II-3355 (zwanego dalej „zaskarżonym wyrokiem”), w którym Sąd uwzględnił skargę na decyzję Czwartej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) z dnia 11 maja 2004 r. (sprawa R 1109/2000-4, zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) dotyczącą postępowania w sprawie sprzeciwu pomiędzy Koipe Corporación SL (zwana dalej „Koipe”) i Aceites del Sur.

Ramy prawne

- 2 Artykuł 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia Rady (WE) nr 40/94 z dnia 20 grudnia 1993 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. 1994, L 11, s. 1) stanowi:

„W wyniku sprzeciwu właściciela wcześniejszego znaku towarowego zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli:

[...]

- b) z powodu identyczności lub podobieństwa do wcześniejszego znaku towarowego, identyczności lub podobieństwa towarów lub usług istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony; prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd obejmuje również prawdopodobieństwo skojarzenia z wcześniejszym znakiem towarowym”.

3 Artykuł 8 ust. 2 tego rozporządzenia stanowi:

„Do celów ust. 1 »wcześniejsze znaki towarowe« oznaczają:

- a) znaki towarowe następujących rodzajów, w odniesieniu do których data złożenia wniosku o rejestrację jest wcześniejsza od daty wniosku o rejestrację wspólnotowego znaku towarowego, biorąc pod uwagę, w odpowiednim przypadku, prawo pierwszeństwa w odniesieniu do tych znaków towarowych:
 - i) wspólnotowe znaki towarowe;
 - ii) znaki towarowe zarejestrowane w państwie członkowskim lub, w przypadku Belgii, Niderlandów lub Luksemburga, w Urzędzie Znaków Towarowych Beneluksu;
 - iii) znaki towarowe rejestrowane na mocy międzynarodowych uzgodnień obowiązujących w państwie członkowskim;

[...]”.

Okoliczności faktyczne leżące u podstaw sporu

- 4 W dniu 23 kwietnia 1996 r. Aceites del Sur, spółka hiszpańska produkująca oleje roślinne, na podstawie rozporządzenia nr 40/94 dokonała zgłoszenia w OHIM przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego La Española dla określonego rodzaju towarów, wśród których znajdowały się „oleje i tłuszcze jadalne”:



- 5 W dniu 23 listopada 1998 r. zgłoszenie zostało opublikowane w *Biuletynie Wspólnotowych Znaków Towarowych* nr 89/98.
- 6 W dniu 23 lutego 1999 r. spółka Aceites Carbonell, obecnie Koipe, wniosła sprzeciw wobec zgłoszenia tego znaku, powołując się na prawdopodobieństwo wprowadzenia

w błąd w rozumieniu art. 8 ust. 1 lit. b) w przypadku zgłoszonego znaku towarowego i przedstawionego poniżej należącego do Koipe wcześniejszego graficznego znaku towarowego Carbonell (zwanego dalej „znakiem towarowym Carbonell”):



- 7 Jako dowód na istnienie znaku towarowego Carbonell Koipe powołała się na sześć rejestracji tego znaku towarowego w Hiszpanii, jedno zgłoszenie wspólnotowe „Carbonell” nr 338681 (zwane dalej „zgłoszeniem wspólnotowym”), dwie rejestracje międzynarodowe oraz na krajowe rejestracje irlandzkie, duńskie, szwedzkie i dokonane w Zjednoczonym Królestwie.
- 8 Wydział Sprzeciwów OHIM w każdym razie stwierdził, że Koipe zdołała wykazać istnienie tylko trzech hiszpańskich i jednej wspólnotowej rejestracji dla „oliwy z oliwek”.
- 9 Decyzją nr 2084/2000 z dnia 21 września 2000 r. Wydział Sprzeciwów OHIM oddalił sprzeciw wniesiony przez Koipe. Wydział Sprzeciwów uznał, że sporne oznaczenia wywołują ogólnie odmienne wrażenie wizualne, są całkowicie pozbawione elementów podobnych na gruncie fonetycznym oraz że związek koncepcyjny odnoszący się do charakteru i rolniczego pochodzenia towarów jest słaby, co wyklucza istnienie jakiegokolwiek prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd związanego ze spornymi znakami towarowymi.

- 10 W dniu 19 stycznia 2001 r. Koipe wniosła do OHIM odwołanie od decyzji Wydziału Sprzeciwów. W dniu 11 maja 2004 r. Czwarta Izba Odwoławcza OHIM oddaliła odwołanie na mocy zaskarżonej decyzji, która co do zasady potwierdza, że sporne oznaczenia wywołują ogólnie odmienne wrażenie wizualne.
- 11 Na wstępie, na podstawie zaskarżonej decyzji elementy graficzne, obejmujące w istocie wizerunek osoby siedzącej w gaju oliwnym, dla oliwy z oliwek mają jedynie słabą zdolność odróżniającą, co w konsekwencji nadaje pierwszorzędne znaczenie elementom słownym „La Española” i „Carbonell”. Jeśli chodzi o porównanie oznaczeń na gruncie fonetycznym i koncepcyjnym, to Czwarta Izba Odwoławcza stwierdziła, że skarżąca nie kwestionowała całkowitego braku zbieżności elementów słownych ani tego, że związek koncepcyjny pomiędzy spornymi oznaczeniami jest słaby. Wreszcie Izba Odwoławcza przyznała, że Wydział Sprzeciwów winien był orzec w przedmiocie powszechnej znajomości wcześniejszych znaków towarowych. Jednakże jej zdaniem tego rodzaju ocena — podobnie jak badanie dokumentów przedstawionych Izbie Odwoławczej w celu wykazania powszechnej znajomości — nie była bezwzględnie konieczna, ponieważ nie została spełniona jedna ze wstępnych przesłanek oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w związku z renomowanym lub powszechnie znanym znakiem towarowym, to znaczy przesłanka podobieństwa oznaczeń.

Postępowanie przed Sądem i zaskarżony wyrok

- 12 W dniu 31 sierpnia 2004 r. Koipe wniosła skargę do Sądu Pierwszej Instancji o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji.
- 13 Na poparcie swojej skargi Koipe podniosła dwa zarzuty: pierwszy oparty na naruszeniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 oraz drugi na naruszeniu obowiązku zbadania dowodów renomy wcześniejszego znaku towarowego.

14 Sąd Pierwszej Instancji przed merytorycznym rozpatrzeniem sprawy, na wstępie w pkt 47 zaskarżonego wyroku zauważył, że pomiędzy stronami istnieje spór co do rejestracji, jakie należy uwzględnić w celu oceny prawa do wniesienia sprzeciwu, na które powołuje się Koipe. Spór ten dotyczył w szczególności faktu, że OHIM i Aceites del Sur twierdzą, że skoro data dokonanej przez Koipe zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego była późniejsza niż data złożenia wniosku o rejestrację zgłoszonego znaku towarowego, to Izba Odwoławcza nie powinna była brać go pod uwagę.

15 Jednak zdaniem Sądu kwestia ta nie miała w niniejszej sprawie znaczenia i w pkt 48 zaskarżonego wyroku stwierdził on, co następuje:

„[...] Zaskarżona decyzja jest bowiem oparta co do zasady na braku podobieństwa pomiędzy elementami graficznymi znaku towarowego Carbonell i zgłoszonego znaku towarowego. Tymczasem element graficzny znaku towarowego Carbonell jest taki sam w przypadku wszystkich rejestracji powołanych przez [Koipe], zarówno uwzględnionych przez Izbę Odwoławczą, jak i przez nią odrzuconych”.

16 Przedstawiwszy powyższą uwagę wstępną, Sąd dokonał oceny pierwszego zarzutu odwołania, w którym Koipe stwierdziła, że w zaskarżonej decyzji OHIM nie uwzględnił okoliczności, że sporne znaki towarowe są na pierwszy rzut oka ogólnie podobne, przez co może powstać prawdopodobieństwo wprowadzenia uczestników rynku w błąd, ani też okoliczności, że towar objęty wnioskiem o rejestrację jest identyczny co towar, do którego oznaczania służy wcześniejszy znak towarowy.

17 W tym względzie w pkt 75–78 zaskarżonego wyroku Sąd Pierwszej Instancji stwierdził, że w zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza na poparcie swoich wniosków dotyczących niewielkiej zdolności odróżniającej elementów graficznych omawianych znaków towarowych ogranicza się do stwierdzenia, że na omawiane przedstawienie składa się

osoba siedząca w gaju oliwnym, co jest typowe w branży oliwy z oliwek. Jednak Sąd Pierwszej Instancji stwierdził, że Izba Odwoławcza nie podała żadnego wyjaśnienia dotyczącego powodów, dla których dokonała takiej oceny, i że poza spornymi znakami towarowymi nie przywołała ona żadnego znaku towarowego zawierającego podobny element graficzny.

- 18 W pkt 87 zaskarżonego wyroku Sąd Pierwszej Instancji stwierdził, że Izba Odwoławcza w zaskarżonej decyzji błędnie uznała, iż elementy graficzne omawianych znaków towarowych mają niewielką zdolność odróżniającą.
- 19 W pkt 88 i 89 zaskarżonego wyroku Sąd Pierwszej Instancji uznał, że Izba Odwoławcza niesłusznie stwierdziła, iż ze względu na niewielką zdolność odróżniającą elementów graficznych omawianych znaków towarowych w niniejszej sprawie naczelnego znaczenia nabiera porównanie ich elementów słownych.
- 20 W pkt 91 zaskarżonego wyroku Sąd stwierdził, że element graficzny pod względem powierzchniowym zajmuje znacznie ważniejszą pozycję niż element słowny.
- 21 W tym względzie w pkt 92 i 93 zaskarżonego wyroku Sąd podniósł w szczególności, podobnie zresztą jak „sam OHIM w innych postępowaniach w sprawie sprzeciwów”, że „element słowny »La Española« ma jedynie niewielką zdolność odróżniającą. Słowo to jest powszechnie używane w Hiszpanii i jest postrzegane jako opisujące pochodzenie geograficzne towarów”.

22 Co się tyczy podobieństwa znaków i prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, pkt 103 zaskarżonego wyroku stanowi:

„W ocenie Sądu wszystkie wspólne elementy obu spornych znaków towarowych wywołują bardzo podobne ogólne wrażenie, ponieważ znak towarowy La Española powiela z dużym stopniem szczegółowości istotę wizualnego przekazu znaku towarowego Carbonell: kobieta ubrana w tradycyjny strój siedząca w określony sposób w pobliżu gałęzi drzewa oliwnego, na tle gaju oliwnego. Całość obejmuje niemal identyczną kompozycję przestrzeni, kolorów, miejsc, w których napisane są nazwy, i sposobu, w jaki zostały napisane”.

23 W pkt 104 i 105 zaskarżonego wyroku Sąd uznał, że to podobne ogólne wrażenie wywołuje w sposób nieunikniony prawdopodobieństwo wprowadzenia konsumenta w błąd w związku ze spornymi znakami towarowymi i że tego prawdopodobieństwa nie zmniejsza występowanie różnych elementów słownych, ponieważ element słowny zgłoszonego znaku towarowego ma bardzo niewielką zdolność odróżniającą, odwołując się do pochodzenia geograficznego towaru.

24 Wreszcie, przypominawszy w pkt 107 zaskarżonego wyroku orzecznictwo wspólnotowe definiujące profil przeciętnego konsumenta jako właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, którego poziom uwagi może się jednak zmieniać w zależności od kategorii danych towarów lub usług, Sąd w pkt 108 i 109 tego wyroku stwierdził, że oliwa z oliwek jest w Hiszpanii towarem powszechnego spożycia i że w tych okolicznościach element graficzny spornych znaków towarowych uzyskuje większe znaczenie, zwiększając prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wiążące się z tymi dwoma znakami towarowymi.

25 W konsekwencji w pkt 112 zaskarżonego wyroku Sąd uznał, że Izba Odwoławcza błędnie stwierdziła, iż wykluczone jest wszelkie prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wiążące się ze spornymi znakami towarowymi. Zdaniem Sądu z całości jego rozważań wynika, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd rzeczywiście istnieje.

- 26 Zatem Sąd uwzględnił pierwszy zarzut odwołania oparty na art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94 oraz, uznając za zbędną ocenę zarzutu drugiego, na który w swoim odwołaniu powołała się Koipe, uwzględnił on ten zarzut, zmieniając zaskarżoną decyzję i stwierdzając, że sprzeciw wniesiony przez tę spółkę był uzasadniony.

Żądania stron

- 27 Wnosząca odwołanie wnosi do Trybunału o:

- uchylenie zaskarżonego wyroku w całości i, w konsekwencji,
- wydanie orzeczenia ostatecznego w sprawie, jeśli stan postępowania na to pozwala, lub
- skierowanie sprawy do ponownego rozpoznania przez Sąd, „żeby orzekł zgodnie z wiążącymi kryteriami określonymi przez Trybunał Sprawiedliwości”, i
- obciążenie Koipe, a także OHIM kosztami postępowania.

- 28 Koipe wnosi o oddalenie odwołania i o obciążenie wnoszącej odwołanie kosztami postępowania.

- 29 OHIM wnosi o oddalenie zarzutu pierwszego odwołania i pozostawia uznaniu Trybunału rozstrzygnięcie zarzutu drugiego.

W przedmiocie odwołania

- 30 Na poparcie odwołania Aceites del Sur podnosi dwa zarzuty. Zarzut pierwszy opiera się na naruszeniu art. 8 ust. 1 i 2 lit. a) ppkt (i) i (ii) rozporządzenia nr 40/94. Składający się z dwóch części zarzut drugi opiera się na naruszeniu art. 8 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.
- 31 Zarzut pierwszy i część pierwszą zarzutu drugiego należy rozpatrzyć łącznie, jako że wnosząca odwołanie rozwija w ich ramach w części podobną, a w części uzupełniającą argumentację.

W przedmiocie zarzutu pierwszego i części pierwszej zarzutu drugiego

Argumenty stron

- 32 W zarzucie pierwszym wnosząca odwołanie stwierdza, że Sąd Pierwszej Instancji naruszył prawo, uznając w pkt 48 zaskarżonego wyroku, że z uwagi na to, iż wszystkie elementy graficzne różnych rejestracji, na które powołuje się Koipe, są identyczne, to ustalenie, które spośród wskazanych rejestracji spełniają warunek polegający na objęciu swoim zakresem „znaków wcześniejszych” w rozumieniu tego przepisu w celu wykonywania prawa do wniesienia sprzeciwu „nie ma [...] znaczenia”.

33 Z tego względu Sąd co do zasady przyznał, wbrew brzmieniu art. 8 rozporządzenia nr 40/94 i zasadzie pierwszeństwa rejestracji dotyczącej postępowania w sprawie sprzeciwu, że późniejszy znak towarowy, którym w niniejszej sprawie jest zgłoszenie wspólnotowe, można przeciwstawić rejestracji znaku wcześniejszego, którym w niniejszej sprawie jest znak będący przedmiotem zgłoszenia, z jednego względu, a mianowicie, że element graficzny znaku późniejszego jest identyczny z elementem graficznym wcześniejszych znaków podmiotu wnoszącego sprzeciw. Przedmiotowe naruszenie popełnione przez Sąd miało poza tym istotne konsekwencje przy ocenie istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków towarowych, w szczególności w odniesieniu do określenia właściwego kręgu odbiorców i terytorium.

34 Koipe i OHIM twierdzą, że wnosząca odwołanie przywiązuje nieproporcjonalną wagę do treści pkt 47 i 48 zaskarżonego wyroku w zakresie, w jakim wbrew jej twierdzeniom Sąd nigdy nie uznał zgłoszenia wspólnotowego jako stanowiącego prawo wcześniejsze w celu wykonania prawa do wniesienia sprzeciwu i nie przyznał temu zgłoszeniu szczególnej wartości w ramach oceny istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków. W istocie we wskazanym wyroku Sąd Pierwszej Instancji na każdym etapie badał kwestię prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku omawianych znaków towarowych wyłącznie w odniesieniu do „terytorium Hiszpanii” i „rynku hiszpańskiego”.

35 W części pierwszej zarzutu drugiego wnosząca odwołanie twierdzi, że nie wykluczając wyraźnie zgłoszenia wspólnotowego z grupy znaków towarowych objętych sprzeciwem wniesionym przez Koipe, Sąd niesłusznie uwzględnił to zgłoszenie i w konsekwencji nieprawidłowo określił właściwy krąg odbiorców i terytorium, dokonując oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do odbiorców na terytorium wspólnotowym, nie zaś na terytorium Hiszpanii.

36 W tym względzie wnosząca odwołanie podkreśla, że wprawdzie Sąd w zaskarżonym wyroku odniósł się do „rynku hiszpańskiego” oliwy oliwek, to jednak nie uczynił tego w ramach oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, ale w innym kontekście i w bardziej określonym celu, a mianowicie w ramach oceny „zdolności odróżniającej elementów graficznych” spornych znaków, która stanowi tylko jeden spośród wielu czynników, tj. czynnik podobieństwa pomiędzy znakami podlegający ocenie w celu ustalenia istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.

- 37 Koipe i OHIM odpierają ten argument, twierdząc zasadniczo, że Sąd dokonał oceny zdolności odróżniającej elementów graficznych i słownych spornych znaków towarowych w konkretnym celu rozstrzygnięcia kwestii, czy w Hiszpanii istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w przypadku omawianych znaków. Koipe i OHIM dodają, że w ramach tej oceny Sąd słusznie i wyraźnie ograniczył badanie właściwego kręgu odbiorców i terytorium do tego państwa członkowskiego.

Ocena Trybunału

- 38 Należy przypomnieć, że 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 identyczności lub podobieństwa do wcześniejszego znaku towarowego, identyczności lub podobieństwa towarów lub usług istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd obejmuje również prawdopodobieństwo skojarzenia z wcześniejszym znakiem towarowym. Ponadto zgodnie z art. 8 ust. 2 lit. a) „wcześniejsze znaki towarowe” oznaczają wspólnotowe znaki towarowe, znaki towarowe zarejestrowane w państwie członkowskim lub znaki towarowe rejestrowane na mocy międzynarodowych uzgodnień, w odniesieniu do których data złożenia wniosku o rejestrację jest wcześniejsza od daty wniosku o rejestrację wspólnotowego znaku towarowego.
- 39 W niniejszej sprawie sprzeciw wniesiony przez Koipe wobec zgłoszenia znaku towarowego La Española opierał się na kilku rejestracjach krajowych i międzynarodowych oraz na zgłoszeniu wspólnotowym, w odniesieniu do którego data złożenia wniosku jest późniejsza od daty wniosku o rejestrację wniesionego przez Aceites del Sur.
- 40 Tymczasem z treści odpowiednich punktów zaskarżonego wyroku nie wynika, że Sąd wyraźnie wykluczył wskazane zgłoszenie wspólnotowe ze znaków towarowych, które należy uwzględnić w celu oceny zasadności sprzeciwu wniesionego przez Koipe.

41 W każdym razie, przyjąwszy nawet, że działając w ten sposób Sąd naruszył art. 8 ust. 1 i 2 rozporządzenia nr 40/94, to takie naruszenie nie wpływa na ważność zaskarżonego wyroku.

42 Po pierwsze bowiem należy stwierdzić, że w pkt 48 zaskarżonego wyroku Sąd przyznał słuszne prawo Koipe do wniesienia sprzeciwu względem zgłoszenia znaku towarowego La Española w oparciu o wszystkie rejestracje, na które powołała się ta spółka obejmujące kilka znaków towarowych, w odniesieniu do których data złożenia wniosku o rejestrację była rzeczywiście wcześniejsza niż data wniosku o zgłoszenie omawianego znaku towarowego. Zatem nie można twierdzić, że nie odrzucając wyraźnie zgłoszenia wspólnotowego w ramach oceny zasadności sprzeciwu wniesionego przez Koipe, Sąd uwzględnił to zgłoszenie i jak twierdzi wnosząca odwołanie ustalił w taki sposób zasadę, że na późniejszy znak wspólnotowy można powołać się w sprzeciwie w odniesieniu do wniosku o rejestrację znaku towarowego złożonego wcześniej.

43 Po drugie, należy podnieść, że domniemany błąd popełniony przez Sąd Pierwszej Instancji nie miał też decydującego wpływu na ustalenie właściwego kręgu odbiorców i terytorium w ramach badania istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków.

44 I tak z pkt 53, 63, 77–80, 92 i 111 zaskarżonego wyroku wyraźnie wynika, że Sąd dokonał oceny istnienia wskazanego prawdopodobieństwa, odnosząc się konkretnie i przez cały czas do „terytorium hiszpańskiego” i do „rynku hiszpańskiego”, nie stosując na żadnym etapie odniesienia do innego kręgu odbiorców lub terytorium, co przyznała sama wnosząca odwołanie w trakcie rozprawy.

45 W konsekwencji zarzut pierwszy i część pierwszą zarzutu drugiego powołanych na poparcie odwołania należy oddalić jako częściowo bezzasadne i częściowo nieistotne dla sprawy.

W przedmiocie części drugiej zarzutu drugiego

Argumenty stron

- 46 W ramach części drugiej zarzutu drugiego wnosząca odwołanie po pierwsze twierdzi, że, pomimo iż zgodnie z orzecznictwem wspólnotowym prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd należy oceniać całościowo, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności danego przypadku (zob. w szczególności wyroki: z dnia 11 listopada 1997 r. w sprawie C-251/95 SABEL, Rec. s. I-6191, pkt 22; a także z dnia 12 stycznia 2006 r. w sprawie C-361/04 P Ruiz-Picasso i in. przeciwko OHIM, Zb.Orz. s. I-643, pkt 18), Sąd Pierwszej Instancji nie uwzględnił dwóch niezwykle istotnych i mających znaczenie dla sprawy czynników, tj. po pierwsze wcześniejszego przez długi okres czasu współistnienia spornych znaków towarowych na hiszpańskim rynku oliwy z oliwek i po drugie powszechnej znajomości znaku towarowego na tym rynku. Podobnie Sąd odpowiednio nie ocenił elementu dotyczącego podobieństwa pomiędzy tymi znakami.
- 47 Po drugie, wnosząca odwołanie twierdzi, że nie stosując kryterium „całościowej oceny” i „całościowego wrażenia” w rozumieniu orzecznictwa wskazanego w punkcie powyżej, Sąd „zastosował metodę analityczną” i w ten sposób dokonał odrębnego, następującego po sobie badania elementów graficznych i słownych składających się na sporne znaki towarowe, błędnie przypisując decydujące znaczenie elementom graficznym i odmawiając wszelkiego znaczenia elementom słownym tych znaków.
- 48 Z tego względu, przypisując „decydujące” znaczenie elementom graficznym w porównaniu z innymi elementami składającymi się na znak towarowy La Española i odmawiając im wszelkiego znaczenia w ramach całościowego wrażenia wywieranego przez te znaki, Sąd przeinaczył fakty i dowody w niniejszej sprawie.
- 49 Po trzecie, Sąd nie dokonał prawidłowej oceny elementu „kręgu odbiorców”, która jest decydująca przy całościowej ocenie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków towarowych, ponieważ nadał przeciętnemu hiszpań-

skiemu konsumentowi oliwy z oliwek profil konsumenta nieuważnego i nierozważnego, nie zaś „konsumenta właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego” zgodnie z orzecznictwem wspólnotowym.

- 50 Natomiast Koipe podnosi, że Sąd zastosował kryterium całościowej oceny w sposób właściwy, ponieważ w zaskarżonym wyroku prawidłowo zbadał istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, uwzględniając wszystkie istotne okoliczności niniejszej sprawy, w tym także fakt braku pokojowego współistnienia spornych znaków na rynku hiszpańskim.
- 51 W istocie, zgodnie z orzecznictwem w tej kwestii, nie wszystkie elementy składające się na znak towarowy mają taką samą wartość lub znaczenie. W konsekwencji fakt, że Sąd Pierwszej Instancji postanowił potraktować element graficzny jako decydujący, wnioskując, iż istniało prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków towarowych przy jednoczesnym uwzględnieniu elementu słownego, nie narusza żadnego przepisu prawa wspólnotowego z dziedziny znaków towarowych, gdyż Sąd Pierwszej Instancji nie odbiegł od ustanowionych kryteriów dotyczących oceny tego prawdopodobieństwa.
- 52 Co się tyczy rozważań dotyczących zarzucanej niewłaściwej kwalifikacji hiszpańskiego konsumenta oliwy z oliwek dokonanej przez Sąd, Koipe podnosi, że są to twierdzenia czysto faktyczne, które na etapie odwołania są już niedopuszczalne.
- 53 Ze swojej strony OHIM po pierwsze twierdzi, że fakt, iż Sąd nie uwzględnił współistnienia oznaczeń na właściwym terytorium i powszechnej znajomości zgłoszonego znaku towarowego w Hiszpanii, nie miał decydującego wpływu na rozstrzygnięcie zastosowane przez ten sąd, co się tyczy oceny dotyczącej prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.

- 54 Następnie, w odniesieniu do metody, na której oparł się Sąd przy ocenie istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, OHIM podkreśla, że Sąd dokonał porównania spornych oznaczeń z wizualnego punktu widzenia, biorąc pod uwagę wyłącznie elementy graficzne, a nie uwzględniając wpływu elementów słownych na całościowe wrażenie wywierane przez te dwa znaki, uwzględniając jednocześnie słabą zdolność odróżniającą oznaczenia słownego „La Española”.
- 55 W każdym razie OHIM nie wypowiada się w przedmiocie zasadności takiej metody, pozostawiając rozstrzygnięcie tej kwestii uznaniu Trybunału, ograniczając się jedynie do wskazania dwóch możliwych rozstrzygnięć tego odwołania.
- 56 Z jednej strony taka ocena Sądu może zostać przyjęta tylko wówczas, gdyby Trybunał przyznał, iż z uwagi na brak znaczenia innych elementów składających się na sporne znaki towarowe sędzia pierwszej instancji jedynie na podstawie elementów graficznych znaków towarowych mógł zgodnie z prawem dokonać porównania oznaczeń przedstawiających omawiane znaki i gdyby, ze względu na ustalone pomiędzy tymi oznaczeniami podobieństwo, porównanie ich nazw z punktu widzenia słownego i koncepcyjnego nie było konieczne.
- 57 Po drugie, gdyby Trybunał miał dojść do wniosku, że rozumowanie przyjęte przez Sąd jest niewystarczające dla oparcia jego oceny rozpatrywanych oznaczeń lub że uzasadnienie, na którym Sąd ten się oparł, nie jest zgodne z prawem, należałoby uchylić zaskarżony wyrok ze względu na naruszenie art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/90 i sprawę należałoby przekazać do ponownego rozpatrzenia przez Sąd, tak żeby mógł on dokonać nowego porównania oznaczeń zgodnie z wykładnią Trybunału, tj. uwzględniając oznaczenia w aspekcie całościowym.
- 58 Wreszcie w odniesieniu do zarzutów dotyczących kwalifikacji hiszpańskiego konsumenta oliwy z oliwek OHIM uważa, podobnie jak wnosząca odwołanie, że krąg odbiorców wzięty pod uwagę przez Sąd w zaskarżonym wyroku stanowi profil bliższy niedbałemu, nie zaś dostatecznie uważnemu konsumentowi.

Ocena Trybunału

- 59 W odniesieniu do argumentów wnoszącej odwołanie dotyczących naruszeń Sądu w ramach oceny istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków, należy przypomnieć, że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Trybunału istnienie takiego prawdopodobieństwa należy oceniać całościowo, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności danego przypadku (zob. podobnie ww. wyrok w sprawie SABEL, pkt 22; wyrok z dnia 22 czerwca 1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Rec. s. I-3819, pkt 18; postanowienie z dnia 28 kwietnia 2004 r. w sprawie C-3/03 P Matratzen Concord przeciwko OHIM, Rec. s. I-3657, pkt 28; wyroki: z dnia 6 października 2005 r. w sprawie C-120/04 Medion, Zb.Orz. s. I-8551, pkt 27; z dnia 12 czerwca 2007 r. w sprawie C-334/05 P OHIM przeciwko Shaker, Zb.Orz. s. I-4529, pkt 34).
- 60 Z utrwalonego orzecznictwa wynika także, że całościowa ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd powinna, w zakresie dotyczącym wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego podobieństwa rozpatrywanych znaków towarowych, opierać się na wywieranym przez nie całościowym wrażeniu, z uwzględnieniem w szczególności ich elementów odróżniających i dominujących (zob. ww. wyrok w sprawie OHIM przeciwko Shaker, pkt 35 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 61 W szczególności Trybunał uznał, w ramach analizy istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd, że ocena podobieństwa dwóch znaków towarowych nie może ograniczyć się do zbadania tylko jednego z elementów tworzących dany złożony znak towarowy i porównania go z innym znakiem towarowym. Przeciwnie, porównania należy dokonać poprzez analizę danych znaków towarowych postrzeganych każdy jako całość (zob. podobnie ww. postanowienie w sprawie Matratzen Concord przeciwko OHIM, pkt 32; ww. wyroki: w sprawie Medion, pkt 29; w sprawie OHIM przeciwko Shaker, pkt 41).
- 62 W tym względzie Trybunał ponadto doprecyzował, że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem całościowe wrażenie wywarne w pamięci właściwego kręgu odbiorców przez złożony znak towarowy może w pewnych okolicznościach zostać zdominowane przez jeden lub kilka z jego elementów. Jednakże tylko wtedy gdy wszystkie pozostałe składniki znaku towarowego są bez znaczenia, ocena podobieństwa może zależeć

wyłącznie od składnika dominującego (ww. wyrok w sprawie OHIM przeciwko Shaker, pkt 41, 42; wyrok z dnia 20 września 2007 r. w sprawie C-193/06 P Nestlé przeciwko OHIM, pkt 42, 43 i przytoczone tam orzecznictwo).

⁶³ To więc w świetle tych zasad należy dokonać oceny drugiej części zarzutu drugiego powołanego przez Aceites del Sur na poparcie wniesionego przez nią odwołania.

⁶⁴ Przede wszystkim należy podnieść, że w zaskarżonym wyroku Sąd w pierwszej kolejności uznał w jego pkt 88–90, że ze względu na niewielką zdolność odróżniającą elementów graficznych spornych znaków towarowych Izba Odwoławcza błędnie przypisała naczelne znaczenie elementowi słownemu spornych znaków.

⁶⁵ Natomiast Sąd przypisał takie znaczenie elementowi graficznemu, potwierdzając wyraźnie, że element ten pod względem powierzchniowym zajmuje znacznie ważniejszą pozycję niż element słowny, przyznając tym samym temu ostatniemu pozycję drugorzędną w porównaniu do elementu graficznego. Z pkt 109 tego wyroku wynika, że wspomniany element graficzny w szczególnych okolicznościach sprzedaży omawianego towaru uzyskuje większe znaczenie.

⁶⁶ Sąd tym samym przypisał elementowi graficznemu spornych znaków towarowych charakter dominujący w porównaniu do innych elementów składających się na te znaki, w szczególności elementowi słownemu. Pozwoliło to Sądowi słusznie oprzeć ocenę podobieństwa oznaczeń na istnieniu prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd pomiędzy znakami towarowymi La Española i Carbonell, przyznając porównaniu wizualnemu charakter wiodący.

⁶⁷ Wbrew twierdzeniom wnoszącej odwołanie takie podejście nie wpłynęło na nieuwzględnienie przez Sąd znaczenia elementu słownego.

- 68 Tak więc w następstwie przeprowadzenia w pkt 100 zaskarżonego wyroku szczegółowej analizy porównawczej spornych znaków pod względem wizualnym, Sąd stwierdził w pkt 103 i 104 tego wyroku, że wszystkie wspólne elementy obu znaków towarowych wywołują bardzo podobne ogólne wrażenie, ponieważ znak towarowy La Española powiela z dużym stopniem szczegółowości istotę wizualnego przekazu znaku towarowego Carbonell, co nieuchronnie wywołuje u konsumenta prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd w przypadku tych znaków towarowych.
- 69 Wreszcie w pkt 105 i 111 zaskarżonego wyroku Sąd doprecyzował, że tego prawdopodobieństwa nie zmniejsza występowanie różnych elementów słownych, biorąc pod uwagę niewielką zdolność odróżniającą elementu słownego zgłoszonego znaku towarowego, który odwołuje się do pochodzenia geograficznego towaru.
- 70 Innymi słowy, uznając element graficzny tych znaków towarowych za dominujący w porównaniu do innych elementów, z których składają się te znaki, Sąd nie omieszczał wziąć pod uwagę elementu słownego. Wręcz przeciwnie, to dokładnie w ramach oceny tego elementu sędzia w pierwszej instancji przyznał temu elementowi rolę zasadniczo pozbawioną znaczenia, głównie z tego względu, że różnice pomiędzy oznaczeniami słownymi spornych znaków towarowych nie osłabiają wniosku, do którego Sąd ten doszedł w następstwie przeprowadzonej przez niego analizy porównawczej tych znaków na płaszczyźnie wizualnej.
- 71 Należy zatem stwierdzić, że wbrew twierdzeniom wnoszącej odwołanie w niniejszym przypadku Sąd w ramach badania istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków towarowych w sposób prawidłowy zastosował zasadę dotyczącą oceny całościowej, zgodnie z przypominaną w pkt 59–62 niniejszego wyroku definicją zawartą w orzecznictwie wspólnotowym.
- 72 W konsekwencji nie można twierdzić, co czyni wnosząca odwołanie, że Sąd, nie postępując zgodnie z powołanym orzecznictwem, przeinaczył fakty i dowody w niniejszej sprawie.

- 73 Ponadto w odniesieniu do argumentu wnoszącej odwołanie, mającego na celu podważenie dokonanej przez Sąd klasyfikacji hiszpańskiego konsumenta oliwy z oliwek, należy po pierwsze stwierdzić, że ocena dokonana przez ten Sąd w tym względzie jest zgodna z utrwalonym orzecnictwem Trybunału z tej dziedziny.
- 74 I tak zgodnie ze słusznym przypomnieniem Sądu z pkt 107 zaskarżonego wyroku, przy całościowej ocenie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd decydującą rolę odgrywa sposób postrzegania znaków towarowych przez przeciętnego konsumenta danej kategorii towarów lub usług (ww. wyroki: w sprawie SABEL, pkt 23; w sprawie Lloyd Schuhfabrik Meyer, pkt 25) i dla celów tej całościowej oceny przyjmuje się, że przeciętny konsument jest właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny, lecz że poziom jego uwagi może zmieniać się w zależności od kategorii danych towarów lub usług (ww. wyrok w sprawie Lloyd Schuhfabrik Meyer, pkt 26).
- 75 W świetle tych zasad Sąd w pkt 108 i 109 zaskarżonego wyroku w szczególności stwierdził, że oliwa z oliwek jest w Hiszpanii towarem powszechnego spożycia nabywanym najczęściej w sklepach wielkopowierzchniowych lub w miejscach, gdzie towary z różnymi znakami towarowymi są wyłożone na półkach, i że konsument kieruje się przede wszystkim wizualnym wrażeniem poszukiwanego znaku towarowego.
- 76 Dlatego więc Sąd mógł słuszenie uznać, co uczynił w pkt 109 i 110 zaskarżonego wyroku, że w tych okolicznościach to element graficzny spornych znaków towarowych uzyskuje większe znaczenie, zwiększając prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd wiążące się z omawianymi znakami towarowymi i że oznaczenia je oznaczające są trudniejsze do odróżnienia, ponieważ, co Trybunał miał ponadto okazję doprecyzować (zob. podobnie ww. wyroki: w sprawie OHIM przeciwko Shaker, pkt 35; w sprawie Nestlé przeciwko OHIM, pkt 34 i przytoczone orzecznictwo) przeciętny konsument postrzega znak towarowy jako całość, nie dokonując analizy poszczególnych jego elementów.
- 77 Po drugie, w odniesieniu do argumentu wnoszącej odwołanie dotyczącego twierdzeń Sądu w sprawie poziomu uwagi takiego konsumenta, należy podnieść, że obejmuje ona wyłącznie elementy natury faktycznej.

- 78 W tym względzie należy przypomnieć, że Sąd jest jako jedyny właściwy, po pierwsze, w zakresie ustalenia okoliczności stanu faktycznego, o ile merytoryczne błędy w tych ustaleniach nie wynikają ze znajdujących się w aktach przedstawionych mu dokumentów, i po drugie, w zakresie oceny tych okoliczności. Ocena okoliczności stanu faktycznego nie stanowi zatem — z wyjątkiem przypadków ich wypaczenia — kwestii prawnej podlegającej jako taka kontroli Trybunału w postępowaniu odwoławczym (zob. wyroki: z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawach połączonych C-456/01 P i C-457/01 P Henkel przeciwko OHIM, Rec. s. I-5089, pkt 41, 56; a także z dnia 25 października 2007 r. w sprawie C-238/06 P Develey przeciwko OHIM, Zb.Orz. s. I-9375, pkt 97).
- 79 Tymczasem w niniejszym przypadku nie udowodniono ani nawet nie zarzucano żadnego wypaczenia faktów, argument ten należy uznać za w oczywisty sposób niedopuszczalny.
- 80 Wreszcie, co się tyczy twierdzeń wnoszącej odwołanie, zgodnie z którymi Sąd nie dokonał należytej oceny elementu dotyczącego podobieństwa pomiędzy spornymi znakami towarowymi poprzez nieuwzględnienie w zaskarżonym wyroku wcześniejszego przez długi okres czasu współistnienia spornych znaków towarowych na hiszpańskim rynku oliwy z oliwek i powszechnej znajomości znaku towarowego na tym rynku, należy stwierdzić, że powyższe argumenty nie zostają uwzględnione.
- 81 W tym względzie, wprawdzie Sąd rzeczywiście nie zbadał znaczenia tych dwóch elementów, to, jak podniósł też rzecznik generalny w pkt 31 swojej opinii, taka okoliczność w niniejszej sprawie nie miała decydującego wpływu na rozstrzygnięcie, jakie Sąd zastosował w odniesieniu do oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd.
- 82 Po pierwsze bowiem, o ile nie można wykluczyć, że współistnienie na określonym rynku dwóch znaków towarowych, może przyczynić się, wraz z innymi elementami, do ewentualnego zmniejszenia prawdopodobieństwa wprowadzenia właściwych odbiorców w błąd w przypadku tych znaków towarowych, o tyle wymagane jest by spełnione zostały jeszcze inne warunki. I tak, co sugeruje rzecznik generalny w pkt 28 i 29 swojej opinii, brak prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd można w szczególności wywieść z „pokojowego” współistnienia na rozpatrywanym rynku kolidujących ze sobą znaków towarowych.

83 Jednakże z akt sprawy wynika, że w niniejszym przypadku współistnienie znaków La Española i Carbonell nie było w żadnym razie „pokojowe”, a kwestia podobieństwa tych znaków towarowych dzieliła te dwie spółki od wielu lat przed sądami krajowymi.

84 Po drugie, w odniesieniu do argumentu opartego na powszechnej znajomości znaku towarowego na wstępie należy doprecyzować, co stanowi renomę wcześniejszego znaku towarowego, czyli w niniejszym przypadku znaku Carbonell, którą to renomę należy uwzględnić w celu oceny, czy podobieństwo pomiędzy towarami oznaczanymi przez dwa omawiane znaki jest wystarczające, ażeby stwierdzić prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd (zob. podobnie wyrok z dnia 29 września 1998 r. w sprawie C-39/97 Canon, Rec. s. I-5507, pkt 24). Zatem w niniejszej sprawie wnosząca odwołanie w celu potwierdzenia braku prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku spornych znaków towarowych nie może przeciwstawiać powszechnej znajomości znaku towarowego La Española na hiszpańskim rynku oliwy z oliwek, co zresztą bez powodzenia zrobiła w pierwszej instancji, podczas gdy ustalone zostało, że ten znak towarowy jest późniejszy od znaku towarowego Carbonell. Ponadto w odniesieniu do renomy tego ostatniego znaku towarowego wnosząca odwołanie nie wyjaśnia, w jaki sposób Sąd, o ile w ogóle rozważał ten element, mógł przypisać większy charakter odróżniający dla znaku towarowego La Española, tym samym wykluczając istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w przypadku tych znaków towarowych.

85 W tych okolicznościach należy oddalić powyższe argumenty jako nieistotne dla sprawy.

86 Z całości powyższych rozważań wynika, że żaden z dwóch zarzutów podniesionych przez Aceites del Sur w odwołaniu nie może zostać uwzględniony, w związku z czym odwołanie należy oddalić.

W przedmiocie końcowych rozważań OHIM dotyczących niektórych zarzutów niedopuszczalności podniesionych w pierwszej instancji

87 W swoich uwagach pisemnych, poza odpowiedzią na zarzuty odwołania, OHIM przedstawia rozważania dotyczące niektórych zarzutów niedopuszczalności odrzuconych przez Sąd i zwraca się do Trybunału o przedstawienie stanowiska w tym względzie, mając na uwadze fakt, że jego odpowiedź będzie miała wpływ na obronę tego urzędu w różnych sprawach będących w toku przed Trybunałem.

88 W szczególności OHIM twierdzi, że Sąd naruszył art. 63 ust. 3 rozporządzenia nr 40/94, ponieważ przepis ten nie pozwala Sądowi na wydanie wyroku rozstrzygającego niezgodnie z rozstrzygnięciem zastosowanym w zaskarżonej decyzji izby odwoławczej, tak jak to zrobił w zaskarżonym wyroku.

89 Ponadto, zdaniem OHIM, Sąd powinien uznać za niedopuszczalne dowody przedstawione w pierwszej instancji, ponieważ zgodnie z art. 74 rozporządzenia nr 40/94 powinny one być przedstawione przed Izbą Odwoławczą.

90 W okolicznościach niniejszej sprawy celem zakwestionowania wniosku, do którego doszedł Sąd, OHIM powinien był albo wnieść odwołanie od zaskarżonego wyroku albo odwołanie wzajemne w zakresie, w jakim określone argumenty nie zostały podniesione w ramach odwołania.

91 Wprawdzie OHIM nie wniósł odwołania od zaskarżonego wyroku, należy jednak zbadać, czy zarzuty OHIM mogą stanowić odwołanie wzajemne.

- 92 W tym względzie należy przypomnieć, że zakwalifikowanie argumentu jako odwołania wzajemnego wymaga, zgodnie z art. 117 § 2 regulaminu, by strona, która się nań powołuje, żądała uchylenia w całości lub w części zaskarżonego wyroku na podstawie zarzutów, które nie zostały podniesione w odwołaniu. Aby ustalić, czy sytuacja ta ma miejsce w rozpoznawanej sprawie, należy przeanalizować brzmienie, cel oraz kontekst odpowiednich fragmentów odpowiedzi OHIM na odwołanie (wyrok z dnia 10 lipca 2008 r. w sprawie C-413/06 P Bertelsmann i Sony Corporation of America przeciwko Impala, Zb.Orz. s. I-4951, pkt 186).
- 93 Tymczasem w niniejszej sprawie nie budzi wątpliwości, po pierwsze, że OHIM w swojej odpowiedzi nie używa w żadnym momencie wyrażenia „odwołanie wzajemne”, przedstawiając swoje argumenty raczej jako rozważania końcowe mające na celu otrzymanie od Trybunału wyjaśnień co do wykładni przepisów rozporządzenia nr 40/94. Po drugie, OHIM nie wniósł do Trybunału o uchylenie zaskarżonego wyroku.
- 94 W tych okolicznościach należy podsumować, że wspomniane rozważania nie stanowią odwołania wzajemnego i nie ma potrzeby, żeby Trybunał orzekał w tym względzie.

W przedmiocie kosztów

- 95 Zgodnie z art. 69 § 2 regulaminu, mającym zastosowanie do postępowania odwoławczego na podstawie art. 118 regulaminu, kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ Koipe wniosła o obciążenie wnoszącej odwołanie kosztami postępowania, a ta przegrała sprawę, należy obciążyć ją kosztami postępowania poniesionymi przez Koipe. Ponieważ OHIM nie wniósł o obciążenie wnoszącej odwołanie kosztami postępowania, należy orzec, że ponosi on swoje własne koszty.

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

- 1) Odwołanie zostaje oddalone.**
- 2) Aceites del Sur-Coosur SA zostaje obciążona, poza kosztami własnymi, także kosztami poniesionymi przez Koipe Corporación SL.**
- 3) Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) ponosi własne koszty.**

Podpisy