

WYROK SĄDU PIERWSZEJ INSTANCJI (druga izba)

z dnia 19 listopada 2009 r.(\*)

Wspólnotowy znak towarowy – Zgłoszenia słownych wspólnotowych znaków towarowych 350, 250 i 150 – Bezwzględna podstawa odmowy rejestracji – Charakter opisowy – Artykuł 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia (WE) nr 40/94 [obecnie 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia (WE) nr 207/2009]

W sprawach połączonych od T-64/07 do T-66/07

**Agencja Wydawnicza Technopol sp. z o.o.**, z siedzibą w Częstochowie (Polska),  
reprezentowana przez radcę prawnego D. Rzążewską,

strona skarżąca,

przeciwko

**Urzędowi Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM)**, reprezentowanemu początkowo przez O. Montalta, a następnie przez O. Montalta i K. Zajfert, działających w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

mających za przedmiot trzy skargi na decyzje Czwartej Izby Odwoławczej OHIM z dnia 21 grudnia 2006 r. (sprawy R 1033/2006-4, R 1034/2006-4 i R 1035/2006-4) dotyczące rejestracji słownych znaków towarowych 350, 250 i 150 jako wspólnotowych znaków towarowych,

SĄD PIERWSZEJ INSTANCJI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH

(druga izba),

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

sekretarz: K. Pocheć, administrator,

po zapoznaniu się ze skargami złożonymi w sekretariacie Sądu w dniu 2 marca 2007 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedziami na skargi złożonymi w sekretariacie Sądu w dniu 11 czerwca 2007 r.,

uwzględniając postanowienie z dnia 25 kwietnia 2007 r. w przedmiocie połączenia spraw od T-64/07 do T-66/07 do łącznego rozpoznania w procedurze pisemnej i ustnej,

uwzględniając postanowienie z dnia 29 kwietnia 2009 r. w przedmiocie połączenia spraw od T-64/07 do T-66/07 do celów wydania wyroku,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 26 listopada 2008 r.,

wydaje następujący

## **Wyrok**

### **Okoliczności powstania sporu**

1 W dniu 21 października 2005 r. skarżąca, Agencja Wydawnicza Technopol sp. z o.o., dokonała w Urzędzie Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) zgłoszenia trzech wspólnotowych znaków towarowych 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), ze zmianami [zastąpionego rozporządzeniem Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego (Dz.U. L 78, s. 1)].

2 Znakami towarowymi, które zgłoszono do rejestracji, są oznaczenia słowne 350, 250 i 150.

3 Towary, dla których dokonano zgłoszenia, należą do klasy 16 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają następującemu opisowi: „czasopisma, książki i broszury szaradziarskie”.

4 Trzema pismami z dnia 15 marca 2006 r. ekspert zawiadomił skarżącą, że zgłoszone oznaczenia podlegają odmowie rejestracji dla wszystkich towarów wskazanych w zgłoszeniu na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94 [obecnie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 207/2009]. W odpowiedziach z dnia 15 maja 2006 r. skarżąca podtrzymała swoje stanowisko.

5 W dniu 31 maja 2006 r. zgłoszenia zostały odrzucone przez eksperta na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 40/94 z uzasadnieniem, że oznaczenia 350, 250 i 150 stanowią opisowe wskazania kolejnych numerów wydania oznaczonych towarów lub ich zawartości i że jako liczby okrągłe pełnią funkcję reklamową.

6 W dniu 27 lipca 2006 r. skarżąca wniosła trzy odwołania od decyzji eksperta. Na mocy trzech decyzji z dnia 21 grudnia 2006 r. (zwanymi dalej „zaskarżonymi decyzjami”) Czwarta Izba Odwoławcza oddaliła wniesione odwołania, potwierdzając analizę przeprowadzoną przez eksperta.

7 W głównych zarysach Izba Odwoławcza uznała, po pierwsze, że oznaczenia 350, 250 i 150 wskazywały – faktycznie lub potencjalnie – numer wydania lub ilość informacji czy innych elementów zawartych w czasopismach, książkach i broszurach szaradziarskich, w przypadku gdy publikacje te obejmują określoną liczbę utworów w formie kompilacji (pkt 20–23 zaskarżonych decyzji). Po drugie, Izba Odwoławcza dodała, że fakt powołania się na art. 12 rozporządzenia nr 40/94 (obecnie art. 12 rozporządzenia nr 207/2009) nie pozwala na osłabienie przesłanek rejestracji wspólnotowych znaków towarowych oraz że przywoływana przez skarżącą praktyka OHIM dotyczyła spraw, które nie są porównywalne z niniejszą sprawą (pkt 24 i 25 zaskarżonych decyzji). Po trzecie, Izba Odwoławcza uznała, że zgłoszone znaki towarowe nie mają charakteru odróżniającego, ponieważ z jednej strony ze względu na swój opisowy charakter nie umożliwiają konsumentom ustalenia pochodzenia handlowego oznaczonych towarów (pkt 26 i 27 zaskarżonych decyzji), a z drugiej strony – jako że mamy tutaj do czynienia z okrągłymi liczbami – będą postrzegane one przez konsumentów jako wypowiedź reklamowa zachwalająca ciągłość sukcesu wydawcy (pkt 28 i 29 zaskarżonych decyzji).

### **Żądania stron**

8 Skarżąca wnosi do Sądu o:

- stwierdzenie nieważności zaskarżonych decyzji w całości;
- obciążenie OHIM kosztami postępowania.

9 OHIM wnosi do Sądu o:

- oddalenie skarg;
- obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

### **Co do prawa**

10 Skarżąca formułuje uwagi wstępne dotyczące zdolności rejestracyjnej liczb i na poparcie skarg podnosi dwa zarzuty. Zarzut pierwszy dotyczy naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, natomiast zarzut drugi dotyczy naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.

#### *Uwagi wstępne*

#### Argumenty stron

11 Skarżąca podnosi, że art. 4 rozporządzenia nr 40/94 (obecnie art. 4 rozporządzenia nr 207/2009) zawiera ogólną zasadę, zgodnie z którą liczby mogą być rejestrowane jako znaki towarowe, i że nie istnieje żaden uzasadniony powód, by odmówić im zdolności odróżniania na rynku towarów lub usług poszczególnych konkurentów.

12 OHIM zgadza się, że taka zasada istnieje, jednak uważa, że odnosi się ona tylko do abstrakcyjnej zdolności liczb do odróżniania towarów i usług na rynku. Ta abstrakcyjna zdolność jest konieczną, ale niewystarczającą przesłanką rejestracji, jednak sama w sobie nie jest wystarczająca, ponieważ oznaczenia muszą jednocześnie spełniać wymogi przewidziane w art. 7 rozporządzenia nr 40/94.

#### Ocena Sądu

13 Z art. 4 rozporządzenia nr 40/94 wyraźnie wynika, że liczby mogą być rejestrowane jako wspólnotowe znaki towarowe.

14 Niemniej jednak oznaczenie, aby mogło zostać zarejestrowane, musi spełniać przesłanki ustanowione w art. 7 rozporządzenia nr 40/94, który stoi na przeszkodzie rejestracji oznaczeń niezdolnych do pełnienia funkcji wskazywania konsumentom pochodzenia oznaczonych towarów i usług [wyrok Sądu z dnia 9 lipca 2008 r. w sprawie T-302/06 Hartmann przeciwko OHIM (E), niepublikowany w Zbiorze, pkt 29, 30]. W rezultacie liczba może zostać zarejestrowana jako wspólnotowy znak towarowy tylko wtedy, gdy ma charakter odróżniający względem towarów lub usług wskazanych w zgłoszeniu i gdy nie stanowi ich zwykłego opisu.

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

15 Skarżąca podnosi, że OHIM błędnie stwierdził, iż oznaczenia 350, 250 i 150, bez żadnego dodatkowego określenia, stanowią opis ilości informacji zawartych w czasopismach, książkach i broszurach szaradziarskich, należących do klasy 16. Argumenty skarżącej sprowadzają się zasadniczo do tego, że z punktu widzenia konsumenta nie można ustalić żadnego bezpośredniego i konkretnego związku między tymi towarami a oznaczeniami 350, 250 i 150, ponieważ na podstawie tych liczb nie można określić konkretnych cech powyższych towarów. W konsekwencji rozpatrywane oznaczenia nie mają charakteru rodzajowego ani informacyjnego.

16 Skarżąca twierdzi również, że zgłoszone do rejestracji oznaczenia nie stanowią aluzji, ponieważ konsumenci, widząc jedynie numery 350, 250 i 150, nie są w stanie wywieść z nich żadnych informacji na temat cech wchodzących w grę towarów.

17 Skarżąca utrzymuje, że przyjęcie rozwiązania polegającego na odmowie dokonania rejestracji zgłoszonych znaków towarowych prowadziłoby do unieważnienia rejestracji niektórych znaków oznaczających towary należące do klasy 16, takich jak Casa Decor, Country Garden czy House & Garden.

18 Skarżąca powołuje się na „dotychczasową powszechną praktykę OHIM”, która w jej przekonaniu potwierdza możliwość dokonywania rejestracji różnych oznaczeń złożonych z liczb jako znaków towarowych przeznaczonych do określania towarów należących do klasy 16, i twierdzi, że odmowa dokonania rejestracji zgłoszonych znaków towarowych stanowiłaby naruszenie zasady niedyskryminacji.

19 Skarżąca sprecyzowała na rozprawie, że towary wskazane w zgłoszeniach do rejestracji stanowią czasopisma wszelkiego rodzaju, książki i broszury szaradziarskie, co jej zdaniem wynika z faktu oddzielenia słowa „czasopisma” średnikiem.

20 OHIM nie zgadza się z argumentacją skarżącej.

#### Ocena Sądu

21 Artykuł 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 zakazuje dokonywania rejestracji znaków towarowych, „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”. Te oznaczenia opisowe uznawane są za niezdolne do pełnienia podstawowej funkcji znaku towarowego, polegającej na wskazywaniu pochodzenia towarów lub usług [wyrok Trybunału z dnia 23 października 2003 r. w sprawie C-191/01 P OHIM przeciwko Wrigley, Rec. s. I-12447, pkt 30; wyrok Sądu z dnia 2 kwietnia 2008 r. w sprawie T-181/07 Eurocopter przeciwko OHIM (STEADYCONTROL), niepublikowany w Zbiorze, pkt 35].

22 Z tej perspektywy oznaczeniami i wskazówkami, o których mowa w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94, są takie, które w normalnym z punktu widzenia docelowego kręgu odbiorców użyciu mogą służyć – bezpośrednio albo przez nawiązanie do jednej z ich podstawowych cech – do określania towaru lub usługi objętych zgłoszeniem [wyroki Sądu: z dnia 22 czerwca 2005 r. w sprawie T-19/04 Metso Paper Automation przeciwko OHIM (PAPERLAB), Zb.Orz. s. II-2383, pkt 24; z dnia 14 czerwca 2007 r. w sprawie T-207/06 Europig przeciwko OHIM (EUROPIG), Zb.Orz. s. II-1961, pkt 26; z dnia 21 maja 2008 r. w sprawie T-329/06 Enercon przeciwko OHIM (E), niepublikowany w Zbiorze, pkt 21].

23 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem oznaczenie ma charakter opisowy, jeżeli wykazuje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z wchodzącymi w grę towarami lub usługami, który może pozwolić docelowemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec w nim opis tych towarów lub usług lub jednej z ich podstawowych cech (ww. wyroki: w sprawie EUROPIG, pkt 27; w sprawie STEADYCONTROL, pkt 36).

24 Należy również przypomnieć, że ocena opisowego charakteru oznaczenia winna być dokonywana wyłącznie, po pierwsze, z uwzględnieniem sposobu postrzegania go przez docelowy krąg odbiorców i po drugie, w odniesieniu do wchodzących w grę towarów lub usług (ww. wyroki: w sprawie STEADYCONTROL, pkt 38; w sprawie E, pkt 23).

25 W niniejszej sprawie towarami, których dotyczy zgłoszenie, są czasopisma, książki i broszury szaradziarskie, które – jak zostało stwierdzone przez Izbę Odwoławczą w pkt 18 zaskarżonych decyzji i czego skarżąca nie zakwestionowała – są skierowane do czytelników

wspomnianych towarów, niezależnie od ich wieku, płci i poziomu wykształcenia, a zatem do ogółu odbiorców. Jak zwróciła uwagę Izba Odwoławcza w pkt 19 zaskarżonych decyzji, liczby 350, 250 i 150 istnieją we wszystkich językach Wspólnoty i z tego względu są zrozumiałe dla wszystkich konsumentów we Wspólnocie Europejskiej. Właściwy krąg odbiorców składa się zatem z przeciętnych konsumentów wchodzących w grę towarów w całej Wspólnocie.

26 Należy w rezultacie ustalić, czy przeciętny konsument, właściwie poinformowany oraz dostatecznie uważny i rozsądny, będzie postrzegał liczby 350, 250 i 150, bez żadnego dodatkowego elementu, jako opis jednej z cech towarów objętych zgłoszeniami.

27 W tym zakresie należy wskazać, że z pkt 20–22 zaskarżonych decyzji wynika, iż z punktu widzenia docelowego kręgu odbiorców między oznaczeniami 350, 250 i 150 a niektórymi cechami wchodzących w grę towarów istnieje bezpośredni i konkretny związek. Oznaczenia te odnoszą się bowiem do określonej ilości i będą natychmiast i bez głębszego zastanowienia postrzegane przez docelowy krąg odbiorców jako opis cech wchodzących w grę towarów, w szczególności liczby zamieszczonych w nich utworów lub szarad – cech, które mogą być brane przez konsumenta pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o zakupie. Wniosku tego nie podważa okoliczność, że zgłoszone znaki towarowe składają się wyłącznie z liczb, ponieważ – na co wskazywał OHIM – docelowy krąg odbiorców może łatwo ustalić brakujący element w drodze nasuwającego się natychmiast skojarzenia między liczbami a wspomnianymi cechami wchodzącymi w grę towarów.

28 Jak również podkreślał OHIM, istnienie opisowego związku między zgłoszonymi znakami towarowymi a towarami objętymi zgłoszeniami wydaje się jeszcze bardziej niepodważalne, jeśli wziąć pod uwagę sposób, w jaki liczby są używane na rynku publikacji, gdzie są one często umieszczane na kartach tytułowych czasopism w celu opisanie ich cech. Okoliczność ta wzmacnia istniejący z punktu widzenia przeciętnego konsumenta opisowy związek między wchodzącymi w grę towarami a liczbami 350, 250 i 150.

29 Wbrew twierdzeniom skarżącej okoliczność, że liczby 350, 250 i 150 mogą odnosić się do którejkolwiek cechy wchodzących w grę towarów, nie stoi na przeszkodzie stwierdzeniu ich opisowego charakteru względem towarów objętych zgłoszeniami. Wysuwając taki argument, skarżąca w istocie przyznaje pośrednio, że jedną z tych cech może być liczba utworów lub szarad zamieszczonych w towarach objętych zgłoszeniami [wyrok Sądu z dnia 10 października 2006 r. w sprawie T-302/03 PTV przeciwko OHIM (map&guide), Zb.Orz. s. II-4039, pkt 49].

30 Ponadto fakt istnienia różnych znaczeń liczb 350, 250 i 150, w wyniku czego możliwe jest ustalenie więcej niż jednego związku między zgłoszonymi znakami towarowymi a towarami objętymi zgłoszeniami, nie jest rozstrzygający. Wbrew temu, co utrzymuje

skarżąca, nie jest konieczne, by nabywca kojarzył zgłoszone znaki towarowe wyłącznie z książką, broszurą szaradziarską czy jakimkolwiek czasopismem. Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem wystarczy bowiem, aby dane oznaczenie choć w jednym ze swych możliwych znaczeń określało cechę towarów lub usług objętych zgłoszeniem [wyrok Trybunału z dnia 12 lutego 2004 r. w sprawie C-265/00 Campina Melkunie, Rec. s. I-1699, pkt 38; wyrok Sądu z dnia 7 czerwca 2005 r. w sprawie T-316/03 Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft przeciwko OHIM (MunichFinancialServices), Zb.Orz. s. II-1951, pkt 33].

31 Zważywszy na powyższe argumenty, należy stwierdzić, jak to uczyniła już Izba Odwoławcza w zaskarżonych decyzjach, że oznaczenia 350, 250 i 150 odnoszą się do niektórych cech towarów objętych zgłoszeniami, a mianowicie do liczby zamieszczonych w nich utworów i szarad, które z punktu widzenia przeciętnego konsumenta odgrywają istotną rolę przy podejmowaniu decyzji o zakupie. Wszystkie te okoliczności wskazują zatem na opisowy charakter tych oznaczeń.

32 Wniosku tego nie podważa fakt, że objętymi zgłoszeniami czasopismami mogą być wszelkiego rodzaju czasopisma, co na rozprawie podkreślała skarżąca. Jako wskazówki dotyczące ilości zgłoszone znaki towarowe stanowią opis zawartości wszelkiego rodzaju czasopism, niezależnie od tego, czy są to czasopisma dotyczące gier, przepisów kulinarnych czy fotografii.

33 Ponieważ opisowy charakter liczb 350, 250 i 150 w stosunku do towarów objętych zgłoszeniami został dowiedziony, należy zbadać, czy zgłoszone znaki towarowe składają się wyłącznie z oznaczeń opisowych i czy nie zawierają innych elementów mogących stanąć na przeszkodzie ustaleniu ich charakteru opisowego. Mogłoby tak być w przypadku szczególnego sposobu ich przedstawienia lub rozmieszczenia, który odróżniałby tak uzyskaną całość od przyjętych form opisu danych towarów lub usług albo ich podstawowych cech (wyrok Trybunału z dnia 20 września 2001 r. w sprawie C-383/99 P Procter & Gamble przeciwko OHIM, Rec. s. I-6251, pkt 39; ww. wyrok w sprawie EUROPIG, pkt 41). W niniejszej sprawie przedstawienie oznaczeń słownych 350, 250 i 150 nie zawiera żadnego elementu, który odróżniałby je od przyjętego sposobu wskazywania na ilość i byłby w stanie pozbawić je ich charakteru opisowego względem towarów objętych zgłoszeniami wspólnotowego znaku towarowego. W rezultacie Izba Odwoławcza prawidłowo ustaliła opisowy charakter wspomnianych oznaczeń.

34 Wniosku tego nie podważają również pozostałe argumenty wysunięte przez skarżącą. Po pierwsze, argument dotyczący faktu, że odmowa rejestracji zgłoszonych znaków prowadziłaby do unieważnienia niektórych wspólnotowych znaków towarowych, należy oddalić jako bezzasadny. W istocie art. 51 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 40/94 [obecnie art. 52 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 207/2009] i art. 7 ust. 1 lit. c) wspomnianego rozporządzenia mogą stanowić podstawę unieważnienia tylko wówczas, gdy związek między

oznaczeniem a towarami i usługami objętymi zgłoszeniem jest bezpośredni i konkretny (zob. pkt 23 powyżej) (ww. wyrok w sprawie map&guide, pkt 50).

35 Po drugie, jako bezzasadny należy także oddalić argument, zgodnie z którym, zważywszy na dotychczasową praktykę decyzyjną OHIM, Izba Odwoławcza naruszyła zasadę niedyskryminacji. Zgodność z prawem decyzji izb odwoławczych winna być bowiem oceniana wyłącznie na podstawie rozporządzenia nr 40/94, a nie na podstawie ich wcześniejszej praktyki decyzyjnej [wyroki Sądu: z dnia 21 kwietnia 2004 r. w sprawie T-127/02 Concept przeciwko OHIM (ECA), Rec. s. II-1113, pkt 71; z dnia 19 maja 2009 r. w sprawach połączonych T-211/06, T-213/06, T-245/06, T-155/07 i T-178/07 Euro-Information przeciwko OHIM (CYBERCREDIT, CYBERGESTION, CYBERGUICHET, CYBERBOURSE i CYBERHOME), niepublikowany w Zbiorze, pkt 44]. Ponadto w zakresie, w jakim argument ten należałoby rozumieć jako odnoszący się do naruszenia zasady równego traktowania, z utrwalonego orzecznictwa wynika, że wspomnianą zasadę można stosować wyłącznie przy jednoczesnym poszanowaniu zasady legalności, zgodnie z którą nikt nie może powoływać się z korzyścią dla siebie na niezgodne z prawem działanie na rzecz innej osoby [wyroki Sądu: z dnia 27 lutego 2002 r. w sprawie T-106/00 Streamserve przeciwko OHIM (STREAMSERVE), Rec. s. II-723, pkt 67; z dnia 30 listopada 2006 r. w sprawie T-43/05 Camper przeciwko OHIM – JC (BROTHERS by CAMPER), niepublikowany w Zbiorze, pkt 93–95].

36 Z powyższego wynika, że zarzut pierwszy należy oddalić.

37 Co się tyczy zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94, należy przypomnieć, że z art. 7 ust. 1 tego rozporządzenia wynika, iż do odmowy rejestracji oznaczenia w charakterze wspólnotowego znaku towarowego wystarczy, aby znalazła zastosowanie jedna z wymienionych w nim bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji [wyrok Sądu z dnia 8 września 2005 r. w sprawach połączonych T-178/03 i T-179/03 CeWe Color przeciwko OHIM (DigiFilm i DigiFilmMaker), Zb.Orz. s. II-3105, pkt 42; ww. wyrok w sprawie E, pkt 41].

38 Ponieważ Sąd oddalił zarzut dotyczący naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 40/94 jako bezzasadny, niniejsze skargi winny zostać oddalone w całości, bez potrzeby rozstrzygnięcia w przedmiocie zarzutu dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 40/94.

**W przedmiocie kosztów**

39 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) **Skargi zostają oddalone.**
  
- 2) **Agencja Wydawnicza Technopol sp. z o.o. zostaje obciążona kosztami postępowania.**

Pelikánová

Jürimäe

Soldevila Fragoso

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 19 listopada 2009 r.

Podpisy

\* Język postępowania: polski.