Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (първи състав)

11 декември 2024 година*

„Марка на Европейския съюз — Заявка за фигуративна марка на Европейския съюз „Glashütte ORIGINAL“ — Абсолютно основание за отказ — Липса на отличителен характер — Член 7, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) 2017/1001“

По дело T-1163/23,

Glashütter Uhrenbetrieb GmbH — Glashütte/Sa., установено в Гласхюте (Германия), представлявано от D. von Schultz, адвокат,

жалбоподател,

срещу

Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), за която се явява V. Ruzek, в качеството на представител,

ответник,

Общият съд (първи състав),

състоящ се от: I. Gâlea (докладчик), изпълняващ функцията на председател, T. Tóth и S. L. Kalėda, съдии,

секретар: R. Ūkelytė, администратор,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 17 септември 2024 г.,

постанови настоящото

Решение[1]

[…]

* Език на производството: френски.

[1] Възпроизведени са само точките от настоящото решение, чието публикуване Общият съд счита за уместно.

От правна страна

[…]

По втората част от единственото основание, свързана с разпростирането на известността на град Гласхюте в областта на традиционното часовникарство по отношение на спорните виртуални стоки и услуги

[…]

37 Съгласно съдебната практика, макар всички марки, които се състоят от знаци или означения, използвани също като рекламни лозунги, означения за качество или изрази, които приканват към закупуване на стоките или услугите, обозначени с тези марки, по правило да отправят в по-малка или по-голяма степен обективно, макар и просто послание, те могат все пак да бъдат годни да указват на потребителя търговския произход на разглежданите стоки или услуги. Такава може да бъде хипотезата, когато тези марки не се свеждат до обикновено рекламно послание, а се отличават с определена оригиналност или с не напълно изразен смисъл, изискват минимални усилия за тълкуване или предизвикват познавателен процес у съответните потребители (решения от 21 януари 2010 г., Audi/СХВП, C-398/08 P, EU:C:2010:29, т. 56 и 57, и от 22 март 2017 г., Hoffmann/EUIPO (Genius), T-425/16, непубликувано, EU:T:2017:199, т. 28).

38 В замяна на това даден знак не е годен да изпълнява основната функция на марката и следователно не е отличителен по смисъла на член 7, параграф 1, буква б) от Регламент 2017/1001, когато връзката, установена между семантичното му съдържание и съответните стоки и услуги, е достатъчно конкретна и непосредствена, за да може в съзнанието на съответните потребители този знак да позволява незабавна идентификация на тези стоки и на тези услуги (вж. в този смисъл решения от 16 май 2013 г., Restoin/СХВП (EQUIPMENT), T-356/11, непубликувано, EU:T:2013:253, т. 42, и от 27 юни 2013 г., International Engine Intellectual Property Company/СХВП (PURE POWER), T-248/11, непубликувано, EU:T:2013:333, т. 20 и цитираната съдебна практика).

39 За да се установи липсата на отличителен характер, е достатъчно да се отбележи, че заявената марка указва на потребителя характеристика на стоката или на услугата, свързана с търговската ѝ стойност, която, без да е точна, носи информация с промоционален или рекламен характер, която съответните потребители ще възприемат на първо място по-скоро като такава, отколкото като указание за търговския произход на стоките или на услугите (вж. в този смисъл решение от 30 юни 2021 г., Ceramica Flaminia/EUIPO — Ceramica Cielo (goclean), T-290/20, непубликувано, EU:T:2021:405, т. 41).

40 В това отношение, от една страна, апелативният състав с основание приема, че наименованието Glashütte ще извика у съответните потребители представата за германски град, прочут с производството на висококачествени часовници, както се посочва в точка 26 по-горе. От друга страна, този състав установява, без жалбоподателят да го оспори, че думата „оригинален“ навява мисълта за автентичност и за лоялност към оригинала. Следователно посоченият състав не е допуснал грешка в преценката, като е приел, че заявената марка като цяло ще бъде възприемана от съответните потребители като навяваща мисълта за едно изключително традиционно умение и репутация за съвършенство в областта на часовникарската индустрия на град Гласхюте, поради което словните елементи са лишени от отличителен характер.

41 Що се отнася по-специално до преценката на отличителния характер на дадена марка по отношение на виртуални стоки и услуги, за които е поискана регистрацията, следва да се приеме, че съответните потребители по принцип ще възприемат виртуалните стоки и услуги по същия начин, по който възприемат съответните реални стоки и услуги. Следователно естеството на разглежданите стоки и услуги е определящо. Затова, ако виртуалните стоки само представляват реални стоки или ако виртуални стоки представляват или възпроизвеждат функциите на реални стоки или също, ако виртуалните услуги възпроизвеждат функциите на реални услуги във виртуалния свят, по принцип може да се установи прехвърляне на възприятието, което имат съответните потребители за реалните стоки и реалните услуги, към съответните виртуални стоки и услуги. Възможността за такова прехвърляне обаче трябва да се преценява във всеки отделен случай, като се държи сметка за особеностите на съответните виртуални стоки и услуги.

42 В случая следва да се припомни, че потребителите, по отношение на които апелативният състав е преценил отличителния характер на заявената марка, е ограниченият кръг на германските потребители, които познават град Гласхюте, а следователно и обстоятелството, че този град е известен с производството на часовници, включително значението на често използваната дума „оригинален“. Впрочем разглежданите виртуални стоки и услуги препращат към реални часовникарски произведения и към техните аксесоари и по този начин могат да представляват съответните реални стоки и услуги или да възпроизвеждат техните функции. Следователно, когато тези потребители попаднат на споменатите виртуални стоки и услуги, те направо ще възприемат заявената марка като логично разпростиране на репутацията на град Гласхюте в областта на традиционното часовникарство и тази марка ще предизвика у тях същите положителни усещания по отношение на качеството и автентичността на виртуалните стоки и услуги, както по отношение на качеството и автентичността на реалните стоки и услуги.

43 Следователно апелативният състав не е допуснал грешка в преценката, като е приел, че заявената марка е лишена от отличителен характер по смисъла на цитираната по-горе в точки 38 и 39 съдебна практика, тъй като въпросната марка не може да бъде възприета от съответните потребители като указание за търговския произход на съответните стоки и услуги, а се възприема по-скоро като промоционална информация относно качеството и автентичността на тези стоки и услуги, произтичаща от посочването на град Гласхюте и неговата известност в областта на реалните произведения на часовникарството.

44 Доводите на жалбоподателя не биха могли да поставят под въпрос този извод.

45 Първо, макар да е безспорно, че известността на град Гласхюте в областта на традиционното часовникарство понастоящем не се разпростира по отношение на виртуалното часовникарство, както изтъква жалбоподателят, това не променя факта, че съответните стоки и услуги изрично препращат към произведения на часовникарството и към техните аксесоари.

46 Всъщност, както с основание отбелязва апелативният състав, съответните стоки и услуги представляват виртуални стоки, свързани с произведения на часовникарството и с техните аксесоари, както и продажбата на дребно и предлагането на тези виртуални стоки. Следователно заявената марка действително ще бъде използвана във връзка с виртуални стоки и услуги, които могат да представляват същите реални стоки и услуги като тези, с които е известно името на град Гласхюте, или да възпроизвеждат техните функции.

47 Второ, доводът на жалбоподателя, че апелативният състав пренебрегва съществуващата съществена разлика между реалните и виртуалните стоки, също трябва да се отхвърли.

48 Всъщност апелативният състав обяснява, че виртуалните стоки препращат към стоки без физическа природа, използвани в онлайн или виртуална среда. Той добавя, че тези стоки могат да представляват реални стоки, да представляват и възпроизвеждат функциите на реални стоки или да представляват стоки, които нямат реални еквиваленти.

49 Що се отнася до довода на жалбоподателя за „съществена разлика“ между реалните часовникарски изделия и спорните виртуални стоки, които били цифрови файлове, той не посочва как тази разлика ще измени възприятието на съответните потребители, доколкото е безспорно, че името Гласхюте е известно в областта на традиционното часовникарство, а именно това на реалните стоки, които спорните виртуални стоки се опитват да представляват или чиито функции възпроизвеждат.

50 Трето, доводът на жалбоподателя относно липсата на припокриване между потребителите, които се интересуват от реалните часовници, и тези, които се интересуват от виртуалните часовници и свързаните с тях услуги, трябва да се отхвърли.

51 Освен факта, че жалбоподателят не подкрепя с доказателства твърдението, споменато по-горе в точка 50, той не обяснява защо съответните потребители, които се интересуват от традиционното часовникарство и са запознати с известността на град Гласхюте в тази област, не се интересуват от виртуалното часовникарство и обратно.

52 Следователно втората част от единственото основание трябва да се отхвърли като необоснована.

[…]

По изложените съображения

Общият съд (първи състав)

реши:

1) Отхвърля жалбата.

2) Осъжда Glashütter Uhrenbetrieb GmbH — Glashütte/Sa. да плати съдебните разноски.

Gâlea Tóth Kalėda

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 11 декември 2024 година.

Подписи