Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (šesti senat)

z dne 23. januarja 2014*

„Pritožba — Znamka Skupnosti — Besedna znamka WESTERN GOLD — Ugovor imetnika prejšnjih nacionalnih, mednarodnih in skupnostnih besednih znamk WeserGold, Wesergold in WESERGOLD“

V zadevi C-558/12 P,

zaradi pritožbe na podlagi člena 56 Statuta Sodišča Evropske unije, vložene 4. decembra 2012,

**Urad za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT)**, ki ga zastopa A. Pohlmann, agent,

pritožnik,

drugi stranki v postopku sta

**riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG**, prej Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG, s sedežem v Rintelnu (Nemčija), ki jo zastopa T. Melchert, odvetnik,

tožeča stranka na prvi stopnji,

**Lidl Stiftung & Co. KG** s sedežem v Neckarsulmu (Nemčija), ki jo zastopata M. Wolter in A. K. Marx, odvetnika,

intervenientka na prvi stopnji,

SODIŠČE (šesti senat),

v sestavi A. Borg Barthet (poročevalec), predsednik senata, E. Levits, sodnik, in M. Berger, sodnica,

generalna pravobranilka: E. Sharpston,

sodni tajnik: A. Calot Escobar,

na podlagi pisnega postopka,

na podlagi sklepa, sprejetega po opredelitvi generalne pravobranilke, da bo v zadevi razsojeno brez sklepnih predlogov,

izreka naslednjo

* Jezik postopka: nemščina.

## Sodbo

1 Urad za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) s pritožbo predlaga razveljavitev sodbe Splošnega sodišča Evropske unije z dne 21. septembra 2012 v zadevi Wesergold Getränkeindustrie proti UUNT – Lidl Stiftung (WESTERN GOLD) (T-278/10, v nadaljevanju: izpodbijana sodba), s katero je navedeno sodišče razveljavilo odločbo prvega odbora za pritožbe UUNT z dne 24. marca 2010 (zadeva R 770/2009-1) glede postopka z ugovorom med Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG in Lidl Stiftung & Co. KG (v nadaljevanju: sporna odločba).

## Pravni okvir

2 Člen 8 Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Skupnosti (UL L 78, str. 1), naslovljen „Relativni razlogi za zavrnitev“, v odstavku 1 določa:

„Ob ugovoru imetnika prejšnje blagovne znamke se znamka, za katero je vložena prijava, ne registrira v naslednjih primerih:

[…]

(b) če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo blagovno znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih označujejo blagovne znamke, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja blagovna znamka; verjetnost zmede zajema verjetnost povezovanja s prejšnjo blagovno znamko.“

## Dejansko stanje

3 Družba Lidl Stiftung & Co. KG (v nadaljevanju: Lidl Stiftung) je 23. avgusta 2006 pri UUNT vložila zahtevo za registracijo znamke Skupnosti v skladu z Uredbo Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 1, str. 146), ki je odslej nadomeščena z Uredbo št. 207/2009.

4 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je besedni znak „WESTERN GOLD“.

5 Proizvodi, za katere je bila zahtevana registracija, spadajo v razred 33 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in ustrezajo temu opisu: „Žgane pijače, predvsem viski.“

6 Zahteva za registracijo znamke Skupnosti je bila objavljena v *Biltenu znamk Skupnosti* št. 3/2007 z dne 22. januarja 2007.

7 Družba Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG (v nadaljevanju: Wesergold Getränkeindustrie), katere pravice in obveznosti je prevzela družba riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG (v nadaljevanju: riha WeserGold Getränke), je 14. marca 2007 na podlagi člena 42 Uredbe št. 40/94, katerega določbe so bile prevzete v člen 41 Uredbe št. 207/2009, vložila ugovor zoper registracijo zadevne znamke za proizvode, navedene v točki 5 te sodbe.

8 Ta ugovor je temeljil na več prejšnjih znamkah.

9 Prva navedena prejšnja znamka je bila besedna znamka Skupnosti WeserGold, vložena 3. januarja 2003 in registrirana 2. marca 2005 pod številko 2994739, in sicer za proizvode iz razredov 29, 31 in 32, ki ustrezajo, za posamezen razred, temu opisu:

— razred 29: „Konzervirano, sušeno ter kuhano sadje in zelenjava; želeji, marmelade, kompoti; mlečni izdelki, kot so jogurtovi napitki, katerih bistvena sestavina je jogurt, vendar tudi sadni in zelenjavni sokovi“;

— razred 31: „Sveže sadje“ in

— razred 32: „Mineralne vode in sodavice; druge brezalkoholne pijače, kot so limonade, sodavice in pijače kole; sadni sokovi in sadne pijače, zelenjavni sokovi in zelenjavne pijače; sirupi in drugi pripravki za proizvodnjo pijač“.

10 Druga navedena prejšnja znamka je bila nemška besedna znamka WeserGold, vložena 26. novembra 2002 in registrirana 27. februarja 2003 pod številko 30257995, in sicer za proizvode iz razredov 29, 31 in 32, ki ustrezajo, za posamezen razred, temu opisu:

— razred 29: „Konzervirano, sušeno ter kuhano sadje in zelenjava; želeji, marmelade, sadne kaše; mlečni izdelki, kot so jogurtovi napitki, katerih bistvena sestavina je jogurt, vendar tudi sadni in zelenjavni sokovi“;

— razred 31: „Sveže sadje“ in

— razred 32: „Mineralne vode in sodavice; druge brezalkoholne pijače, kot so limonade, sodavice in pijače kole; sadni sokovi in sadne pijače, zelenjavni sokovi in zelenjavne pijače; sirupi in drugi pripravki za proizvodnjo pijač“.

11 Tretja navedena prejšnja znamka je bila mednarodna besedna znamka št. 801149 Wesergold, vložena 13. marca 2003, ki učinkuje v Češki republiki, na Danskem, v Španiji, Franciji, Italiji, na Madžarskem, v Avstriji, na Poljskem, Portugalskem, v Sloveniji, na Švedskem, v Združenem kraljestvu in državah Beneluksa, in sicer za proizvode iz razredov 29, 31 in 32, ki ustrezajo opisu iz točke 10 te sodbe.

12 Četrta navedena prejšnja znamka je bila nemška besedna znamka WESERGOLD, vložena 12. junija 1970, registrirana 16. februarja 1973 pod številko 902472 in podaljšana 13. junija 2000, in sicer za proizvode iz razreda 32, ki ustrezajo temu opisu: „Jabolčni mošti, limonade, mineralne vode, zelenjavni sokovi kot pijače, sadni sokovi“.

13 Peta navedena prejšnja znamka je bila poljska besedna znamka WESERGOLD, vložena 26. junija 1996 in registrirana 11. maja 1999 pod številko 161413, in sicer za proizvode iz razreda 32, ki ustrezajo temu opisu: „Mineralne vode, izvirske vode, namizne vode, brezalkoholne pijače; sadni sokovi, sadni nektarji, sadni sirupi, zelenjavni sokovi, zelenjavni nektarji, osvežilne pijače, pijače na osnovi sadnega soka, limonade, gazirane pijače, mineralne pijače, ledeni čaji, aromatizirane mineralne vode, mineralne vode z dodatkom sadnega soka – vse navedene pijače tudi kot dietetični preparati za nemedicinsko uporabo“.

14 Razlog, naveden v podporo ugovoru družbe Wesergold Getränkeindustrie, je bil tisti iz člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94, katerega določbe so bile prevzete v člen 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009.

15 Oddelek za ugovore UUNT (v nadaljevanju: oddelek za ugovore) je 11. junija 2009 temu ugovoru ugodil in zavrnil zahtevo za registracijo zadevne znamke Skupnosti. Zaradi ekonomičnosti postopka je omejil preizkus ugovora na prejšnjo besedno znamko Skupnosti, za katero ni bil zahtevan dokaz resne in dejanske uporabe.

16 Družba Lidl Stiftung je 13. julija 2009 pri UUNT na podlagi členov od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009 zoper odločbo oddelka za ugovore vložila pritožbo.

17 Prvi odbor za pritožbe UUNT (v nadaljevanju: odbor za pritožbe) je s sporno odločbo tej pritožbi ugodil in odločbo oddelka za ugovore razveljavil. Menil je, da upoštevna javnost zajema široko javnost Evropske unije. Proizvodi iz razreda 33, zajeti z znamko, za katero se zahteva registracija, in sicer „žgane pijače, predvsem viski“, naj ne bi bili podobni proizvodom iz razredov 29 in 31, zajetih s prejšnjimi znamkami. Med proizvodi, zajetimi s to znamko, ki spadajo v razred 33, in proizvodi, zajetimi s prejšnjimi znamkami, ki spadajo v razred 32, naj bi bila nizka stopnja podobnosti. Nasprotujoči si znaki naj bi imeli povprečno stopnjo vizualne in fonetične podobnosti, vendar naj bi bili pomensko različni. Odbor za pritožbe je v bistvu ugotovil, da je razlikovalni učinek prejšnjih znamk nekoliko pod povprečjem zaradi izraza „gold“, ki naj bi imel majhen razlikovalni učinek. Nazadnje je ugotovil, da je treba v okviru presoje verjetnosti zmede ob tehtanju vseh okoliščin obravnavanega primera ugotoviti, da verjetnosti zmede glede nasprotujočih si znakov ni.

**Postopek pred Splošnim sodiščem in izpodbijana sodba**

18 Družba Wesergold Getränkeindustrie je s tožbo, ki jo je 21. junija 2010 vložila pri sodnem tajništvu Splošnega sodišča, predlagala razveljavitev sporne odločbe.

19 V podporo tožbi je navedla štiri tožbene razloge, ki se nanašajo na kršitev člena 8(1)(b), člena 64, člena 75, prvi stavek, in – podredno – člena 75, prvi stavek, Uredbe št. 207/2009.

20 Splošno sodišče je preučilo le prvega od teh tožbenih razlogov.

21 Splošno sodišče je v točkah 24 in 25 izpodbijane sodbe v bistvu razsodilo, da je upoštevna javnost povprečni potrošnik v Uniji.

22 Glede primerjave zadevnih proizvodov je Splošno sodišče v točki 41 izpodbijane sodbe ugotovilo, da je med žganimi pijačami, označenimi z znamko, za katero se zahteva registracija, in brezalkoholnimi pijačami, označenimi s prejšnjimi znamkami, zgolj nizka stopnja podobnosti.

23 Pri primerjavi nasprotujočih si znakov je Splošno sodišče v točkah 47 in 50 izpodbijane sodbe ugotovilo, da imajo ti znaki povprečno stopnjo vizualne in fonetične podobnosti, ter v točki 56 te sodbe, da so zadevni znaki pomensko različni.

24 Na podlagi tega je v točki 58 navedene sodbe sklenilo, da so nasprotujoči si znaki kljub svoji vizualni in fonetični podobnosti na splošno različni.

25 Splošno sodišče je preučilo tudi presojo razlikovalnega učinka prejšnjih znamk s strani odbora za pritožbe, ki jo izpodbija družba Wesergold Getränkeindustrie.

26 Glede z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk je Splošno sodišče v točkah od 65 do 68 izpodbijane sodbe preučilo vlogi, ki ju je družba Wesergold Getränkeindustrie predložila oddelku za ugovore in odboru za pritožbe. V točki 70 navedene sodbe je ugotovilo, da družba Wesergold Getränkeindustrie v okviru svoje obrambe pred odborom za pritožbe ni izrecno podala argumentov o z uporabo povečanem razlikovalnem učinku prejšnjih znamk, temveč je zgolj napotila na svoja pisanja, predložena oddelku za ugovore, ki vsebujejo trditve, podprte z dokazi o tem, da so prejšnje znamke imele z uporabo povečan razlikovalni učinek.

27 V točkah 71 in 72 izpodbijane sodbe je Splošno sodišče v bistvu ugotovilo – pri čemer se je oprlo na člen 64(1) Uredbe št. 207/2009 – da mora odbor za pritožbe zaradi učinkov pritožbe, o kateri odloča, v celoti na novo preizkusiti pravno in dejansko utemeljenost ugovora ter posledično obravnavati vse

trditve, ki jih je družba Wesergold Getränkeindustrie predložila oddelku za ugovore. Glede na to, da je družba Wesergold Getränkeindustrie med postopkom pred oddelkom za ugovore navajala z uporabo povečan razlikovalni učinek prejšnjih znamk, odbor za pritožbe po mnenju Splošnega sodišča ni mogel sklepati, da ta družba ni navedla povečanja razlikovalnega učinka prejšnjih znamk z njihovo uporabo.

28 V točki 73 navedene sodbe je Splošno sodišče zato sklenilo, da je odbor za pritožbe v obravnavanem primeru napačno uporabil člen 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009.

29 V točkah 82 in 83 navedene sodbe je Splošno sodišče v bistvu razsodilo, da odbor za pritožbe s tem, da ni opravil preizkusa utemeljenosti trditev in dokazov, ki jih je predložila družba Wesergold Getränkeindustrie glede z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk, ni obravnaval elementa, ki bi bil potencialno upošteven pri celoviti presoji obstoja verjetnosti zmede glede znamke, katere registracija se zahteva, in prejšnjih znamk, s čimer je storil bistveno kršitev postopka, zaradi katere je treba sporno odločbo razveljaviti.

30 Zato je Splošno sodišče prvemu tožbenemu razlogu družbe Wesergold Getränkeindustrie ugodilo in sporno odločbo razveljavilo, ne da bi mu bilo treba obravnavati njene druge tožbene razloge.

## Predlogi strank pred Sodiščem

31 UUNT s pritožbo Sodišču predlaga, naj:

— izpodbijano sodbo razveljavi in

— družbi riha WeserGold Getränke naloži plačilo stroškov, ki so nastali v postopku na prvi stopnji in v pritožbenem postopku.

32 Družba riha WeserGold Getränke predlaga zavrnitev pritožbe in naložitev plačila stroškov UUNT.

33 Družba Lidl Stiftung Sodišču predlaga, naj izpodbijano sodbo razveljavi in družbi riha WeserGold Getränke naloži plačilo stroškov, ki so nastali v postopku na prvi stopnji in v pritožbenem postopku.

## Pritožba

34 UUNT v utemeljitev pritožbe navaja tri pritožbene razloge v zvezi s kršitvijo, prvič, člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, drugič, člena 76(1) te uredbe v zvezi s členom 64(1) navedene uredbe, in tretjič, ustaljene sodne prakse, v skladu s katero napaka ne bi smela povzročiti razveljavitve odločbe takrat, kadar nanjo očitno ne vpliva.

### *Trditve strank*

35 S prvim pritožbenim razlogom UUNT, ki ga podpira družba Lidl Stiftung, Splošnemu sodišču očita nepravilno razlago člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, ker je razsodilo, da bi moral odbor za pritožbe preizkusiti z uporabo povečan razlikovalni učinek prejšnjih znamk, čeprav je ugotovil, da so zadevne znamke na splošno različne. Podobnost znakov pa naj bi bil nujen pogoj za obstoj verjetnosti zmede na podlagi navedenega člena 8(1)(b). Če so nasprotujoči si znaki na splošno različni, po mnenju UUNT tako ni nujna preučitev potencialnega povečanega razlikovalnega učinka, doseženega z intenzivno uporabo znamke, na kateri temelji ugovor. Ob sklicevanju na sodbo z dne 12. oktobra 2004 v zadevi Vedial proti UUNT (C-106/03 P, ZOdl., str. I-9573, točka 51) UUNT trdi, da je taka razlaga poleg tega v skladu z ustaljeno sodno prakso.

36 Družba Lidl Stiftung se sklicuje na sklep z dne 14. marca 2011 v zadevi Ravensburger proti UUNT (C-370/10 P, točka 50) in dodaja, da je treba pri preizkusu verjetnosti zmede vsak kriterij najprej preučiti posamično in neodvisno od obstoja ali stopnje intenzivnosti drugih pogojev ter da povečani razlikovalni učinek prejšnje znamke ne more nadomestiti neobstoja podobnosti nasprotujočih si znamk.

37 UUNT in družba Lidl Stiftung menita, da je zato Splošno sodišče ravnalo nepravilno, ko je razveljavilo sporno odločbo zato, ker odbor za pritožbe ni preizkusil z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk, saj pogoj *sine qua non* za obstoj verjetnosti zmede v skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 ni bil izpolnjen.

38 Družba riha WeserGold Getränke meni, da prvi pritožbeni razlog ni utemeljen, ker je bila ugotovitev Splošnega sodišča glede neobstoja podobnosti med nasprotujočimi si znamkami vmesni sklep, v okviru katerega bi bilo treba obravnavati še vprašanje razlikovalnega učinka prejšnjih znamk. Meni, da pomenske podobnosti med znamkami ni mogoče presojati neodvisno od njihovega razlikovalnega učinka. Dejansko naj bi se predstava, ki jo ima javnost o znamki, razlikovala glede na to, ali so v zavesti javnosti nekateri elementi znamke bolj prisotni zaradi svojega koncepta, na katerega napotujejo, ali zaradi ugleda, ki so ga pridobili kot znamka.

39 Družba riha WeserGold Getränke dalje meni, da nobena dobro ustaljena sodna prakse ne more podpreti pojmovanja, ki ga zagovarja UUNT.

*Presoja Sodišča*

40 S prvim pritožbenim razlogom UUNT v bistvu Splošnemu sodišču očita, da je razveljavilo sporno odločbo zato, ker odbor za pritožbe ni preizkusil z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk, čeprav je prej ugotovil, da so nasprotujoče si znamke na splošno različne.

41 Iz ustaljene sodne prakse izhaja, da za namene uporabe člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 verjetnost zmede predpostavlja hkrati enakost ali podobnost znamke, katere registracija se zahteva, in prejšnje znamke ter enakost ali podobnost proizvodov ali storitev, na katere se nanaša zahteva za registracijo, in proizvodov ali storitev, za katere je prejšnja znamka registrirana, in da gre pri tem za kumulativne pogoje (zgoraj navedena sodba Vedial proti UUNT, točka 51, in sodba z dne 13. septembra 2007 v zadevi Il Ponte Finanziaria proti UUNT, C-234/06 P, ZOdl., str. I-7333, točka 48).

42 V nasprotju s trditvami družbe riha WeserGold Getränke je sodna praksa Sodišča v zvezi s tem dobro ustaljena. Slednje je dejansko večkrat spomnilo, da če ni podobnosti med prejšnjo znamko in znamko, katere registracija se zahteva, povečani razlikovalni učinek prejšnje znamke kot tudi enakost ali podobnost zadevnih proizvodov ali storitev ne zadostujejo za ugotovitev, da obstaja verjetnost zmede glede nasprotujočih si znamk (glej v tem smislu sodbo z dne 2. septembra 2010 v zadevi Calvin Klein Trademark Trust proti UUNT, C-254/09 P, ZOdl., str. I-7989, točka 53 in navedena sodna praksa).

43 Poleg tega je Sodišče s sklepom z dne 4. marca 2010 v zadevi Kaul proti UUNT (C-193/09 P) kot očitno neutemeljen zavrnilo pritožbeni razlog, da naj bi Splošno sodišče napačno uporabilo pravo s tem, da je razsodilo, da se lahko ugovor, ki temelji na členu 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, v nekaterih primerih zavrne zgolj na podlagi preizkusa podobnosti med zadevnima znamkama, torej predvsem brez preučitve morebitnega povečanega razlikovalnega učinka prejšnje znamke. Sodišče je v točki 45 tega sklepa v bistvu ugotovilo, da Splošno sodišče ni napačno uporabilo prava, ko je presodilo, da je odbor za pritožbe UUNT – ker je ugotovil, da upoštevna javnost zadevnih znamk nikakor ne more šteti za podobne – iz tega upravičeno lahko sklepal, da je kakršna koli verjetnost zmede izključena, ne da bi moral prej preizkusiti morebiten povečani razlikovalni učinek prejšnje znamke v okviru celovite presoje verjetnosti zmede.

44 Podobnost zadevnih znamk je zato nujen pogoj za presojo obstoja verjetnosti zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Zato zaradi nepodobnosti nasprotujočih si znamk člena 8 ni mogoče uporabiti.

45 Z uporabo povečani razlikovalni učinek znamke je torej element, ki ga je treba upoštevati pri presoji, ali so si znaki oziroma proizvodi in storitve zadostno podobni, da obstaja verjetnost zmede (glej v tem smislu sodbo z dne 29. septembra 1998 v zadevi Canon, C-39/97, ZOdl., str. I-5507, točka 24).

46 V tej zadevi pa razlogovanje Splošnega sodišča temelji na nepravilni razlagi člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009.

47 Čeprav je v točki 58 izpodbijane sodbe Splošno sodišče menilo, da so nasprotujoči si znaki kljub svoji vizualni in fonetični podobnosti na splošno različni, je, glede zakonitosti sporne odločbe, povleklo pravne posledice iz dejstva, da odbor za pritožbe ni opravil preizkusa razlikovalnega učinka prejšnjih znamk. Tako je v točkah od 70 do 72 izpodbijane sodbe navedlo, da je bil odbor za pritožbe dolžan preizkusiti z uporabo povečani razlikovalni učinek prejšnjih znamk v skladu s členom 64(1) Uredbe št. 207/2009, česar pa ni storil. Zato je Splošno sodišče v točki 82 navedene sodbe ugotovilo, da zaradi te napake odbor za pritožbe ni obravnaval elementa, ki bi bil potencialno upošteven pri celoviti presoji obstoja verjetnosti zmede, v točki 83 iste sodbe pa, da taka napaka pomeni bistveno kršitev postopka, zaradi katere je treba sporno odločbo razveljaviti.

48 Splošno sodišče je na podlagi te ugotovitve – da to, da odbor za pritožbe ni preizkusil z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk, povzroči razveljavitev sporne odločbe – od odbora za pritožbe zahtevalo, da preuči – za presojo obstoja verjetnosti zmede glede zadevnih znamk v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 – nepomemben dejavnik. Ker je prej ugotovilo, da so zadevne znamke na splošno različne, je bila vsaka verjetnost zmede izključena, morebitni obstoj z uporabo povečanega razlikovalnega učinka prejšnjih znamk pa ne more nadomestiti neobstoja podobnosti navedenih znamk.

49 V teh okoliščinah UUNT utemeljeno trdi, da je v izpodbijani sodbi pri razlagi člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 pravo uporabljeno napačno.

50 Iz zgoraj navedenega izhaja, ne da bi bilo treba preučiti druga dva pritožbena razloga, da je treba izpodbijano sodbo razveljaviti, ker je Splošno sodišče odločilo, da bi moral odbor za pritožbe upoštevati z uporabo povečan razlikovalni učinek prejšnjih znamk, in zato razveljavilo sporno odločbo, čeprav je prej ugotovilo, da si nasprotujoče znamke niso podobne.

## Predlog nadomestitve obrazložitve

### *Trditve strank*

51 Ne da bi izrecno predlagala nadomestitev obrazložitve izpodbijane sodbe in čeprav je poudarila, da zanjo ta nima negativnih posledic, družba Riha WeserGold Getränke nasprotuje nekaterim vidikom te sodbe.

52 Prvič, glede podobnosti proizvodov družba riha WeserGold Getränke Splošnemu sodišču očita, da je v točki 35 izpodbijane sodbe zavrnilo dodatne dokaze, ki mu jih je predložila, da bi dokazala, da številni proizvajalci žganih pijač proizvajajo tudi brezalkoholne pijače in da številni proizvajalci sokov proizvajajo tudi alkoholne pijače. Splošno sodišče naj bi tudi spregledalo dejstvo, da se mešane pijače štejejo za žgane pijače na podlagi člena 2 Uredbe (ES) št. 110/2008 Evropskega parlamenta in Sveta

z dne 15. januarja 2008 o opredelitvi, opisu, predstavitvi, označevanju in zaščiti geografskih označb žganih pijač ter razveljavitvi Uredbe Sveta (EGS) št. 1576/89 (UL L 39, str. 16), tako da bi jih bilo treba primerjati z brezalkoholnimi pijačami, ki jih zajemajo prejšnje znamke.

53 Drugič, glede pomenske podobnosti nasprotujočih si znamk družba riha WeserGold Getränke Splošnemu sodišču očita, da ni zadostno obrazložilo ugotovitve, da naj bi pomenske razlike med temi znamkami nevtralizirale njihove fonetične in vizualne podobnosti.

54 Tretjič, družba riha WeserGold Getränke Splošnemu sodišču v bistvu očita, da je preučilo le eno od prejšnjih znamk in se vzdržalo presoje drugih znamk, ki jih je navedla v podporo svojemu ugovoru.

*Presoja Sodišča*

55 Spomniti je treba, da je v skladu z ustaljeno sodno prakso Sodišča predlog za nadomestitev obrazložitve dopusten, če je z njim izkazan pravni interes – to pomeni, da lahko stranka, ki poda predlog, z njim doseže korist. To je tako, kadar predlog za nadomestitev obrazložitve pomeni obrambo proti pritožbenemu razlogu pritožnice (sodba z dne 11. julija 2013 v zadevi Ziegler proti Komisiji, C-439/11 P, točka 42 in sodna praksa).

56 V zvezi s prvim predlogom glede razlogov, ki se nanašajo na podobnost proizvodov, ki jih označujejo nasprotujoče si znamke, je treba poudariti, da to ni obramba proti pritožbenemu razlogu UUNT, ker se nanaša na ugotovitev Splošnega sodišča glede obveznosti odbora za pritožbe, da preizkusi z uporabo povečani razlikovalni učinek prejšnjih znamk. Tak predlog torej ne more izpodbiti razveljavitve izpodbijane sodbe. Zato družba riha WeserGold Getränke nima pravnega interesa za vložitev navedenega predloga, ki je zato nedopusten.

57 Glede drugega predloga, ki se nanaša na razloge glede pomenske podobnosti nasprotujočih si znamk, je prav tako treba ugotoviti, da ta ne pomeni obrambe proti pritožbenemu razlogu UUNT, saj izpodbija ugotovitev Splošnega sodišča glede obveznosti odbora za pritožbe, da preizkusi z uporabo povečani razlikovalni učinek prejšnjih znamk. Tudi tak predlog torej ne more izpodbiti razveljavitve izpodbijane sodbe. Zato družba riha WeserGold Getränke nima pravnega interesa za vložitev tega predloga, ki je zato nedopusten.

58 Tudi tretji predlog – pod predpostavko, da je Splošno sodišče napačno uporabilo pravo, ker je preučilo le eno izmed prejšnjih znamk, ki je družba Riha WeserGold Getränke poleg tega ni omenila – ni ustrezen, da bi izpodbil razveljavitev izpodbijane sodbe, glede na to, da naj bi napačna uporaba prava s strani Splošnega sodišča vsekakor zadevala prejšnjo znamko, ki naj bi po mnenju družbe riha WeserGold Getränke bila predmet presoje Splošnega sodišča. Tak predlog nadomestitve obrazložitve torej ne more pomeniti obrambe proti pritožbenemu razlogu UUNT niti ne more zagotoviti koristi, ki bi bila podlaga za pravni interes. Navedeni predlog je zato nedopusten.

59 Zato je treba predlog za nadomestitev obrazložitve, ki ga je podala družba riha WeserGold Getränke, zavreči kot nedopusten.

**Vrnitev zadeve v razsojanje Splošnemu sodišču**

60 V skladu s členom 61, prvi odstavek, Statuta Sodišča Evropske unije Sodišče razveljavi odločitev Splošnega sodišča, če je pritožba utemeljena. Če stanje postopka to dovoljuje, lahko samo dokončno odloči o zadevi ali pa jo vrne v razsojanje Splošnemu sodišču.

61 Ker je Splošno sodišče obravnavalo le prvega od štirih tožbenih razlogov, ki jih je navajala družba riha WeserGold Getränke v utemeljitev svoje tožbe, Sodišče meni, da stanje postopka ne dovoljuje, da bi samo dokončno odločilo o zadevi. Zato je treba zadevo vrniti Splošnemu sodišču.

**Stroški**

62 Ker je treba zadevo vrniti Splošnemu sodišču, se odločitev o stroških tega pritožbenega postopka pridrži.

Iz teh razlogov je Sodišče (šesti senat) razsodilo:

1. **Sodba Splošnega sodišča Evropske unije z dne 21. septembra 2012 v zadevi Wesergold Getränkeindustrie proti UUNT – Lidl Stifung (WESTERN GOLD) (T-278/10) se razveljavi.**

2. **Zadeva se vrne v razsojanje Splošnemu sodišču Evropske unije.**

3. **Odločitev o stroških se pridrži.**

Podpisi