ROZSUDEK SOUDU (třetího senátu)

12. ledna 2005 *

Ve věci T-334/03,

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH, původně zastoupená G. Lindhoferem, poté K.-U. Jonasem, advokáty, s adresou pro účely doručování v Lucemburku,

žalobkyně,

proti

Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM), původně zastoupenému U. Pflegharem a G. Schneiderem, poté A. von Mühlendahlem a G. Schneiderem, jako zmocněnci,

žalovanému,

jejímž předmětem je žaloba podaná proti rozhodnutí čtvrtého odvolacího senátu OHIM ze dne 20. června 2003 (věc R 348/2002-4), týkajícímu se zápisu slovního označení EUROPREMIUM jako ochranné známky Společenství,

* Jednací jazyk: němčina.

SOUD PRVNÍHO STUPNĚ
EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ (třetí senát),

ve složení J. Azizi, předseda, M. Jaeger a O. Czúcz, soudci,

vedoucí soudní kanceláře: B. Pastor, náměstkyně vedoucího soudní kanceláře,

s přihlédnutím k žalobě došlé kanceláři Soudu dne 29. září 2003,

s přihlédnutím k žalobní odpovědi došlé kanceláři Soudu dne 23. ledna 2004,

po jednání konaném dne 29. září 2004,

vydává tento

Rozsudek

Skutečnosti předcházející sporu

1 Dne 24. března 2000 podala žalobkyně u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM) přihlášku ochranné známky Společenství podle nařízení Rady (ES) č. 40/94 ze dne 20. prosince 1993 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. L 11, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 146), ve znění pozdějších předpisů.

2 Ochrannou známkou, o jejíž zápis bylo žádáno, je slovní označení EUROPREMIUM.

3 Výrobky a služby, pro něž byl zápis požadován, spadají do tříd 16, 20, 35 a 39 ve smyslu Niceské dohody o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, ve znění změn a doplňků, a odpovídají následujícímu popisu:

— třída 16: „Papír, lepenka a výrobky z těchto materiálů [...], zejména balicí papír, papírové sáčky, papírové obaly; lepenka a výrobky z lepenky, a sice lepenky, lepenka pro balení a lepenkové obaly pro přepravu zboží všeho druhu; tiskárenské výrobky, noviny, brožury, časopisy a knihy; etikety (kromě textilních); učební a vyučovací pomůcky (s výjimkou přístrojů) k přepravě balíků a odesílání dopisů; obalový materiál z plastických hmot, zejména polstrované obaly z umělých hmot, sáčky, fólie, obaly a pytle na balení z plastických hmot; materiál na balení z plastických hmot, kontejnery z plastických hmot [...]“;

— třída 20: „Výrobky ze dřeva, korku, rákosu, sítiny, vrbového proutí, rohu, kosti, slonoviny, kostice, želvoviny, jantaru, perleti, mořské pěny nebo náhražky těchto materiálů nebo náhražky z plastických hmot [...]; zejména kontejnery nebo (nekovové) obaly ze dřeva nebo plastických hmot pro přepravu zboží všeho druhu, obalový materiál z plastických hmot, plastové balicí fólie, sáčky, bedny, schránky a palety ze dřeva nebo plastických hmot, krabice, bedny a schránky s uzávěry nebo bez uzávěrů, regály, plošiny, uzávěry kontejnerů, ozdobné předměty k potravinářským účelům (z plastických hmot), příborníky, kontejnery, přepravky, sudy, kádě, koše, nosiče na lahve“;

— třída 35: „Reklama; řízení obchodní činnosti; obchodní administrativa; kancelářské práce; zejména organizování veletrhů a výstav [...]; sledování zboží a balíků během jejich přepravy pomocí počítače; pomoc při řízení, a sice pomoc při řízení obchodní činnosti; poradenství pro řízení; dočasné poskytování zaměstnanců; sestavování statistik; vedení účetních knih; provádění aukcí a dražeb; průzkum v obchodních záležitostech; marketink; průzkumy trhu a analýzy trhu; průzkumy veřejného mínění; výzdoba výloh; podnikové poradenství; organizační poradenství; poradenství v oblasti obchodní činnosti; personální poradenství; pronájem kancelářských strojů a zařízení; zprostředkování a uzavírání obchodů na účet třetích osob; zprostředkování smluv o koupi a prodeji zboží; distribuce zboží k reklamním účelům; reprodukce dokumentů; reklama; reklama v rozhlase a televizi; reklama v kinech“;

— třída 39: „Doprava a skladování; veškeré služby zahrnuté v [uvedené] třídě [...], zejména doprava, skladování, vyzvednutí, balení, uskladnění, dodání a elektronické sledování zásilek, dokumentů, sdělení, zpráv, tiskovin, balíků a dalšího zboží, mezinárodní kurýrní služba, a sice přeshraniční individuální přeprava dopisů, dokumentů a jiných písemností prostřednictvím kurýrů s donáškou do domu pomocí osobních vozidel, vlaků, lodí a letadel; služby spočívající v přepravě výše uvedených výrobků, a sice jejich uskladnění a skladování, balení a dodávka, přeprava zboží pomocí osobních vozidel, vlaků, lodí a letadel, nakládka a vykládka lodí, vyprošťování lodí a lodních nákladů, nošení zavazadel, skladování zboží, nábytku, přeprava peněz a cenin, zprostředkovatelské služby v oblasti dopravy“.

4 Rozhodnutím ze dne 21. února 2002 zamítl průzkumový referent přihlášku na základě článku 38 nařízení č. 40/94 z důvodu, že přihlašované slovní označení popisuje dotyčné výrobky a služby a zcela postrádá rozlišovací způsobilost ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. b) a c) uvedeného nařízení.

5 Žalobkyně podala dne 22. dubna 2002 k OHIM odvolání proti rozhodnutí průzkumového referenta na základě článků 57 až 62 nařízení č. 40/94.

6 Rozhodnutím ze dne 20. června 2003 (dále jen „napadené rozhodnutí") zamítl čtvrtý odvolací senát OHIM odvolání z důvodu, že čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 brání zápisu ochranné známky EUROPREMIUM, neboť toto označení může být spotřebiteli vnímáno jako údaj o výjimečné kvalitě a evropském původu výrobků a služeb, jež jsou předmětem přihlášky.

Návrhy účastníků řízení

7 Žalobkyně ve své žalobě navrhuje, aby Soud:

— zrušil napadené rozhodnutí v rozsahu, v němž se OHIM domnívá, že ochranná známka Společenství EUROPREMIUM nesplňuje podmínky čl. 7 odst. 1 písm. b) a c) nařízení č. 40/94;

— zveřejnil ochrannou známku Společenství EUROPREMIUM podle článku 40 nařízení č. 40/94;

— podpůrně vrátil věc odvolacímu senátu;

— uložil OHIM náhradu nákladů řízení.

8 OHIM navrhuje, aby Soud:

— určil, že návrhy na zrušení napadeného rozhodnutí, pokud jím byl zamítnut zápis ochranné známky na základě čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94, respektive na uložení OHIM povinnosti zveřejnit uvedenou ochrannou známku a vrátit věc odvolacímu senátu, jsou nepřípustné;

— zamítl žalobu ve zbývající části;

— uložil žalobkyni náhradu nákladu řízení.

9 Dopisem ze dne 20. září 2004 vzala žalobkyně zpět druhý a třetí bod svých návrhů.

10 Žalobkyně na jednání upřesnila, že její žaloba směřuje ke zrušení napadeného rozhodnutí v rozsahu, v němž se OHIM domníval, že ochranná známka Společenství EUROPREMIUM nesplňuje podmínky čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

Právní otázky

11 Žalobkyně na podporu své žaloby uvádí jediný žalobní důvod vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

Argumenty účastníků řízení

12 Žalobkyně zdůrazňuje, že určující znak ochranné známky sestává z její způsobilosti odlišit výrobky jednoho podniku od výrobků jiného podniku, a připomíná, že posouzení rozlišovací způsobilosti označení musí být provedeno na základě vztahu mezi označením a určitým výrobkem nebo službou, a nikoli abstraktním způsobem.

13 Žalobkyně uplatňuje, že ochranná známka musí být zapsána, pokud, je-li přezkoumána jako celek, není výlučně popisná. Tvrdí, že označení mající rozlišovací způsobilost, které by mohlo být chápáno jinak než jako popis výrobku nebo jedné z jeho vlastností, není výlučně popisné, a může tedy představovat ochrannou známku.

14 Žalobkyně dodává, že výraz „europremium" má více významů, a musí tedy být považován za výraz mající rozlišovací způsobilost.

15 Žalobkyně se na jednání dovolávala rozsudku Soudu ze dne 9. října 2002, Dart Industries v. OHIM (UltraPlus) (T-360/00, Recueil, s. II-3867). Připomíná, že Soud v tomto rozsudku rozhodl, že skutečnost, že podnik vychvaluje nepřímo nebo abstraktně znamenitost svých výrobků prostřednictvím označení UltraPlus, aniž by

přímo a bezprostředně informoval spotřebitele o určitých vlastnostech dotčených výrobků, spadá do oblasti vyvolání představy, a nikoli označení ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 (bod 27 rozsudku). Žalobkyně připomíná, že Soud v tomto rozsudku zrušil napadené rozhodnutí a uvedl přitom, že odvolací senát tím, že ve svém rozboru nevycházel z dotčených výrobků a neprokázal, že dotčené slovní označení může sloužit přímo k označení dotyčných výrobků, porušil čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 (bod 29 rozsudku).

16 Žalobkyně se domnívá, že se OHIM v projednávané věci dopustil stejné chyby, jakou Soud konstatoval v tomto rozsudku, když se domníval, že EUROPREMIUM popisuje výrobky a služby uvedené v přihlášce, ačkoli neexistovala přímá a konkrétní spojitost mezi těmito výrobky a službami a dotčeným slovním označením.

17 OHIM se domnívá, že odvolací senát právem prokázal, že slovní označení EUROPREMIUM je popisným údajem, jehož zápis jako ochranná známka musí být zamítnut. Připomíná, že podle rozsudku Soudu ze dne 20. března 2002, DaimlerChrysler v. OHIM (CARCARD) (T-356/00, Recueil, s. II-1963, bod 30) pro zamítnutí zápisu podle čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 musí slovní označení alespoň v jednom z možných významů označovat vlastnost dotčených výrobků nebo služeb.

18 OHIM uplatňuje, že složené slovo začínající předponou „euro" musí být chápáno tak, že se vztahuje k Evropě, a nikoli k euru jako jednotné měně. Pokud jde o slovo „premium", uplatňuje, že se jedná o anglické slovo latinského původu, které se používá v jiných jazycích Evropské unie a které znamená „mimořádné kvality" nebo „vysoké kvality". Domnívá se, že oba tyto významy jsou pro dotyčné spotřebitele zřejmé. Z toho vyplývá, že spotřebitelé vnímají dotčené slovní označení tak, že označuje zboží evropského původu a vysoké kvality.

19 OHIM mimoto uplatňuje, že popisnými údaji jsou nejen takové údaje, jejichž přesnost obsahu lze ověřit, ale rovněž údaje, které se omezují na obecné vychvalování kvality nebo dalších vlastností výrobku. Domnívá se, že označení, jehož zápis byl požadován, popisuje dotčené výrobky a služby nebo alespoň jednu z jejich vlastností dostatečně přesným způsobem, aby mohl být použit čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

20 OHIM se na jednání dovolával dvou rozsudků Soudního dvora ze dne 12. února 2004, Campina Melkunie (C-265/00, Recueil, s. I-1699) a Koninklijke KPN Nederland (C-363/99, Recueil, s. I-1619) týkajících se výkladu čl. 3 odst. 1 písm. c) první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sbližují právní předpisy členských států o ochranných známkách (Úř. věst. 1989, L 40, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 92), jehož znění je téměř totožné se zněním čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94. Soudní dvůr v těchto rozsudcích uvedl, že čl. 3 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104 musí být vykládán v tom smyslu, že ochranná známka, která je tvořena slovem nebo novotvarem skládajícím se z částí, z nichž každá popisuje vlastnosti výrobků nebo služeb, pro něž je zápis požadován, má sama popisný charakter, ledaže by existoval znatelný rozdíl mezi slovem nebo novotvarem a prostým souhrnem částí, které je tvoří (body 43, respektive 104 rozsudků).

21 OHIM se domnívá, že vzhledem k tomu, že slovní označení EUROPREMIUM je tvořeno dvěma částmi popisného charakteru a neexistuje žádný znatelný rozdíl mezi ním a prostým souhrnem částí, které jej tvoří, odvolací senát správně zápis zamítl.

Závěry Soudu

22 Podle čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 se do rejstříku nezapíší „ochranné známky, které jsou tvořeny výlučně označeními nebo údaji, které mohou sloužit

v oblasti obchodu k označení druhu, jakosti, množství, účelu, hodnoty, zeměpisného původu nebo doby výroby výrobků nebo poskytnutí služby nebo jiných jejich vlastností". Článek 7 odst. 2 nařízení č. 40/94 krom toho uvádí, že „odstavec 1 se použije, i když důvody k zamítnutí existují jen v části Společenství".

23 Článek 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 brání tomu, aby označení nebo údaje v něm uvedené byly vyhrazeny jedinému podniku z důvodu jejich zápisu jako ochranných známek. Toto ustanovení tedy sleduje cíl obecného zájmu, který vyžaduje, aby taková označení nebo takové údaje mohly být všemi volně užívány (viz v tomto smyslu rozsudek Soudního dvora ze dne 4. května 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 a C-109/97, Recueil, s. I-2779, bod 25; rozsudky Soudu ze dne 27. února 2002, Streamserve v. OHIM (STREAMSERVE), T-106/00, Recueil, s. II-723, bod 36, a CARCARD, uvedený výše v bodě 17, bod 24).

24 Označení a údaje upravené čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 jsou však pouze takové, které mohou při normálním užívání z hlediska cílové veřejnosti sloužit k označení výrobku nebo služby, pro něž je zápis požadován, buď přímo, nebo zmínkou o jeho základních vlastnostech (rozsudek Soudního dvora ze dne 20. září 2001, Procter & Gamble v. OHIM, C-383/99 P, Recueil, s. I-6251, bod 39).

25 Z toho vyplývá, že označení spadá pod zákaz upravený v tomto ustanovení, pokud má dostatečně přímou a konkrétní spojitost s dotčenými výrobky nebo službami, která dotyčné veřejnosti umožní vnímat bezprostředně a bez dalšího přemýšlení popis kategorie dotčených výrobků nebo služeb nebo některou z jejich vlastností [viz v tomto smyslu rozsudky Soudu ze dne 7. června 2001, DKV v. OHIM (EuroHealth), T-359/99, Recueil, s. II-1645, bod 36; UltraPlus, uvedený výše v bodě 15, bod 26, a ze dne 20. července 2004, Lissotschenko a Hentze v. OHIM (LIMO), T-311/02, Sb. rozh. s. II-2957, bod 30].

26 Posouzení popisného charakteru označení může být tudíž provedeno pouze jednak ve vztahu k dotyčným výrobkům nebo službám a jednak ve vztahu k jeho chápání cílovou veřejností (rozsudky CARCARD, uvedený výše v bodě 17, bod 25, a UltraPlus, uvedený výše v bodě 15, bod 22).

27 V projednávané věci jsou výrobky a služby, pro něž byl zápis požadován, zejména výrobky z různých materiálů určených k balení, uspořádání a přepravě, reklamní služby, řízení a podpora v oblasti obchodní činnosti a přepravní a skladovací služby.

28 Pokud jde o cílovou veřejnost, odvolací senát konstatoval, že relevantní veřejnost sestává z široké veřejnosti (bod 9 napadeného rozhodnutí). Soud se v tomto ohledu domnívá, že jelikož dotyčné výrobky a služby jsou určeny všem spotřebitelům, je tento rozbor odvolacího senátu správný. Krom toho, jak potvrdil OHIM v odpovědi na otázky Soudu, byla existence absolutního důvodu pro zamítnutí zápisu uvedeného v projednávaném případě vznesena pouze pro jeden z jazyků, jimiž se hovoří ve Společenství, a sice pro angličtinu (bod 10 napadeného rozhodnutí). Podle čl. 7 odst. 2 nařízení č. 40/94 je tedy relevantní veřejností, ve vztahu k níž je třeba posuzovat absolutní důvod pro zamítnutí zápisu, průměrný anglicky hovořící spotřebitel [viz v tomto smyslu rozsudek Soudu ze dne 27. února 2002, Ellos v. OHIM (ELLOS), T-219/00, Recueil, s. II-753, bod 31].

29 Pokud jde o význam výrazu „europremium", vyplývá z bodů 10 a 11 napadeného rozhodnutí, že předpona „euro" je podle OHIM chápána jako odkaz na přídavné jméno „evropský" a že „premium" v anglickém jazyce znamená „vysoké kvality", a že tedy takto vytvořené složené slovo vzbudí u spotřebitele dojem, že má co do činění s výrobky nebo službami vysoké kvality pocházejícími z Evropy.

30 V tomto ohledu nemůže mít skutečnost, jak to tvrdí žalobkyně, že výraz „europremium" nemá jasný a určitý význam, dopad na posouzení popisného charakteru tohoto výrazu. Je totiž třeba připomenout, že k tomu, aby slovní označení spadalo pod čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, postačí, pokud alespoň v jednom svém možném významu označuje vlastnost dotyčných výrobků nebo služeb (rozsudek CARCARD, uvedený výše v bodě 17, bod 30). I když je tedy pravda, že výraz „premium" má další významy a že zavedení jednotné měny může změnit chápání předpony „euro" cílovou veřejností i v zemích, jež nejsou členy Hospodářské a měnové unie, může Soud pouze konstatovat, že význam přijatý odvolacím senátem je jedním z možných významů výrazu „europremium".

31 Pokud jde o povahu vztahu existujícího mezi slovem „europremium" a dotyčnými výrobky a službami, odvolací senát v bodě 12 napadeného rozhodnutí shledal, že tento výraz označuje jakost a zeměpisný původ těchto výrobků a služeb.

32 Je tedy třeba zkoumat, zda slovní označení EUROPREMIUM, chápané jako odkaz na výrobky a služby evropského původu a vysoké kvality, představuje z hlediska anglicky hovořící veřejnosti takovou přímou a konkrétní spojitost s dotyčnými výrobky a službami, že spadá pod zákaz uvedený v čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

33 OHIM na jednání uplatňoval, že Soudní dvůr ohledně výkladu směrnice 89/104 rozhodl, že ochranná známka, která je tvořena slovem nebo novotvarem skládajícím se z částí, z nichž každá popisuje vlastnosti výrobků nebo služeb, pro něž je zápis požadován, má sama popisný charakter, ledaže by existoval znatelný rozdíl mezi slovem nebo novotvarem a prostým souhrnem částí, které je tvoří (rozsudky Campina Melkunie, uvedený výše v bodě 20, bod 43, a Koninklijke KPN Nederland, uvedený výše v bodě 20, bod 104).

34 V tomto ohledu je třeba poznamenat, že v těchto věcech nebylo o popisném charakteru částí tvořících ochrannou známku, jejíž zápis byl požadován, pochyb. Dotčené slovní označení však v této věci není, v rozporu s tvrzením OHIM, tvořeno prvky popisujícími požadované výrobky a služby.

35 Pokud jde nejprve o předponu „euro", je důležité připomenout, že pouze označení popisující základní vlastnosti dotyčných výrobků a služeb, jež mohou jako taková sloužit k označení posledně uvedených v obecném jazyce, spadají pod zákaz upravený čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 (rozsudek Procter & Gamble v. OHIM, uvedený výše v bodě 24, bod 39). Odvolací senát však poté, co v napadeném rozhodnutí uvedl, že předpona „euro" musí být chápána jako odkaz na původ dotčených výrobků a služeb, nepodal žádné odůvodnění, kterým by bylo prokázáno, že původ je základní vlastností výrobků a služeb, jež jsou předmětem přihlášky, kterou by cílová veřejnost zohlednila při svém rozhodnutí [viz v tomto smyslu rozsudek ELLOS, uvedený výše v bodě 28, bod 42, a rozsudek Soudu ze dne 26. listopadu 2003, HERON Robotunits v. OHIM (ROBOTUNITS), T-222/02, Recueil, s. II-4995, bod 44] a která by jí umožnila bezprostředně a bez dalšího přemýšlení vytvořit si konkrétní a přímou spojitost s těmito výrobky a službami. Odvolací senát tedy v napadeném rozhodnutí neprokázal, že předpona „euro" popisuje dotčené výrobky a služby.

36 Soud podotýká, že původ v žádném případě není základní vlastností výrobků a služeb vztahujících se k poštovní přepravě. Zeměpisný původ výrobků spadajících do tříd 16 a 20, které jsou v podstatě výrobky určenými k balení zboží všeho druhu, totiž zcela jasně není vlastností, jež by určila volbu spotřebitele, který učiní své rozhodnutí na základě takových vlastností, jako jsou rozměry balení nebo jeho odolnost. Pokud jde o služby spadající do tříd 35 a 39, není dán důvod ke zjištění, že původ je vlastností, kterou průměrný spotřebitel zohlední při své volbě. Z toho vyplývá, že předpona „euro" neoznačuje dotčené výrobky a služby ani přímo, ani zmínkou o některé z jejich základních vlastností, a tedy je nepopisuje.

37 Pokud jde dále o výraz „premium", je důležité připomenout, že skutečnost, že podnik nepřímo a abstraktně vychvaluje znamenitost svých výrobků, aniž by přímo a bezprostředně informoval spotřebitele o určitých kvalitách nebo vlastnostech dotyčných výrobků a služeb, spadá do oblasti vyvolání představy, a nikoli označení ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 [rozsudek UltraPlus, uvedený výše v bodě 15, bod 27, a v tomto smyslu rozsudek Soudu ze dne 31. ledna 2001, Sunrider v. OHIM (VITALITE), T-24/00, Recueil, s. II-449, body 22 až 24].

38 Soud tedy rozhodl, že zápis ochranné známky tvořené označeními nebo údaji, které jsou jinak užívány jako reklamní slogany, údaje o kvalitě nebo vyjádření vyzývající ke koupi výrobků nebo služeb, na něž se ochranná známka vztahuje, není jako takový vyloučen z důvodu takového užití za jediné podmínky, že dotčená ochranná známka může být vnímána jako údaj o obchodním původu uvedených výrobků nebo služeb, aby relevantní veřejnost mohla odlišit bez možnosti záměny výrobky nebo služby majitele ochranné známky od výrobků a služeb jiného obchodního původu [rozsudek Soudu ze dne 3. července 2003, Best Buy Concepts v. OHIM (BEST BUY), T-122/01, Recueil, s. II-2235, bod 21].

39 Tato způsobilost označení být vnímáno jako údaj o obchodním původu výrobků a služeb musí být zkoumána v rámci čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94 [rozsudek Soudního dvora ze dne 16. září 2004, SAT.1 SatellitenFernsehen v. OHIM, C-329/02 P, Sb. rozh. s. I-8317, body 23 a 25; rozsudky Soudu ze dne 27. února 2002, Rewe-Zentral v. OHIM (LITE), T-79/00, Recueil, s. II-705, bod 26, a ze dne 30. června 2004, Norma Lebensmittelfilialbetrieb v. OHIM (Mehr für Ihr Geld), T-281/02, Sb. rozh. s. II-1915, bod 24].

40 Z toho vyplývá, že označení mající vychvalující charakter tím, že evokují abstraktní kvality, které podnik hodlá přisoudit svým vlastním výrobkům nebo službám k reklamním účelům, musejí být zkoumána ve vztahu k čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94.

41 Naproti tomu spadá slovní označení pod čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, které je jediným ustanovením dotčeným v této věci, pouze tehdy, pokud slouží k specifickému, jednoznačnému a objektivnímu označení základních vlastností dotčených výrobků a služeb [viz v tomto smyslu rozsudek VITALITE, uvedený výše v bodě 37, bod 23; rozsudky Soudu ze dne 5. dubna 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft v. OHIM (EASYBANK), T-87/00, Recueil, s. II-1259, body 29 a 31, a UltraPlus, uvedený výše v bodě 15, bod 28].

42 Krom toho, jak správně připomněla žalobkyně, Soud již rozhodl, že lichotící výraz, takový jako UltraPlus, nepopisuje dotčené výrobky a služby, v tomto případě plastové nádobí do trouby, neboť neumožňuje spotřebiteli vytvořit si bezprostředně a bez dalšího přemýšlení konkrétní a přímou spojitost s dotyčnými výrobky (rozsudek UltraPlus, uvedený výše v bodě 15, bod 26, a v tomto smyslu rozsudek VITALITE, uvedený výše v bodě 37, body 22 až 24).

43 Slovo „premium" ve významu přijatém odvolacím senátem je pouze vychvalujícím výrazem, jenž má evokovat vlastnost, kterou žalobkyně zamýšlí přisoudit vlastním výrobkům, aniž by informovala spotřebitele o specifických a objektivních vlastnostech nabízených výrobků nebo služeb. Tento výraz tedy nemůže ani přímo, ani poukazem na jejich základní vlastnosti sloužit k označení druhu dotyčných výrobků nebo služeb.

44 Vzhledem k tomu tedy, že slovní označení EUROPREMIUM není tvořeno prvky popisujícími dotyčné výrobky a služby, nejsou rozsudky Soudního dvora Campina Melkunie, uvedený výše v bodě 20, a Koninklijke KPN Nederland, uvedený výše v bodě 20, jichž se OHIM dovolává, v projednávaném případě relevantní. Nyní zbývá pouze přezkoumat, zda přes chybějící popisný charakter částí, jimiž je dotčené slovní označení tvořeno, umožňuje toto slovní označení jako celek cílové veřejnosti vytvořit si bezprostřední a konkrétní spojitost s výrobky a službami, pro něž byl zápis požadován.

45 V tomto ohledu je třeba podotknout, že odvolací senát v napadeném rozhodnutí neprokázal, že výraz „EUROPREMIUM" jako celek je nebo může být druhovým nebo obvyklým označením pro identifikaci nebo charakterizaci výrobků určených k balení, uspořádání nebo přepravě, reklamních služeb, řízení a podpory v oblasti obchodní činnosti nebo přepravních a skladovacích služeb [viz v tomto smyslu rozsudek Soudu ze dne 27. února 2002, Eurocool Logistik v. OHIM (EUROCOOL), T-34/00, Recueil, s. II-683, bod 50]. Napadené rozhodnutí se omezuje na konstatování, že toto slovní označení evokuje u spotřebitele dojem evropských výrobků a služeb vysoké kvality, aniž by bylo prokázáno, že tato vlastnost umožní spotřebiteli vytvořit si bezprostředně a bez dalšího přemýšlení přímou a konkrétní spojitost s výše uvedenými výrobky a službami.

46 Odvolací senát tak tím, že ve svém rozboru nevycházel z dotčených výrobků a služeb a neprokázal, že slovní označení EUROPREMIUM chápané jako odkaz na výrobky a služby evropského původu a vysoké kvality může sloužit k přímému označení uvedených výrobků a služeb, porušil čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

47 Napadené rozhodnutí tedy musí být zrušeno.

K nákladům řízení

48 Podle čl. 87 odst. 2 jednacího řádu Soudu bude účastníku řízení, který byl ve sporu neúspěšný, uložena náhrada nákladů řízení, pokud druhý účastník, který byl ve sporu úspěšný, náhradu nákladů ve svém návrhu požadoval. Vzhledem k tomu, že OHIM byl ve sporu neúspěšný, je namístě uložit mu náhradu nákladů řízení vzniklých žalobkyni v souladu s jejími návrhy.

Z těchto důvodů

SOUD (třetí senát)

rozhodl takto:

1) **Rozhodnutí čtvrtého odvolacího senátu Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) ze dne 20. června 2003 (věc R 348/2002-4) se zrušuje.**

2) **Žalovanému se ukládá náhrada nákladů řízení.**

Azizi Jaeger Czúcz

Takto vyhlášeno na veřejném zasedání v Lucemburku dne 12. ledna 2005.

Vedoucí soudní kanceláře

H. Jung

Předseda

M. Jaeger