ROZSUDOK SÚDU PRVÉHO STUPŇA (tretia komora)
z 12. januára 2005 *

Vo veci T-334/03,

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH, v zastúpení: pôvodne G. Lindhofer, neskôr K.-U. Jonas, advokáti, s adresou na doručovanie v Luxemburgu,

žalobkyňa,

proti

Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu (ochranné známky a vzory) (ÚHVT), v zastúpení: pôvodne U. Pfleghar a G. Schneider, neskôr A. von Mühlendahl a G. Schneider, splnomocnení zástupcovia,

žalovanému,

ktorej predmetom je žaloba podaná proti rozhodnutiu štvrtého odvolacieho senátu ÚHVT z 20. júna 2003 (vec R 348/2002-4), týkajúcemu sa zápisu slovného označenia EUROPREMIUM ako ochrannej známky Spoločenstva,

* Jazyk konania: nemčina.

SÚD PRVÉHO STUPŇA EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV
(tretia komora),

v zložení: predseda komory J. Azizi, sudcovia M. Jaeger a O. Czúcz,
tajomník: B. Pastor, zástupkyňa tajomníka,

so zreteľom na žalobu podanú do kancelárie Súdu prvého stupňa 29. septembra 2003,

so zreteľom na vyjadrenie k žalobe podané do kancelárie Súdu prvého stupňa 23. januára 2004,

po pojednávaní z 29. septembra 2004,

vyhlásil tento

Rozsudok

Okolnosti predchádzajúce sporu

1 Žalobkyňa podala 24. marca 2000 na Úrad pre harmonizáciu vnútorného trhu (ochranné známky a vzory) (ÚHVT) prihlášku ochrannej známky Spoločenstva podľa nariadenia Rady (ES) č. 40/94 z 20. decembra 1993 o ochrannej známke spoločenstva (Ú. v. ES L 11, 1994, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 146) v znení zmien a doplnení.

2 Ochranná známka, o ktorej zápis sa žiadalo, je slovné označenie EUROPREMIUM.

3 Výrobky a služby, pre ktoré sa žiadalo o zápis, patria do tried 16, 20, 35 a 39 v zmysle Niceskej dohody o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb pre zápis známok z 15. júna 1957 v revidovanom a doplnenom znení a zodpovedajú tomuto opisu:

— trieda 16: „Papier, lepenka a výrobky z týchto materiálov..., predovšetkým baliaci papier, vrecia z papiera, obálky z papiera; lepenka a výrobky z lepenky, a to lepenka na balenie a obaly z lepenky na prepravu tovarov všetkých druhov; tlačoviny, noviny, brožúry, periodiká a knihy; etikety (s výnimkou textilných); inštruktážne a vyučovacie pomôcky (s výnimkou prístrojov a zariadení) pre prepravu balíkov a zasielanie listov; plastické materiály na balenie, predovšetkým bublinové obaly z plastu, vrecia, fólie, vrecká na balenie z plastu, baliace materiály z plastu, nádoby z plastu...“,

— trieda 20: „Výrobky z dreva, korku, tŕstia, trstiny, prútia, rohoviny, kosti, slonoviny, veľrybej kosti, lastúr, jantáru, perlete, morskej peny a z náhradiek týchto materiálov alebo z plastov...; predovšetkým nádoby alebo obaly z dreva alebo z plastu (s výnimkou kovových) na prepravu tovarov všetkých druhov, baliaci materiál z plastov, fólie na balenie z plastov, vrecia z plastov, nádoby, debny a palety z dreva alebo z plastov, krabice, nádoby a debny s uzávermi alebo bez nich, police, trojnožky, vrchnáky na nádoby, ozdobný tovar na potravinárske použitie (z plastov), kazety na príbory, nádoby, nádoby na prepravu, sudy, kade, podnosy, stojany na fľaše“,

— trieda 35: „Reklama, riadenie obchodnej činnosti, obchodná administratíva, kancelárske práce, predovšetkým organizácia trhov a výstav...; sledovanie tovarov a balíkov počas ich prepravy pomocou počítača, pomoc pri riadení, a to pomoc pri riadení obchodnej činnosti, poradenstvo pre riadenie, dočasné poskytovanie zamestnancov, zostavovanie štatistík, vedenie účtovných kníh, vykonávanie aukcií a dražieb, prieskum v obchodných záležitostiach, marketing, prieskumy trhu a analýzy trhu, prieskumy verejnej mienky, výzdoba výkladov, podnikové poradenstvo, organizačné poradenstvo, poradenstvo v oblasti obchodnej činnosti, personálne poradenstvo, prenájom kancelárskych strojov a zariadení, sprostredkovanie a uzavieranie obchodov na účet tretích osôb, sprostredkovanie zmlúv o kúpe a predaji tovaru; distribúcia tovaru na reklamné účely, reprodukcia dokumentov; reklama; reklama v rozhlase a televízii; reklama v kinách",

— trieda 39: „Preprava a skladovanie, všetky služby patriace do [uvedenej] triedy..., predovšetkým doprava, skladovanie, odvoz, balenie, uskladnenie, dodanie a elektronické sledovanie zásielok, dokumentov, oznámení, správ, tlače, balíkov a iného tovaru, medzinárodná kuriérska služba, a to cezhraničná individuálna preprava listov, dokumentov a iných písomností prostredníctvom kuriérov s donáškou do domu pomocou osobných automobilov, vlakov, lodí a lietadiel; služby spočívajúce v preprave vyššie uvedených výrobkov, a to ich uloženie a skladovanie, balenie a expedícia, preprava tovaru pomocou osobných automobilov, vlakov, lodí a lietadiel, nakladanie a vykladanie lodí, zachraňovanie lodí a lodných nákladov, nosenie batožiny, skladovanie tovaru, nábytku, preprava peňazí a cenín, sprostredkovateľská služba v oblasti dopravy."

4 Rozhodnutím z 21. februára 2002 prieskumový pracovník zamietol prihlášku na základe článku 38 nariadenia č. 40/94 z dôvodu, že žiadané slovné označenie opisovalo predmetné výrobky a služby a nemalo žiadnu rozlišovaciu spôsobilosť v zmysle článku 7 ods. 1 písm. b) a c) tohto nariadenia.

5 Dňa 22. apríla 2002 žalobkyňa podala na ÚHVT odvolanie proti rozhodnutiu prieskumového pracovníka na základe článkov 57 až 62 nariadenia č. 40/94.

6 Rozhodnutím z 20. júna 2003 (ďalej len „napadnuté rozhodnutie") štvrtý odvolací senát ÚHVT zamietol odvolanie z dôvodu, že článok 7 ods. 1 písm. c) nariadenia predstavuje prekážku zápisu ochrannej známky EUROPREMIUM, keďže táto ochranná známka môže byť vnímaná spotrebiteľmi ako označenie výnimočnej kvality a európskeho pôvodu tých výrobkov a služieb, ktoré sú predmetom prihlášky ochrannej známky.

Návrhy účastníkov konania

7 Žalobkyňa vo svojej žalobe navrhuje, aby Súd prvého stupňa:

— zrušil napadnuté rozhodnutie v rozsahu, v akom ÚHVT podľa jej názoru konštatuje, že ochranná známka EUROPREMIUM nespĺňa podmienky článku 7 ods. 1 písm. b) a c) nariadenia č. 40/94,

— zverejnil ochrannú známku Spoločenstva EUROPREMIUM v súlade s článkom 40 nariadenia č. 40/94,

— subsidiárne vrátil vec odvolaciemu senátu,

— zaviazal ÚHVT na náhradu trov konania.

8 ÚHVT navrhuje, aby Súd prvého stupňa:

— vyhlásil za neprípustné návrhy smerujúce jednak k zrušeniu napadnutého rozhodnutia v rozsahu, v akom bol týmto rozhodnutím zamietnutý zápis ochrannej známky na základe článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94, jednak k uloženiu povinnosti zverejniť túto ochrannú známku ÚHVT, jednak k vráteniu veci odvolaciemu senátu,

— zamietol žalobu v zostávajúcej časti,

— zaviazal žalobkyňu na náhradu trov konania.

9 Listom z 20. septembra 2004 žalobkyňa vzala späť druhý a tretí bod svojich návrhov.

10 Počas pojednávania žalobkyňa upresnila, že svojou žalobou sa domáha zrušenia napadnutého rozhodnutia v rozsahu, v akom ÚHVT konštatovalo, že ochranná známka Spoločenstva EUROPREMIUM nespĺňa podmienky článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94.

Právny stav

11 Na podporu svojej žaloby žalobkyňa uvádza jediný dôvod, vyvodený z porušenia článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia 40/94.

Tvrdenia účastníkov konania

12 Žalobkyňa zdôrazňuje, že rozhodujúci prvok ochrannej známky spočíva v jej spôsobilosti odlíšiť výrobky jedného podniku od výrobkov iného podniku, a pripomína, že posúdenie rozlišovacej spôsobilosti označenia sa musí vykonať v rámci vzťahu medzi označením a určeným výrobkom alebo službou, a nie abstraktným spôsobom.

13 Žalobkyňa tvrdí, že ochranná známka by mala byť zapísaná, pokiaľ nie je po jej celkovom preskúmaní výlučne opisná. Žalobkyňa tvrdí, že rozlišujúce označenie, ktoré môže byť pochopené inak než ako opis výrobku alebo jednej z jeho vlastností, nie je výlučne opisné, a preto by mohlo byť ochrannou známkou.

14 Žalobkyňa dodáva, že výraz „europremium" má viacero významov, a preto by mal byť považovaný za rozlišujúci.

15 Počas pojednávania sa žalobkyňa odvolala na rozsudok Súdu prvého stupňa z 9. októbra 2002, Dart Industries/ÚHVT (UltraPlus) (T-360/00, Zb. s. II-3867). Žalobkyňa pripomína, že Súd prvého stupňa v tomto rozsudku vyslovil, že skutočnosť, že nejaký podnik vychvaľuje, nepriamo a abstraktne, výnimočnosť

svojich výrobkov pomocou označenia UltraPlus bez toho, aby pritom priamo a bezprostredne spotrebiteľa informoval o niektorej z konkrétnych vlastností predmetných výrobkov, patrí do oblasti vytvárania predstáv, a nepredstavuje označenie v zmysle článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 (bod 27 uvedeného rozsudku). Žalobkyňa pripomína, že v tomto rozsudku Súd prvého stupňa zrušil napadnuté rozhodnutie s poukazom na to, že odvolací senát porušil článok 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 tým, že nespojil svoju analýzu s príslušnými výrobkami a nepreukázal, že predmetné slovné označenie mohlo slúžiť na priame označenie týchto výrobkov (bod 29 uvedeného rozsudku).

16 Žalobkyňa sa domnieva, že v prejednávanej veci sa ÚHVT dopustil tej istej chyby, akú Súd prvého stupňa zistil v uvedenom rozsudku, keď konštatoval, že EUROPREMIUM opisuje výrobky a služby uvedené v žiadosti o zápis, aj keď neexistovala priama a konkrétna súvislosť medzi týmito výrobkami a službami a predmetným slovným označením.

17 ÚHVT sa domnieva, že odvolací senát správne vyslovil, že slovné označenie EUROPREMIUM je opisným označením, ktorého zápis ako ochrannej známky musí byť zamietnutý. ÚHVT pripomína, že v súlade s rozsudkom Súdu prvého stupňa z 20. marca 2002, DaimlerChrysler/ÚHVT (CARCARD) (T-356/00, Zb. s. II-1963, bod 30) na zamietnutie zápisu podľa článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 stačí, ak aspoň jeden z možných významov slovného označenia označuje jednu z vlastností dotknutých výrobkov alebo služieb.

18 ÚHVT tvrdí, že kombinácia slov začínajúcich výrazom „euro" musí byť chápaná ako odkaz na Európu, a nie na euro ako jednotnú menu. Čo sa týka slova „premium", ÚHVT tvrdí, že ide o anglické slovo latinského pôvodu, ktoré sa používa v iných jazykoch Európskej únie, a ktoré znamená „výnimočnej kvality" alebo „vysokej kvality". ÚHVT sa domnieva, že tieto dva významy sú zrejmé pre príslušných spotrebiteľov. Z toho podľa ÚHVT vyplýva, že spotrebitelia vnímajú predmetné slovné označenie ako označenie tovarov európskeho pôvodu a vysokej kvality.

19 ÚHVT okrem toho tvrdí, že opisnými označeniami sú nielen také označenia, u ktorých môže byť overená presnosť obsahu, ale aj označenia, ktoré sa, pokiaľ ide o kvalitu alebo ďalšie vlastnosti výrobku, obmedzujú na všeobecné vychvaľovanie. ÚHVT sa domnieva, že označenie, o ktorého zápis sa žiada, opisuje predmetné výrobky a služby, alebo aspoň jednu z ich vlastností spôsobom, ktorý dostatočne odôvodňuje použitie článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94.

20 Počas pojednávania sa ÚHVT odvolalo na dva rozsudky Súdneho dvora z 12. februára 2004, Campina Melkunie (C-265/00, Zb. s. I-1699), a Koninklijke KPN Nederland (C-363/99 Zb. s. I-1619), ktoré sa týkajú výkladu článku 3 ods. 1 písm. c) prvej smernice Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známok (Ú. v. ES L 40, 1989, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 92), ktorého znenie je skoro rovnaké ako znenie článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94. V týchto rozsudkoch Súdny dvor uviedol, že článok 3 ods. 1 písm. c) smernice 89/104 sa má vykladať v tom zmysle, že ochranná známka tvorená slovom alebo novotvarom, ktorý je zložený z prvkov, z ktorých každý opisuje vlastnosti výrobkov alebo služieb, pre ktoré sa žiada o zápis, je sama opisná, s výnimkou prípadu, keď existuje badateľný rozdiel medzi slovom alebo novotvarom a prostým súhrnom prvkov, z ktorých je zložený (body 43, resp. 104 týchto rozsudkov).

21 ÚHVT sa domnieva, že vzhľadom na to, že slovné označenie EUROPREMIUM je zložené z dvoch opisných častí a že neexistuje badateľný rozdiel medzi týmto označením a prostým súhrnom častí, z ktorých pozostáva, odvolací senát oprávnene zamietol zápis.

Posúdenie Súdom prvého stupňa

22 Na základe článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 sa do registra nezapíšu „ochranné známky, ktoré pozostávajú výlučne z označení alebo údajov, ktoré môžu

slúžiť v obchode na označenie druhu, kvality, množstva, zamýšľaného účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu alebo času výroby tovarov alebo poskytovania služieb, prípadne iných vlastností tovarov alebo služieb". Článok 7 ods. 2 nariadenia č. 40/94 okrem toho uvádza, že „odsek 1 sa bude uplatňovať napriek skutočnosti, že dôvody na zamietnutie existujú iba v časti spoločenstva".

23 Článok 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 bráni tomu, aby v ňom uvedené označenia alebo údaje boli vyhradené len pre jeden podnik na základe toho, že boli zapísané ako ochranné známky. Toto ustanovenie teda sleduje cieľ vo všeobecnom záujme, ktorý vyžaduje, aby takéto označenia alebo údaje mohli byť voľne používané všetkými [pozri v tomto zmysle rozsudok Súdneho dvora zo 4. mája 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 a C-109/97, Zb. s. I-2779, bod 25; rozsudky Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Streamserve/ÚHVT (STREAMSERVE), T-106/00, Zb. s. II-723, bod 36, a CARCARD, už citovaný v bode 17 vyššie, bod 24].

24 Označenia a údaje uvedené v článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 sú pritom len tie, ktoré môžu slúžiť pri bežnom používaní, z pohľadu cieľovej skupiny verejnosti, na označenie, priamo alebo uvedením jednej z jeho podstatných vlastností, výrobku alebo služby, pre ktoré sa žiada o zápis (rozsudok Súdneho dvora z 20. septembra 2001, Procter & Gamble/ÚHVT, C-383/99 P, Zb. s. I-6251, bod 39).

25 Z toho vyplýva, že na to, aby označenie spadalo do rámca zákazu uvedeného v tomto ustanovení, musí vytvárať dostatočne priamu a konkrétnu spojitosť s predmetnými výrobkami alebo službami, ktorá by dotknutej verejnosti umožňovala vnímať, okamžite a bez ďalšieho rozmýšľania, opis kategórie predmetných výrobkov a služieb alebo jednej z ich vlastností [pozri v tomto zmysle rozsudky Súdu prvého stupňa zo 7. júna 2001, DKV/ÚVHT (Eurohealth), T-359/99, Zb. s. II-1645, bod 36; UltraPlus, už citovaný v bode 15 vyššie, bod 26, a z 20. júla 2004, Lissotschenko a Hentze/ÚHVT (LIMO), T-311/02, Zb. s. II-2957, bod 30].

26 Posúdenie opisného charakteru označenia preto môže byť vykonané len s odkazom na jeho vzťah k predmetným výrobkom alebo službám a jeho chápanie cieľovou skupinou verejnosťou (rozsudok CARCARD, už citovaný v bode 17 vyššie, bod 25; a rozsudok UltraPlus, už citovaný v bode 15 vyššie, bod 22).

27 V prejednávanej veci sú výrobkami a službami, pre ktoré sa žiadalo o zápis, predovšetkým výrobky z rôznych materiálov určené na balenie, usporiadanie alebo prepravu, na reklamné služby, riadenie a podporu obchodnej činnosti a na prepravné a skladovacie služby.

28 Čo sa týka cieľovej skupiny verejnosti, odvolací senát konštatoval, že príslušnou skupinou verejnosti je verejnosť vo všeobecnosti (bod 9 napadnutého rozhodnutia). Súd prvého stupňa sa v tomto ohľade domnieva, že keďže predmetné výrobky a služby boli určené pre spotrebiteľov vo všeobecnosti, táto analýza odvolacieho senátu bola správna. Okrem toho sa existencia absolútneho dôvodu zamietnutia v prejednávanej veci uplatňovala, ako potvrdil ÚHVT v odpovedi na otázky Súdu prvého stupňa, len vo vzťahu k jednému jazyku používanému v Spoločenstve, a to angličtine (bod 10 napadnutého rozhodnutia). Podľa článku 7 ods. 2 nariadenia č. 40/94 sú teda príslušnou skupinou verejnosti, s odkazom na ktorú je potrebné posúdiť absolútny dôvod zamietnutia, po anglicky hovoriaci priemerní spotrebitelia [pozri v tomto zmysle rozsudok Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Ellos/ ÚHVT (ELLOS), T-219/00, Zb. s. II-753, bod 31].

29 Pokiaľ ide o význam výrazu „europremium", z bodov 10 a 11 napadnutého rozhodnutia vyplýva, že podľa ÚHVT sa predpona „euro" chápe ako odkaz na prídavné meno „európsky", a že „premium" v angličtine znamená „vysokej kvality", a že toto zložené slovo teda vytvára v mysli spotrebiteľa dojem, že výrobky alebo služby sú vysokej kvality a európskeho pôvodu.

30 V tejto súvislosti nemôže, ako tvrdí žalobkyňa, skutočnosť, že výraz „europremium" nemá jasný a určitý význam, ovplyvniť posúdenie opisného charakteru tohto výrazu. Je totiž potrebné pripomenúť, že na to, aby slovné označenie spadalo do rámca článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94, stačí, ak aspoň jeden z možných významov označenia opisuje jednu z vlastností dotknutých výrobkov alebo služieb (rozsudok CARCARD, už citovaný v bode 17 vyššie, bod 30). Je tiež pravda, že výraz „premium" má aj iné významy a že zavedenie jednotnej meny mohlo zmeniť aj v štátoch, ktoré nepatria k Hospodárskej a menovej únii, chápanie predpony „euro" cieľovou skupinou verejnosti. Súd prvého stupňa môže len konštatovať, že význam prijatý odvolacím senátom je len jedným z možných významov výrazu „europremium".

31 Pokiaľ ide o charakter vzťahu medzi slovom „europremium" a dotknutými výrobkami a službami, odvolací senát v bode 12 napadnutého rozhodnutia vyslovil, že tento výraz označuje kvalitu a geografický pôvod týchto výrobkov a služieb.

32 Preto je potrebné preskúmať, či slovné označenie EUROPREMIUM, chápané ako narážka na výrobky a služby európskeho pôvodu a vysokej kvality, predstavuje z pohľadu anglicky hovoriacej verejnosti priamu a konkrétnu spojitosť s dotknutými výrobkami a službami, na základe ktorej by mohlo spadať do rámca zákazu uvedeného v článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94.

33 ÚHVT počas pojednávania tvrdil, že Súdny dvor vyslovil v súvislosti s výkladom smernice 89/104, že ochranná známka tvorená slovom alebo novotvarom, ktorý pozostáva z častí, z ktorých každá opisuje vlastnosti výrobkov alebo služieb, pre ktoré sa žiada o zápis, je sama opisná, s výnimkou prípadu, keď existuje badateľný rozdiel medzi slovom alebo novotvarom a prostým súhrnom častí, z ktorých pozostáva (rozsudky Campina Melkunie, už citovaný v bode 20 vyššie, bod 43, a Koninklijke KPN Nederland, už citovaný v bode 20 vyššie, bod 104).

34 V tejto súvislosti je potrebné si všimnúť, že v uvedených veciach nie sú žiadne pochybnosti o opisnom charaktere častí, z ktorých pozostáva ochranná známka, o ktorej zápis sa žiadalo. V rozpore s tým, čo tvrdí ÚHVT, predmetné slovné označenie v prejednávanej veci nepozostáva z častí opisujúcich výrobky a služby žalobkyne.

35 Po prvé, pokiaľ ide o predponu „euro", je dôležité pripomenúť, že len označenia opisujúce podstatné vlastnosti dotknutých výrobkov alebo služieb, ktoré môžu slúžiť ako také na označenie týchto výrobkov alebo služieb v bežnej reči, spadajú pod zákaz podľa článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 (rozsudok Procter & Gamble/ÚHVT, už citovaný v bode 24 vyššie, bod 39). Odvolací senát teda potom, čo v napadnutom rozhodnutí potvrdil, že predpona „euro" má byť chápaná ako odkaz na pôvod predmetných výrobkov a služieb, nepodal žiadne odôvodnenie, aby preukázal, že pôvod je jednou z podstatných vlastností výrobkov a služieb tvoriacich predmet prihlášky ochrannej známky, ktorú by mohla cieľová verejnosť vziať do úvahy pri svojom rozhodovaní [pozri v tomto zmysle rozsudok ELLOS, už citovaný v bode 28 vyššie, bod 42, a rozsudok Súdu prvého stupňa z 26. novembra 2003, HERON Robotunits/ÚHVT (ROBOTUNITS), T-222/02, Zb. s. II-4995, bod 44] a ktorá tejto verejnosti umožňuje vytvoriť si bezprostredne a bez ďalšieho rozmýšľania konkrétnu a priamu spojitosť s týmito výrobkami a službami. Odvolací senát teda v napadnutom rozhodnutí nepreukázal, že predpona „euro" opisuje predmetné výrobky a služby.

36 V každom prípade Súd prvého stupňa konštatuje, že pôvod nie je jednou z podstatných vlastností výrobkov a služieb súvisiacich s poštovou prepravou. Zemepisný pôvod výrobkov patriacich do tried 16 a 20, ktoré sú v podstate výrobkami určenými na balenie tovarov všetkých druhov, evidentne nie je pre spotrebiteľa rozhodujúcou vlastnosťou pri jeho výbere, ktorý bude založený na takých prvkoch, ako sú rozmery balenia alebo jeho trvanlivosť. Pokiaľ ide o služby patriace do tried 35 a 39, ani tu nie je dôvod domnievať sa, že pôvod je vlastnosťou, akú berie priemerný spotrebiteľ pri svojom výbere do úvahy. Z toho vyplýva, že predpona „euro" neoznačuje predmetné výrobky a služby ani priamo, ani uvedením niektorej z ich podstatných vlastností, a že ich teda neopisuje.

37 Po druhé, pokiaľ ide o výraz „premium", je dôležité pripomenúť, že skutočnosť, že nejaký podnik vychvaľuje nepriamo a abstraktne výnimočnosť svojich výrobkov bez toho, aby pritom spotrebiteľa priamo a bezprostredne informoval o niektorej z konkrétnych kvalít alebo vlastností dotknutých výrobkov a služieb, patrí do oblasti vytvárania predstáv a nepredstavuje označenie v zmysle článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 [rozsudok UltraPlus, už citovaný v bode 15 vyššie, bod 27, a, v tomto zmysle, rozsudok Súdu prvého stupňa z 31. januára 2001, Sunrider/ÚHVT (VITALITE), T-24/00, Zb. s. II-449, body 22 až 24].

38 Súd prvého stupňa teda rozhodol, že zápis ochrannej známky zloženej z označení alebo údajov, ktoré sú okrem iného používané ako reklamné slogany, údaje o kvalite alebo výrazy nabádajúce na kúpu výrobkov alebo služieb, na ktoré sa vzťahuje táto ochranná známka, nie je ako taký vylúčený z dôvodu takéhoto použitia s jedinou podmienkou, že dotknutá ochranná známka môže byť vnímaná ako údaj o obchodnom pôvode uvedených výrobkov a služieb, aby mala príslušná verejnosť možnosť odlíšiť bez možnosti zámeny výrobky alebo služby majiteľa ochrannej známky od výrobkov a služieb iného obchodného pôvodu [rozsudok Súdu prvého stupňa z 3. júla 2003, Best Buy Concepts/ÚHVT (BEST BUY), T-122/01, Zb. s. II-2235, bod 21].

39 Táto spôsobilosť označenia byť vnímané ako údaj o obchodnom pôvode výrobkov a služieb musí byť teda preskúmaná v rámci článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 [rozsudok Súdneho dvora zo 16. septembra 2004, SAT.1 Satelliten Fernsehen/ÚHVT, C-329/02 P, Zb. s. I-8317, body 23 a 25; rozsudky Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Rewe-Zentral/ÚHVT (LITE), T-79/00, Zb. s. II-705, bod 26, a z 30. júna 2004, Norma Lebensmittelfilialbetrieb/ÚHVT (Mehr Für Ihr Geld), T-281/02, Zb. s. II-1915, bod 24].

40 Z toho vyplýva, že označenia, ktoré majú vychvaľujúci charakter, sa preto, že evokujú abstraktné kvality, ktoré určitý podnik zamýšľa prisúdiť svojim vlastným výrobkom alebo službám na reklamné účely, preskúmajú so zreteľom na článok 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94.

41 Naopak, aby slovné označenie spadalo do rámca článku 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94, čo je jediné dotknuté ustanovenie v prejednávanej veci, musí slúžiť na konkrétne, jednoznačné a objektívne označenie podstatných vlastností dotknutých výrobkov a služieb [pozri v tomto zmysle rozsudok VITALITE, už citovaný v bode 37 vyššie, bod 23; rozsudky Súdu prvého stupňa z 5. apríla 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/ÚHVT (EASYBANK), T-87/00, Zb. s. II-1259, body 29 a 31, a UltraPlus, už citovaný v bode 15 vyššie, bod 28].

42 Okrem toho, ako správne pripomenula žalobkyňa, Súd prvého stupňa už rozhodol, že vychvaľujúci výraz, ako je UltraPlus, neopisuje dotknuté výrobky a služby, v tomto prípade riad do rúry z plastov, pretože neumožňuje spotrebiteľovi vytvoriť si bezprostredne a bez ďalšieho rozmýšľania priamy a konkrétny vzťah k dotknutým výrobkom a službám (rozsudok UltraPlus, už citovaný v bode 15 vyššie, bod 26, a, v tomto zmysle, rozsudok VITALITE, už citovaný v bode 36 vyššie, body 22 až 24).

43 Slovo „premium" je však vo význame, ktorý zistil odvolací senát, len vychvaľujúcim výrazom, ktorý má evokovať vlastnosti, ktoré chce žalobkyňa prisúdiť vlastným výrobkom, bez toho, aby informovala spotrebiteľa o konkrétnych a objektívnych vlastnostiach ponúkaných výrobkov alebo služieb. Tento výraz teda nemôže ani priamo, ani s odkazom na ich podstatné vlastnosti, slúžiť na označenie druhu dotknutých výrobkov alebo služieb.

44 Vzhľadom na to, že slovné označenie EUROPREMIUM nepozostáva z častí opisujúcich dotknuté výrobky a služby, rozsudky Súdneho dvora Campina Melkunie, už citovaný v bode 20 vyššie, a Koninklijke KPN Nederland, už citovaný v bode 20 vyššie, na ktoré sa odvoláva ÚHVT, nie sú v prejednávanej veci relevantné. Zostáva už len preskúmať, či napriek chýbajúcemu opisnému charakteru častí, z ktorých pozostáva predmetné slovné označenie, umožňuje toto slovné označenie ako celok cieľovej verejnosti vytvoriť si bezprostredne a bez ďalšieho rozmýšľania priamu a konkrétnu spojitosť s výrobkami a službami, pre ktoré sa žiadal zápis.

45 V tomto smere je potrebné zdôrazniť, že odvolací senát v napadnutom rozhodnutí nepreukázal, že výraz „EUROPREMIUM" ako celok je, alebo by mohol byť, druhovým alebo obvyklým označením pre identifikáciu alebo charakterizovanie výrobkov určených na balenie, usporiadanie alebo prepravu, reklamné služby, riadenie a podporu obchodnej činnosti alebo na prepravné a skladovacie služby [pozri v tomto zmysle rozsudok Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Eurocool Logistik/ÚHVT (EUROCOOL), T-34/00, Zb. s. II-683, bod 50]. Napadnuté rozhodnutie sa obmedzuje na konštatovanie, že slovné označenie vyvoláva u spotrebiteľa dojem európskych výrobkov a služieb vysokej kvality, bez toho, aby sa preukázalo, že táto vlastnosť umožní spotrebiteľovi vytvoriť si bezprostredne a bez ďalšieho rozmýšľania priamu a konkrétnu spojitosť s vyššie uvedenými výrobkami a službami.

46 Odvolací senát teda porušil článok 7 ods. 1 písm. c) nariadenia č. 40/94 tým, že nespojil svoju analýzu s príslušnými výrobkami a službami, a tým, že nepreukázal, že slovné označenie EUROPREMIUM, chápané ako odkaz na výrobky a služby, ktoré sú európskeho pôvodu a vysokej kvality, môže slúžiť na priame označenie uvedených výrobkov a služieb.

47 Napadnuté rozhodnutie musí preto byť zrušené.

O trovách

48 Podľa článku 87 odseku 2 Rokovacieho poriadku Súdu prvého stupňa účastník konania, ktorý nemal vo veci úspech, je povinný nahradiť trovy konania, ak to bolo v tomto zmysle navrhnuté. Keďže ÚHVT nemal vo veci úspech, je opodstatnené zaviazať ho na náhradu trov konania v súlade s návrhom žalobkyne.

Z týchto dôvodov

SÚD PRVÉHO STUPŇA (tretia komora)

rozhodol a vyhlásil:

1. **Rozhodnutie štvrtého odvolacieho senátu Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu (ochranné známky a vzory) z 20. júna 2003 (vec R 348/2002-4) sa zrušuje.**

2. **Žalovaný je povinný nahradiť trovy konania.**

Azizi Jaeger Czúcz

Rozsudok bol vyhlásený na verejnom pojednávaní v Luxemburgu 12. januára 2005.

Tajomník

H. Jung

Predseda komory

M. Jaeger