Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (prvi senat)

z dne 18. oktobra 2016*

„Znamka Evropske unije — Prijava besedne znamke Evropske unije BRAUWELT — Absolutni razlogi za zavrnitev — Opisnost — Neobstoj razlikovalnega učinka — Člen 7(1)(b) in (c) Uredbe (ES) št. 207/2009 — Razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo — Člen 7(3) Uredbe št. 207/2009 — Pravica do izjave — Obveznost obrazložitve — Člen 75 Uredbe št. 207/2009“

V zadevi T-56/15,

Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG s sedežem v Nürnbergu (Nemčija), ki jo zastopa M. Höfler, odvetnik,

tožeča stranka,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa A. Schifko, agent,

tožena stranka,

zaradi tožbe zoper odločbo četrtega odbora za pritožbe pri EUIPO z dne 4. decembra 2014 (zadeva R 1121/2014-4) v zvezi z registracijo besednega znaka BRAUWELT kot znamke Evropske unije,

SPLOŠNO SODIŠČE (prvi senat),

ob posvetovanju v sestavi H. Kanninen, predsednik, I. Pelikánová (poročevalka), sodnica, in E. Buttigieg, sodnik,

sodni tajnik: E. Coulon,

na podlagi tožbe, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložene 2. februarja 2015,

na podlagi odgovora na tožbo, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vloženega 21. aprila 2015,

na podlagi replike, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložene 6. julija 2015,

na podlagi tega, da glavni stranki v roku treh tednov od vročitve obvestila o koncu pisnega dela postopka nista vložili predloga, naj se opravi obravnava, in na podlagi sklepa Splošnega sodišča v skladu s členom 106(3) Poslovnika, da bo o tožbi odločilo brez ustnega dela postopka, izreka naslednjo

* Jezik postopka: nemščina.

Sodbo

Dejansko stanje

1 Tožeča stranka, Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG, je 2. avgusta 2013 pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1) vložila zahtevo za registracijo znamke Evropske unije.

2 Znamka Evropske unije, katere registracija se zahteva, je besedni znak BRAUWELT.

3 Proizvodi in storitve, za katere je bila zahtevana registracija, spadajo v razrede 9, 16, 32, 35, 38, 41, 42 in 43 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in za vsakega od teh razredov ustrezajo temu opisu:

— razred 9: „računalniški programi in programska oprema, zlasti aplikacijski programi (aplikacije, prenosljive); nosilci podatkov (posneti ali neposneti)“;

— razred 16: „brošure; revije; katalogi; knjige, tudi kot zbirka posameznih listov“;

— razred 32: „pivo; hmeljevi ekstrakti za izdelavo piva“;

— razred 35: „prirejanje sejmov in razstav na področju pivovarstva, pijač in prehrane za gospodarske in oglasne namene; dokumentacijske storitve za gospodarske namene; trženje z naslovi; zbiranje in nudenje informacij na internetu, in sicer tržnih in prodajnih informacij; prirejanje in organizacija sejmov, tudi v elektronski obliki“;

— razred 38: „nudenje dostopa do informacij na internetu; nudenje dostopa do računalniških programov in aplikacij (uporabniška programska oprema) na internetu; priprava internetnih portalov za tretjo osebo; nudenje dostopa do informacijskih ponudb na internetu; zbiranje, dostava in posredovanje sporočil na internetu; nudenje dostopa do podatkovnih baz; nudenje dostopa do računalniške programske opreme, podatkov, slike, avdio in/ali video informacij na internetu; ponudba elektronskih oglasnih plošč“;

— razred 41: „organizacija in izvajanje seminarjev in delavnic, tudi v elektronski obliki; športne in kulturne dejavnosti; organizacija in izvedba glasbenih, kulturnih, turističnih in drugih prostočasnih prireditev; informacije o rekreativnih in razvedrilnih prireditvah; usposabljanje; razvedrilo; založniške storitve, zlasti objavljanje elektronskih knjig in revij na spletu ter pisanje in izdajanje besedil; predlogi na spletu, zlasti informacije na področju hrane in pijač (izobraževanje o prehrani)“;

— razred 42: „razvoj in oblikovanje programske opreme, zlasti uporabniške programske opreme; priprava platform na internetu; ponudba platforme za elektronsko poslovanje na internetu“;

— razred 43: „strežba hrane in pijače“.

4 Preizkuševalec je z odločbo z dne 14. marca 2014 zavrnil registracijo za vse zadevne proizvode in storitve, ker je znamka, za katero se zahteva prijava, opisna znamka v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 in brez slehernega razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) te uredbe.

5 Tožeča stranka je 24. aprila 2014 na podlagi členov od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009 zoper odločbo preizkuševalca vložila pritožbo pri EUIPO.

6 Četrti odbor za pritožbe pri EUIPO je z odločbo z dne 4. decembra 2014 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) zavrnil pritožbo. Na prvem mestu, menil je, da glede na to, da je prijavljena znamka sestavljena iz nemških besed, upoštevno javnost predstavljajo nemški in avstrijski končni potrošniki ter strokovnjaki. Na drugem mestu, ugotovil je, da prijavljena znamka pomeni „svet pivovarstva“ oziroma „svet izdelave piva“ in za nemško govorečega potrošnika opisuje prodajno mesto oziroma veliko ponudbo proizvodov in storitev v zvezi z izdelavo piva. Na tretjem mestu, menil je, da prijavljena znamka označuje predmet in tematsko usmeritev zadevnih proizvodov in storitev, mesto njihove prodaje oziroma ponudbe. Menil je, da so lahko vsi zadevni proizvodi in storitve, ki jih zajema prijavljena znamka, del široke ponudbe informacij in storitev na temo pivovarstva ali izdelave piva. Odbor za pritožbe je na podlagi tega sklepal, da znamka v tej zadevi opisuje vrsto oziroma predmet zadevnih proizvodov in storitev v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009. Na četrtem mestu, odbor za pritožbe je menil, da ker je znamka opisna, nima razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Na petem mestu, odbor za pritožbe je menil, da tožeča stranka ni predložila dovolj dokazov za razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo prijavljene znamke v smislu člena 7(3) Uredbe št. 207/2009.

Predlogi strank

7 Tožeča stranka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

— razveljavi izpodbijano odločbo;

— spremeni izpodbijano odločbo tako, da se prijavljena znamka registrira za vse proizvode in storitve, na katere se prijava nanaša;

— podredno, spremeni izpodbijano odločbo tako, da se prijavljena znamka registrira za proizvode „revije, ki so specializirane za področje pivovarstva“;

— EUIPO naloži plačilo stroškov.

8 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

— zavrne tožbo;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

1. *Dopustnost drugega in tretjega tožbenega predloga*

9 EUIPO trdi, da drugi in tretji tožbeni predlog nista dopustna v delu, v katerem tožeča stranka zahteva, naj mu Splošno sodišče naloži odredbo.

10 Tožeča stranka izpodbija trditve EUIPO in na eni strani pojasnjuje, da je drugi tožbeni predlog dopusten predlog za spremembo, in na drugi, da tretji tožbeni predlog predstavlja pogojno omejitev seznama proizvodov in storitev, na katere se nanaša prijavljena znamka.

11 Uvodoma je treba navesti, da je tretji tožbeni predlog neodvisno od dejstva, da temelji na pogojni omejitvi seznama proizvodov in storitev, na katere se nanaša prijavljena znamka, tako kot drugi tožbeni predlog, predlog za spremembo, s katerim se predlaga, naj Splošno sodišče registrira to znamko.

12 V zvezi s tem je Splošno sodišče na podlagi člena 65(3) Uredbe št. 207/2009 sicer pristojno za spremembo odločbe odbora za pritožbe. Glede na to je ta pristojnost za spremembo namenjena temu, da Splošno sodišče sprejme odločitev, ki bi jo moral sprejeti odbor za pritožbe, v skladu z določbami Uredbe št. 207/2009, kar pomeni, da je treba dopustnost predloga za spremembo presojati glede na pristojnosti, ki jih ima ta odbor za pritožbe (sklep z dne 30. junija 2009, Securvita/UUNT (Natur-Aktien-Index), T-285/08, EU:T:2009:230, točki 14 in 15).

13 Čeprav registracija znamke Evropske unije izhaja iz ugotovitve, da so izpolnjeni vsi pogoji iz člena 45 Uredbe št. 40/94, oddelki EUIPO, pristojni za registracijo znamk Unije, v zvezi s tem ne sprejmejo uradne odločbe, zoper katero bi bilo mogoče vložiti pritožbo. Zato odbor za pritožbe, ki lahko na podlagi člena 64(1) Uredbe št. 207/2009 bodisi izvršuje katero koli pooblastilo v pristojnosti oddelka, ki je izdal odločbo, zoper katero je bila vložena pritožba, bodisi preda primer temu oddelku v nadaljnjo obravnavo, ni pristojen za odločanje o predlogu, naj registrira znamko Unije. Zato Splošno sodišče ni pristojno za odločanje o predlogu za spremembo, katerega namen je, da tako spremeni odločbo odbora za pritožbe (glej v tem smislu sklep z dne 30. junija 2009, Natur-Aktien-Index, T-285/08, EU:T:2009:230, točke od 16 do 23).

14 Glede na zgoraj navedeno je treba drugi in tretji tožbeni predlog zavreči kot nedopustna.

2. *Dokazi, ki so bili prvič predloženi pri Splošnem sodišču*

15 EUIPO izpodbija dopustnost prilog tožbe od K.24 do K.30 in K.33, ker naj bi bile prvič predložene pri Splošnem sodišču, ne da bi bile vložene v spis EUIPO.

16 V zvezi s tem iz ustaljene sodne prakse izhaja, da je namen tožbe pred Splošnim sodiščem nadzor zakonitosti odločb odborov za pritožbe pri EUIPO v smislu člena 65 Uredbe št. 207/2009, zato naloga Splošnega sodišča ni ponovno preučevanje dejanskih okoliščin ob upoštevanju dokumentov, ki so bili prvič predloženi pred njim. Izločiti je torej treba priloge tožbe od K.24 do K.30 in K.33, ne da bi bilo treba preučiti njihovo dokazno vrednost (glej v tem smislu sodbo z dne 24. novembra 2005, Sadas/UUNT – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, točka 19 in navedena sodna praksa).

3. *Utemeljenost*

17 Tožeča stranka v utemeljitev tožbe navaja tri tožbene razloge, in sicer se prvi nanaša na kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe, drugi se nanaša na kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe, tretji pa se nanaša na kršitev člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe.

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe

18 Tožeča stranka odboru za pritožbe očita, da je kršil obveznost obrazložitve, da je napačno ugotovil opisnost prijavljene znamke za vse proizvode in storitve, na katere se prijava nanaša, in da je kršil njeno pravico do izjave.

Kršitev obveznosti obrazložitve

19 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil obveznost obrazložitve s tem, da ni preučil, ali je bila prijavljena znamka opisna za vsak proizvod in za vsako storitev, ki sta bila določena v zahtevi za registracijo, in s tem, da se pavšalno sklicuje na vse proizvode, navedene v vsakem razredu.

20 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

21 Iz sodne prakse izhaja, da če se zahteva registracija znamke za različne proizvode ali storitve, mora odbor za pritožbe konkretno preveriti, da v zvezi z vsakim od teh proizvodov ali storitev za zadevno znamko ne velja nobeden od razlogov za zavrnitev registracije, ki so določeni v členu 7(1) Uredbe št. 207/2009, zaradi česar bi lahko prišlo do različnih sklepov glede na obravnavane proizvode ali storitve. Zato mora odbor za pritožbe, če zavrne registracijo znamke, v svoji odločbi pri vsakem od proizvodov in storitev, navedenih v zahtevi za registracijo, in neodvisno od načina, kako je bila ta zahteva sestavljena, navesti ugotovitev, do katere je prišel (glej sodbo z dne 2. aprila 2009, Zuffa/UUNT (ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP), T-118/06, EU:T:2009:100, točka 27 in navedena sodna praksa).

22 Vendar pa lahko odbor za pritožbe, kadar velja isti razlog za zavrnitev za kategorijo ali skupino proizvodov ali storitev, navede le skupno obrazložitev za vse zadevne proizvode ali storitve, če je z vsemi dejanskimi in pravnimi ugotovitvami, ki tvorijo obrazložitev zadevne odločbe, prvič, za vsakega od proizvodov in storitev, ki spadajo v to kategorijo, dovolj pojasnjeno razlogovanje odbora za pritožbe, in drugič, če se lahko brez razlikovanja uporablja za vsakega od zadevnih proizvodov in storitev. Le dejstvo, da so zadevni proizvodi ali storitve v istem razredu Nicejskega aranžmaja, za to ne zadostuje (glej v tem smislu sodbo z dne 2. aprila 2009, ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP, T-118/06, EU:T:2009:100, točki 27 in 28 in navedena sodna praksa).

23 V točki 16 izpodbijane odločbe se namreč odbor za pritožbe sklicuje na „računalniške programe“, ki vključujejo „programsko opremo“, in na „nosilce podatkov“ iz razreda 9 ter na „brošure“, „revije“, „kataloge“ in „knjige“ iz razreda 16. V točki 17 izpodbijane odločbe je bilo preučeno „pivo“, „hmeljevi ekstrakti“ iz razreda 32 ter „strežba hrane in pijače“ iz razreda 43. V točki 18 izpodbijane odločbe je odbor za pritožbe razvrstil storitve iz razreda 35 na dve podkategoriji; prva se nanaša na področje trženja in druga na prirejanje sejmov. V točki 19 izpodbijane odločbe se obrazložitev glede storitev iz razredov 38 in 42 nanaša na tri podkategorije, ki se najprej nanašajo na pripravo portalov, nato na nudenje dostopa do informacijskih ponudb, računalniških programov, podatkovnih baz in nazadnje na ustrezne storitve programiranja. Nazadnje je v točki 20 izpodbijane odločbe odbor za pritožbe razlikoval štiri podkategorije med storitvami iz razreda 41, in sicer osnovno usposabljanje in stalno usposabljanje, športne in kulturne dejavnosti, razvedrilo in založniške storitve.

24 Odbor za pritožbe je s tem, da je preučil opisnost prijavljene znamke glede na kategorije proizvodov in storitev, katerih ustreznost tožeča stranka ne izpodbija, ravnal v skladu s pravili, navedenimi zgoraj v točkah 21 in 22.

25 Zato je treba ta očitek zavrniti.

Opisnost prijavljene znamke glede proizvodov in storitev, ki so navedeni v zahtevi za registracijo

26 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe napačno menil, da je prijavljena znamka opisna za navedene proizvode in storitve v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009.

27 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

28 V skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 se ne registrirajo znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali označbe, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve.

29 V skladu s sodno prakso člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 preprečuje, da bi bili znaki ali označbe, ki jih navaja, zaradi svoje registracije kot znamka pridržani le enemu podjetju. Ta določba tako zasleduje cilj v splošnem interesu, ki zahteva, da lahko vsakdo prosto uporablja take znake ali označbe (sodba z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 31).

30 Poleg tega se znaki ali označbe, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo lastnosti proizvoda ali storitve, za katere je zahtevana registracija, na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 štejejo za neustrezne za izpolnitev bistvene vloge znamke, in sicer za identificiranje trgovskega izvora proizvoda ali storitve, da bi s tem potrošniku, ki je proizvod ali storitev, ki sta označena z znamko, kupil, omogočili, da pri kasnejšem nakupu izbere enako, če je bila izkušnja pozitivna, oziroma izbere drugače, če je bila ta negativna (sodba z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 30).

31 Znaki in označbe iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 so tisti, ki pri običajni uporabi z vidika upoštevne javnosti lahko označujejo proizvode ali storitve, za katere se zahteva registracija, bodisi neposredno bodisi z navedbo ene od njihovih bistvenih lastnosti (sodba z dne 20. septembra 2001, Procter & Gamble/UUNT, C-383/99 P, EU:C:2001:461, točka 39).

32 Iz tega izhaja, da mora imeti znak za to, da je zajet s prepovedjo iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, dovolj neposredno in konkretno zvezo z obravnavanimi proizvodi ali storitvami, in sicer tako, da zadevni javnosti omogoča, da nemudoma in brez pomisleka prepozna opis zadevnih proizvodov in storitev ali eno od njihovih lastnosti (sodba z dne 14. junija 2007, Europig/UUNT (EUROPIG), T-207/06, EU:T:2007:179, točka 27).

33 Opozoriti je treba tudi, da zato, da bi se znamka, ki je sestavljena iz neologizma ali iz besede, nastale iz kombinacije elementov, štela za opisno v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, ni dovolj, da se ugotovi morebitna opisnost za vsakega od teh elementov. Tako lastnost je treba ugotoviti tudi za neologizem ali samo besedo (sodba z dne 12. januarja 2005, Wieland-Werke/UUNT (SnTEM, SnPUR, SnMIX), od T-367/02 do T-369/02, EU:T:2005:3, točka 31; glej tudi po analogiji sodbi z dne 12. februarja 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, točka 96, in z dne 12. februarja 2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, točka 37).

34 Znamka, ki je sestavljena iz neologizma ali iz besede, ki je sestavljena iz elementov, od katerih vsak opisuje značilnosti proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, opisuje značilnosti teh proizvodov ali storitev v skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, razen če obstaja opazna razlika med neologizmom ali besedo in zgolj skupkom elementov, ki jo sestavljajo. To predpostavlja, da zaradi neobičajnosti kombinacije v zvezi z navedenimi proizvodi ali storitvami neologizem ali beseda ustvarjata dovolj drugačen vtis od tistega, ki nastane zgolj z združitvijo označb, ki jih vsebujejo elementi, ki jo sestavljajo, tako da ima prednost pred skupkom navedenih elementov. V zvezi s tem je pomembna tudi analiza zadevnega izraza ob upoštevanju ustreznih leksikalnih in slovničnih pravil (sodba z dne 12. januarja 2005, SnTEM, SnPUR, SnMIX, od T-367/02 do T-369/02, EU:T:2005:3, točka 32; glej tudi po analogiji sodbi z dne 12. februarja 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, točka 104, in z dne 12. februarja 2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, točka 43).

35 Tožeča stranka v tej zadevi ne izpodbija ugotovitev odbora za pritožbe, da so proizvodi in storitve, ki jih določa prijavljena znamka, na eni strani namenjeni končnim potrošnikom in strokovnjakom, in na drugi, da je treba upoštevati nemško govorečo nemško in avstrijsko javnost, saj je prijavljena znamka sestavljena iz nemških izrazov. Ker te ugotovitve niso napačne, jih je treba upoštevati.

36 Tožeča stranka pa izpodbija presoje odbora za pritožbo v zvezi s pomenom prijavljene znamke in njeno opisnostjo. Poleg tega trdi, da bi moral odbor za pritožbe upoštevati prejšnje registracije besednega znaka Brauwelt, katerih imetnik je tožeča stranka, in druge registracije ter odločbe, ki se nanašajo na enake ali podobne znake.

– Pomen prijavljene znamke

37 Na prvem mestu, glede elementa „brau“ tožeča stranka trdi, da v nasprotju s tem, kar je bilo ugotovljeno v odločbi preizkuševalca, spletni slovar *Duden* ne dopušča sklepanja, da bi bil to element tvorjenja besed; ta element naj se tudi ne bi kot tak pojavil v drugih referenčnih delih. Prav tako so se rezultati iskanja na spletnih iskalnikih v nemškem jeziku nanašali le na izraz „bräu“ ali na družinski priimek Brau ali na uporabo elementa „brau“ kot znamke ali kot ime družbe.

38 V vsakem primeru tožeča stranka meni, da tudi če je element „brau“ dejansko element tvorjenja besed, naj bi bil sam šibek in brez konkretnega pomena, razlaga, v skladu s katero naj bi se nanašal na dejavnost izdelave piva na splošno, pa naj bi bila preveč nedoločna.

39 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 13 izpodbijane odločbe ugotovil, da je element „brau“ element tvorjenja besed, ki se v besednih zvezah nanaša na dejavnost izdelave piva. V utemeljitev te ugotovitve je predložil več primerov sestavljenih besed, v katerih je element „brau“ in ki so uporabljene na seznamu proizvodov, na katere se nanaša prijavljena znamka, v dokazih, ki mu jih je predložila tožeča stranka in spletnemu slovarju *Duden*.

40 Iz teh primerov dejansko izhaja, da bo element „brau“, uporabljen v sestavljeni besedi, upoštevna javnost razumela, kot da se nanaša na dejavnost izdelave piva, kar kaže na to, da je presoja odbora za pritožbe pravilna.

41 Te ugotovitve trditve tožeče stranke ne omajajo. Čeprav tožeča stranka na eni strani trdi, da se element „brau“ ne pojavi v referenčnih delih, v nasprotju s tem, kar naj bi ugotovil preizkuševalec, pa vendar ne izpodbija obstoja in razlage sestavljenih besed, ki jih je navedel odbor za pritožbe. Poleg tega se elementi, ki jih je navedla in ki se nanašajo na rezultate spletnih iskalnikov v nemškem jeziku, nanašajo na uporabo elementa „brau“ in ne na uporabo tega izraza v sestavljeni besedi, kot je izraz „brauwelt“ v tem primeru.

42 Razlaga elementa „brau“, kot jo je podal odbor za pritožbe, ima na drugi strani – v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka – konkreten semantični pomen, saj je izdelava piva določeno področje človeške dejavnosti.

43 Glede na zgoraj navedeno je treba presojo odbora za pritožbe v zvezi s pomenom elementa „brau“ potrditi.

44 Na drugem mestu, tožeča stranka trdi, da element „welt“ ni sopomenka za prodajno mesto. Prav tako naj v nasprotju s tem, kar je trdil preizkuševalec, ta element „welt“ ne bi določal kraja, kjer se izdeluje pivo, saj Brauwelt ni kraj.

45 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 14 izpodbijane odločbe menil, da besedni element „welt“ dobesedno določa območje ali zaprto okolje in da se pogosto uporablja za določitev prodajnih mest, ki ponujajo velik izbor oziroma široko ponudbo proizvodov in storitev na specifičnem področju, tako kot ustrezni izraz v angleškem jeziku „world“.

46 Medtem ko je odbor za pritožbe svojo ugotovitev, v skladu s katero se izraz „welt“ redno uporablja za določitev kraja prodaje, utemeljil z odločbami Splošnega sodišča in EUIPO, pa tožeča stranka svoje nasprotne trditve po eni strani ni utemeljila z nobeno trditvijo ali konkretnim elementom.

47 Po drugi strani pa je njena trditev brezpredmetna v delu, v katerem tožeča stranka trdi, da upoštevna javnost elementa „welt“ ne bo razumela kot kraja izdelave piva, ker odbor za pritožbe ni potrdil ugotovitve preizkuševalca v tem smislu.

48 V teh okoliščinah je treba potrditi presojo odbora za pritožbe v zvezi s pomenom elementa „welt“.

49 Na tretjem mestu, v zvezi s pomenom prijavljene znamke kot celote tožeča stranka trdi, da odbor za pritožbe tega ni dovolj preučil. V zvezi s tem ponavlja svojo utemeljitev v zvezi z dejstvom, da naj bi bil sam element „brau“ brez konkretne semantične vsebine, kar naj bi pomenilo, da mora biti v nemščini ob njem vedno še en element, ki njegov pomen natančneje določi. Ker pa naj element „welt“ tudi ne bi imel konkretnega pomena v kontekstu izdelave piva, naj bi bil izraz „brauwelt“ popolnoma nedoločen, nenavaden in izviren. Pomeni, ki jih je ugotovil odbor za pritožbe, naj bi bili namreč zelo nedoločni.

50 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 15 izpodbijane odločbe navedel, da izraz „brauwelt“, obravnavan kot celota, pomeni „svet pivovarstva“ oziroma „svet izdelave piva“ in se nanaša na spletno stran oziroma široko ponudbo proizvodov in storitev, povezanih z dejavnostjo izdelave piva.

51 Tako je odbor za pritožbe, drugače kot trdi tožeča stranka, preučil pomen prijavljene znamke kot celote. Poleg tega pri njegovi presoji ni bilo nobene napake, zato je trditve tožeče stranke ne ovržejo.

52 Navesti je namreč treba, da gre pri prijavljeni znamki zgolj za postavitev – v skladu z nemškimi skladenjskimi in slovničnimi pravili – dveh elementov enega ob drugem, ki imata vsak svojo konkretno semantično vsebino, pri tem pa neomemba izraza „brauwelt“ v referenčnih delih v zvezi s tem ni upoštevna (glej v tem smislu in po analogiji sodbo z dne 12. januarja 2000, DKV/UUNT (COMPANYLINE), T-19/99, EU:T:2000:4, točka 26).

53 Poleg tega kombinacija teh dveh elementov tudi ne presega vsote označb, ki ju vsebujeta, in je neologizem, ki ima določen pomen kot celota in se nanaša na veliko tržno ponudbo na področju izdelave piva.

54 V teh okoliščinah je treba potrditi pomen prijavljene znamke kot celote, ki ga je ugotovil odbor za pritožbe.

– Povezava med prijavljeno znamko in proizvodi in storitvami, navedenimi v zahtevi za registracijo

55 Tožeča stranka trdi, da prijavljena znamka ne opisuje proizvodov in storitev, navedenih v zahtevi za registracijo.

56 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

57 Tožeča stranka uvodoma trdi, da element „brau“ ne označuje niti proizvoda, niti storitve niti njunih lastnosti. Element „welt“ naj v pomenu „prodajno mesto“ ali „ponudba proizvodov“ ne bi mogel opisovati zadevnih proizvodov in storitev, ki zlasti niso komercialne storitve iz razreda 35, in to toliko bolj, ker naj element „brau“ ne bi omogočal identifikacije predlaganih konkretnih proizvodov ali storitev. V teh okoliščinah tožeča stranka meni, da je prijavljena znamka preveč nedoločna, da bi lahko obstajalo dovolj neposredno ali konkretno razmerje, ki ga zahteva člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009.

58 Teh uvodnih trditev ni mogoče sprejeti. Kot namreč izhaja iz preučitve iz točk od 37 do 54 zgoraj, se prijavljena znamka, celotno gledano, nanaša na prodajno mesto ali na široko ponudbo proizvodov in storitev, povezanih z dejavnostjo izdelave piva. Zato lahko prijavljena znamka tako, kot je v bistvu ugotovil odbor za pritožbe v točkah 15 in 21 izpodbijane odločbe, na splošno posreduje označbo glede tematskega predmeta proizvoda ali storitve, glede njegove vrste in glede kraja njegove prodaje ali opravljanja storitve.

59 Glede vprašanja, ali take označbe dejansko opisujejo zadevne proizvode in storitve, na katere se v tem primeru nanaša prijavljena znamka, je tožeča stranka predložila več trditev.

60 Tako trdi, prvič, da „svet izdelave piva“, kot tematski predmet proizvodov iz razredov 9 in 16, v nasprotju s tem, kar je ugotovil odbor za pritožbe, ne obstaja. Dodaja, da podatkov in nosilcev podatkov iz razreda 9 ter, posledično, proizvodov iz razreda 16, na splošno ne določa njihova vsebina.

61 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 16 izpodbijane odločbe menil, da prijavljena znamka na eni strani označuje tematski predmet „računalniških programov“ in „nosilcev podatkov“ iz razreda 9 in na drugi „brošur“, „revij“, „katalogov“ in „knjig“ iz razreda 16, in sicer svet izdelave piva.

62 Ta presoja je pravilna, ker je, v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, predmet proizvodov in storitev iz razredov 9 in 16 lahko dejavnost izdelave piva. Zlasti v nasprotju s tem, kar na eni strani trdi tožeča stranka, da če se s prijavljeno znamko označi „nosilce podatkov“, se lahko zadevno javnost takoj obvesti o bistveni lastnosti teh proizvodov, in sicer o njihovem tematskem predmetu (glej po analogiji sodbo z dne 17. septembra 2008, Prana Haus/UUNT (PRANAHAUS), T-226/07, neobjavljena, EU:T:2008:381, točka 33). Na drugi strani naslov knjige, kataloga ali brošure oziroma ime revije pogosto označujeta tematsko vsebino teh publikacij, in potrošniki ter strokovnjaki na splošno izberejo publikacije v glavnem glede na njihovo vsebino ali na njihov predmet (glej v tem smislu sodbo z dne 23. septembra 2015, Reed Exhibitions/UUNT (INFOSECURITY), T-633/13, neobjavljena, EU:T:2015:674, točka 54).

63 Drugič, tožeča stranka glede proizvodov iz razreda 32 in storitev iz razreda 43 trdi, da v nasprotju s tem, kar je ugotovil preizkuševalec, prijavljene znamke ni mogoče razumeti, kot da določa kraj izdelave piva, glede na običaje izdelovalcev piva v zvezi z označevanjem z znamkami.

64 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 17 izpodbijane odločbe menil, da prijavljeno znamko upoštevna javnost razume, kot da se nanaša na kraj prodaje ali opravljanja storitve, v katerem se ponujajo pivo in hmeljevi ekstrakti iz razreda 32 ali storitve strežbe hrane in pijače iz razreda 43.

65 Ta presoja ni napačna. Poleg tega ne temelji na razlagi, v skladu s katero naj bi prijavljena znamka označevala kraj izdelave piva, tako da je trditev, navedena zgoraj v točki 63, brezpredmetna.

66 Tretjič, tožeča stranka glede storitev iz razreda 35 trdi, da odbor za pritožbe na eni strani priznava, da ni običajno, da se jih označuje po njihovi tematski usmeritvi, in na drugi vseeno trdi, da bo upoštevna javnost prijavljeno znamko dojela kot označbo teme organiziranega sejma ali razstave. Trdi, da so v resnici znamke specializiranih sejmov pogosto nakazovalne in šibko razlikovalne, ne da bi bile opisne.

67 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 18 izpodbijane odločbe menil, da prijavljena znamka označuje temo zadevnih storitev, in sicer dejstvo, da gre za sejme in razstave s področja izdelave piva in da so storitve trženja namenjene izrecno pivovarnam. Dodal je, da tudi če ni običajno, da se zadevne storitve označi glede na njihov tematski predmet, lahko upoštevna javnost, takoj ko vidi prijavljeno znamko, neposredno razume, da se znamka nanaša na te storitve.

68 Na eni strani si te ugotovitve, drugače kot trdi tožeča stranka, ne nasprotujejo. Kot namreč izhaja iz točke 67 zgoraj, odbor za pritožbe ni kategorično ugotovil, da ni običajno, da se storitve iz razreda 35 označi glede na njihov tematski predmet, ampak je le priznal to možnost, da bi kasneje pojasnil, da ne vpliva na dojemanje upoštevne javnosti.

69 Na drugi strani je presoja odbora za pritožbe pravilna. Čeprav je namreč mogoče, da so znamke, ki označujejo specializirane sejme in razstave pogosto nakazovalne, ne da bi bile opisne, tako ni v primeru prijavljene znamke, ki neposredno obvešča upoštevno javnost, da se sejem ali razstava nanaša na področje pivovarstva. Glede storitev trženja tožeča stranka ne ugovarja ugotovitvi, ki ni napačna, v skladu s katero so te storitve lahko namenjene posebno pivovarnam, tako da upoštevna javnost lahko prijavljeno znamko razlaga tako, da se nanaša na njihov predmet.

70 Četrtič, tožeča stranka trdi, da so storitve iz razredov 38 in 42 tehnične narave, zato prijavljena znamka glede teh storitev ni opisna, ampak nasprotno, precej izvirna. Dodaja, da je odbor za pritožbe pomešal ime spletnega portala s tehničnimi storitvami, ki se nudijo tretjim osebam za delovanje tega portala in na katere se nanaša prijavljena znamka.

71 V zvezi s tem je odbor za pritožbe v točki 19 izpodbijane odločbe menil, da so storitve iz razredov 38 in 42 sestavljene iz treh skupin, in sicer iz priprave portalov, ponujanja dostopa do informacijskih ponudb, računalniških programov, podatkovnih baz in ustrezne storitve programiranja. Menil je, da prijavljena znamka označuje dejstvo, da so zadevne storitve namenjene portalom, katerih predmet je izdelava piva oziroma se nanašajo na dostop do informacij na tem področju.

72 Ta presoja pa je pravilna, saj upoštevna javnost prijavljeno znamko dejansko lahko razume, kot da določa temo portalov ali informacij, na katere se nanašajo zadevne storitve. Poleg tega se glede na preudarek odbora za pritožbe ne zdi, da je v presoji pomešal tehnične storitve, ki so potrebne za delovanje spletnega portala, katerega predmet je izdelava piva, z imenom tega portala.

73 Petič, tožeča stranka glede storitev iz razreda 41 izpodbija opisno naravo prijavljene znamke glede „športnih dejavnosti“ ter „organizacije in izvedbe glasbenih prostočasnih prireditev“.

74 Glede „športnih dejavnosti“ je odbor za pritožbe v točki 20 izpodbijane odločbe pravilno ugotovil, da je izdelava piva tradicija in da ima v Nemčiji in v Avstriji kulturni pomen, zato so organizirane številne prireditve s športnimi elementi, kot je tekmovanje v kotaljenju pivskih sodov.

75 Res je, kot v bistvu trdi tožeča stranka, da zadevne dejavnosti niso zelo razširjene športne discipline in vključujejo pomemben element zabave. Vendar na eni strani pojem športne dejavnosti nikakor ni nezdružljiv s pojmom zabava. Na drugi strani so zadevne dejavnosti tekmovalne dejavnosti, ki zahtevajo fizični napor sodelujočih, kar pomeni, da odbor za pritožbe ni storil napake pri presoji s tem, ko jih je opredelil kot „športne dejavnosti“.

76 Drugače kot trdi tožeča stranka, ki svojih trditev ne utemeljuje s konkretnimi argumenti, je glede „organizacije in izvedbe glasbenih prostočasnih prireditev“ odbor za pritožbe v točki 20 izpodbijane odločbe pravilno menil, da bi zadevne prireditve lahko bile povezane s svetom izdelave piva, zato bi upoštevna javnost prijavljeno znamko lahko razlagala, kot da se nanaša na to značilnost.

– Upoštevanje prejšnjih registracij in odločb

77 Tožeča stranka trdi, da odbor za pritožbe ni upošteval prejšnjih registracij besednega znaka Brauwelt, katerega imetnik je. Trdi, da te registracije tretjim osebam preprečujejo uporabo tega znaka, zato potrebe po razpoložljivosti, ki je podlaga za absolutni razlog za zavrnitev, ki je določen v členu 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, v tej zadevi ni mogoče uporabiti.

78 Tožeča stranka poleg tega opozarja, da iz odločbe drugega odbora za pritožbe z dne 22. novembra 2005 (zadeva R 137/2005-2) izhaja, da znak Brauwelt ne opisuje storitev iz razredov 35, 41 in 42, ki so enake ali podobne tem iz pričujočega primera.

79 Na zadnjem mestu, tožeča stranka navaja več registracij znakov, ki so enaki ali podobni prijavljeni znamki in ki naj bi jih uveljavljala pri odboru za pritožbe.

80 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

81 Iz sodne prakse izhaja, da mora EUIPO glede na načeli enakega obravnavanja in dobrega upravljanja v okviru preučitve zahteve za registracijo znamke Evropske unije upoštevati odločbe, ki so bile že sprejete o podobnih zahtevah, in posvetiti posebno pozornost vprašanju, ali je treba odločiti v enakem smislu (glej v tem smislu sodbo z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točki 73 in 74).

82 Načeli enakega obravnavanja in dobrega upravljanja pa morata biti vendarle usklajeni s spoštovanjem zakonitosti. Zato oseba, ki zahteva registracijo znaka kot znamke Evropske unije, v svojo korist ne bi smela uveljavljati mogoče nezakonitosti iz preteklosti, da bi bila upravičena do enake odločbe. Poleg tega mora biti preizkus vsake zahteve za registracijo iz razlogov pravne varnosti in ravno dobrega upravljanja strog in celosten, zato da ne bi bilo neupravičene registracije znamk. Ta preizkus je treba opraviti v vsakem posameznem primeru. Registracija znaka kot znamke je namreč odvisna od posebnih meril, ki se uporabljajo za dejansko stanje obravnavanega primera in ki so namenjena preverjanju, ali sporni znak ne spada med razloge za zavrnitev (glej v tem smislu sodbo z dne 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/UUNT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, točke od 75 do 77).

83 V teh okoliščinah se glede na to, da iz preučitve iz točk od 28 do 76 zgoraj izhaja, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je prijavljena znamka za vse zadevne proizvode in storitve opisna v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, tožeča stranka ne more uspešno sklicevati na prejšnje registracije in odločbe, ki jih navaja.

84 Glede na zgoraj navedeno je treba očitek glede tega, da prijavljena znamka ne opisuje zadevnih proizvodov in storitev, zavrniti.

Kršitev pravice tožeče stranke do izjave

85 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil njeno pravico do izjave, s tem ko je prvič v izpodbijani odločbi navedel, na eni strani dejstvo, da je „brau“ element tvorjenja besed, in na drugi strani, da je tekmovanje v kotaljenju sodov primer športne dejavnosti, povezane s svetom izdelave piva.

86 V skladu s členom 75, drugi stavek, Uredbe št. 207/2009, ki v pravu znamk ureja splošno načelo varstva pravice do obrambe in zlasti pravico do izjave, lahko odločbe EUIPO temeljijo le na razlogih, na katere so imele zadevne stranke priložnost podati pripombe.

87 V tem primeru je glede prve trditve tožeče stranke, čeprav se preizkuševalec ni izrecno skliceval na dejstvo, da je „brau“ element tvorjenja besed, pa je vendar menil, da bi upoštevna javnost pomen tega elementa razumela glede na to, da pozna besede in izraze, ki ga vsebujejo. Preizkuševalec je torej dejansko izpostavil funkcijo elementa „brau“ kot elementa tvorjenja besed in tožeča stranka je lahko razumela to trditev, saj je njeno utemeljenost in njeno upoštevnost izpodbijala pred odborom za pritožbe.

88 Glede druge trditve je res, da se preizkuševalec v svoji odločbi ni skliceval na tekmovanje v kotaljenju sodov. Vendar je sklicevanje odbora za pritožbe na to tekmovanje, kot trdi EUIPO, le primer za ponazoritev splošne trditve, da je prijavljeno znamko mogoče dojeti, kot da se nanaša na dejstvo, da so „športne dejavnosti“ iz razreda 41 povezane z izdelavo piva in so torej opisne glede teh storitev v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009. Ker pa je ta zadnja ugotovitev izhajala iz odločbe preizkuševalca, ni mogoče šteti, da izpodbijana odločba glede tega temelji na razlogu, glede katerega tožeča stranka ni mogla izraziti svojega stališča.

89 V teh okoliščinah je treba očitek glede kršitve pravice tožeče stranke do izjave zavrniti.

90 Glede na navedeno je treba prvi tožbeni razlog zavrniti.

Drugi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009

91 Tožeča stranka odboru za pritožbe očita, da je neobstoj razlikovalnega učinka prijavljene znamke ugotovil iz njene opisne narave, ne da bi ločeno preučil uporabo člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009 in ne da bi uporabo te določbe utemeljil glede na različne proizvode in storitve, na katere se nanaša prijavljena znamka, obravnavane posamično.

92 Poudariti je treba, da je iz ustaljene sodne prakse razvidno, da je besedna znamka, ki je glede lastnosti proizvodov ali storitev v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 opisna, zaradi tega dejstva nujno brez slehernega razlikovalnega učinka glede teh proizvodov ali storitev v smislu člena 7(1)(b) te uredbe (glej sodbi z dne 8. julija 2004, TELEPHARMACY SOLUTIONS, T-289/02, EU:T:2004:227, točka 24 in navedena sodna praksa, in z dne 1. februarja 2013, Ferrari/UUNT (PERLE'), T-104/11, neobjavljena, EU:T:2013:51, točka 32 in navedena sodna praksa).

93 Ker je odbor za pritožbe pravilno sklepal, da je znamka BRAUWELT glede zadevnih proizvodov in storitev opisna v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, je iz tega na podlagi te sodne prakse lahko sklepal, da je treba registracijo zavrniti tudi na podlagi člena 7(1)(b) te uredbe, ne da bi bilo treba to obrazložiti.

94 Zato je treba drugi tožbeni razlog zavrniti kot neutemeljen.

Tretji tožbeni razlog: kršitev člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe

95 Prvič, tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil njeno pravico do izjave, ki je določena v členu 75 Uredbe št. 207/2009, ker ni imela možnosti, da se izreče o pomanjkljivostih, ki jih je slednji ugotovil, glede dokazov, ki so bili predloženi za utemeljitev pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo v smislu člena 7(3) Uredbe št. 207/2009.

96 Drugič, odbor za pritožbe naj pravno ne bi dovolj utemeljil zavrnitve uporabe člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 glede specializiranih revij, seminarjev, storitev obveščanja, tehničnih storitev in drugih proizvodov in storitev, ki niso navedeni v izpodbijani odločbi.

97 Tretjič, odbor za pritožbe naj bi kršil člen 7(3) Uredbe št. 207/2009 s tem, da je menil, da pridobitev razlikovalnega učinka za specializirane revije, razstavne kataloge, prirejanje sejmov in piva, ni bila izkazana.

98 V teh okoliščinah je poleg tega tožeča stranka podredno izjavila, da če njenemu glavnemu zahtevku ne bo ugodeno, registracijo prijavljene znamke zahteva na podlagi pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo za „specializirane revije na področju pivovarstva“ in da umika prijavo znamke za proizvode in storitve, glede katerih znak Brauwelt ne more biti zaščiten.

99 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

100 Pred obravnavo vseh treh očitkov tožeče stranke je treba uvodoma preučiti predmet spora glede uporabe člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 ob upoštevanju postopka pred odborom za pritožbe in izjav tožeče stranke, navedenih zgoraj v točki 98.

Predmet spora

101 Na prvem mestu, glede obsega uveljavljanja pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo in posledično predmeta tretjega tožbenega razloga, je treba navesti, da je v uvodni točki V. dela vloge, v kateri so predstavljeni pritožbeni razlogi pred odborom za pritožbe, tožeča stranka kratko navedla pridobitev razlikovalnega učinka prijavljene znamke.

102 Tožeča stranka je v nadaljevanju glede na to izrecno zatrjevala ta razlikovalni učinek le glede specializiranih revij, storitev obveščanja, seminarjev in knjig. Poleg tega je zatrjevala „široko uporabo“ prijavljene znamke glede razstavnih katalogov, storitev prirejanja sejmov in razstav, piva in upravljanja spletnih strani na področju izdelave piva. Čeprav je trdila, da je prijavljena znamka postala „znana“ na podlagi te uporabe, pa ni izrecno opredelila pravnih posledic dejstva, da je postala znana.

103 Odbor za pritožbe je v točki 7 izpodbijane odločbe navedel, da je bil razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, uveljavljan za specializirane revije, storitve obveščanja, seminarje in knjige. Poleg tega je, čeprav izrecnega uveljavljanja ni bilo, opravil presojo tudi glede pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo glede razstavnih katalogov, storitev prirejanja sejmov in razstav ter piva.

104 V teh okoliščinah je treba preučiti le očitke tožeče stranke, ki so bili navedeni v okviru tretjega tožbenega razloga v zvezi s proizvodi in storitvami, ki ustrezajo kategorijam, naštetim zgoraj v točki 103. Uporaba člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 za proizvode in storitve, za katere ni bil izrecno ali implicitno uveljavljan razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, ni bila del predmeta postopka pred odborom za pritožbe in posledično izpodbijane odločbe.

105 Zlasti v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, predmet spora glede tretjega tožbenega razloga ne vključuje tehničnih storitev s področja telekomunikacij in informatike iz razredov 38 in 42. Na eni strani namreč glede teh storitev ni bil izrecno uveljavljan razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo. Na drugi strani trditve in dokazi, ki jih je tožeča stranka predložila pri odboru za pritožbe, ne predstavljajo implicitnega uveljavljanja, predvsem glede na to, da edini element, ki se v kakšni koli meri nanaša na telekomunikacije in informatiko, in sicer na to, da tožeča stranka upravlja spletne strani, spada v ponudbo storitev obveščanja in ne med tehnične storitve.

106 Na drugem mestu, iz vloge, v kateri so navedeni pritožbeni razlogi pred odborom za pritožbe izhaja, da je tožeča stranka uveljavljala in želela dokazati razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, glede podkategorije „specializiranih revij“, in ne za širšo kategorijo revij s seznama proizvodov in storitev, na katere se nanaša prijavljena znamka.

107 V zvezi s tem je treba opozoriti, da na podlagi člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 absolutni razlogi za zavrnitev iz člena 7(1), od (b) do (d), te uredbe ne nasprotujejo registraciji znamke, če je ta z uporabo pridobila razlikovalni učinek za proizvode ali storitve, za katere se zahteva registracija.

108 Zato je treba načeloma pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo dokazati za celotno kategorijo proizvodov in storitev, za katero se je uporabil zadevni razlog zavrnitve, kot je navedena na seznamu proizvodov in storitev, na katere se nanaša prijavljena znamka, in ne za podkategorijo.

109 To pravilo ne posega v to, da lahko v skladu s členom 43(1) Uredbe št. 207/2009 prijavitelj kadar koli umakne prijavo za znamko Evropske unije ali zoži seznam blaga ali storitev, ki jih ta vsebuje.

110 V tem primeru pa iz elementov spisa in zlasti ne iz vloge, v kateri so navedeni razlogi za pritožbo pred odborom za pritožbe, čeprav je tožeča stranka izrecno uveljavljala razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, za podkategorijo „specializiranih revij“, ne izhaja, da bi hkrati na enak način zožila kategorijo „revij“ s seznama proizvodov in storitev, na katere se nanaša prijavljena znamka.

111 Posledično je odbor za pritožbe v točki 27 izpodbijane odločbe pravilno ugotovil, da je treba razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, dokazati za kategorijo „revije“.

112 Na tretjem mestu, glede podredne zožitve kategorije „revije“ na „specializirane revije na področju pivovarstva“ in pogojni umik prijave znamke za proizvode in storitve, glede katerih znak Brauwelt ne more biti zaščiten, ki ju je vložila tožeča stranka pri Splošnem sodišču, je treba navesti, da ti izjavi glede na svoje besedilo spadata v tretji tožbeni predlog. Ker pa ta tožbeni predlog ni dopusten iz razlogov, navedenih zgoraj v točkah od 11 do 14, so zadevni zahtevki brezpredmetni.

113 Vsekakor pa je treba opozoriti, tudi če zožitev kategorije „revije“ spada v prvi tožbeni predlog, da lahko Splošno sodišče upošteva zožitev v smislu člena 43(1) Uredbe št. 207/2009, ki je bila izvedena po sprejetju izpodbijane odločbe, če prijavitelj le zoži predmet spora, tako da nekatere kategorije proizvodov in storitev umakne s seznama proizvodov in storitev, ki so navedeni v prijavi znamke. Kadar pa ta zožitev povzroči spremembo predmeta spora, ker se z njo uvedejo novi elementi, ki jih odbor za pritožbe ni preučil pri sprejetju izpodbijane odločbe, je Splošno sodišče načeloma ne sme upoštevati. Tako je zlasti, kadar zožitev proizvodov in storitev vsebuje specifikacije, ki lahko vplivajo na določitev ciljne javnosti in s tem spremenijo dejanski okvir, ki je bil predložen odboru za pritožbe (glej v tem smislu sodbo z dne 27. februarja 2008, Citigroup/UUNT – Link Interchange Network (WORLDLINK), T-325/04, neobjavljena, EU:T:2008:51, točki 26 in 27).

114 V pričujočem primeru je tožeča stranka zožitev podala tako, da je natančneje opredelila kategorijo „revije“, tako da je dodala opis „specializirane na področju pivovarstva“. Ta natančnejša opredelitev vpliva na opredelitev upoštevne javnosti, ker želi iz slednje izključiti široko javnost in posledično spreminja dejanski okvir pred odborom za pritožbe. Zato je Splošno sodišče ne sme upoštevati.

115 Glede pogojnega umika prijave znamke za druge kategorije proizvodov in storitev je ta zahtevek izrecno odvisen od rezultata presoje utemeljenosti tožbe, zato ne more vplivati na obseg spora, ki je predložen Splošnemu sodišču. Torej to tudi tega ne sme upoštevati.

Kršitev pravice tožeče stranke do izjave

116 Tožeča stranka trdi, da se lahko razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo na podlagi člena 7(3) Uredbe št. 207/2009, prvič uveljavlja pred odborom za pritožbe, zato faza, v kateri je uveljavljala zadnjo določbo, zanjo ne bi smela imeti škodljivih učinkov. Zato tožeča stranka meni, da bi jo moral odbor za pritožbe bodisi zaslišati glede zatrjevane nezadostnosti predloženih dokazov bodisi zadevo predložiti preizkuševalcu, da o njih odloči na prvi stopnji. Odbor za pritožbe naj bi s tem, da je odločil neposredno na podlagi člena 7(3) Uredbe št. 207/2009, torej kršil pravico do izjave tožeče stranke, ki jo ureja člen 75 te uredbe in naj bi bila s tem prikrajšana za odločanje na eni od stopenj postopka.

117 EUIPO oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

118 Na prvem mestu, glede vprašanja, ali bi odbor za pritožbe zadevo moral predložiti preizkuševalcu, je gotovo res, da nobena določba Uredbe št. 207/2009 ne nasprotuje temu, da se razlikovalni učinek prijavljene znamke, pridobljen z uporabo v smislu člena 7(3) te uredbe, prvič uveljavlja pred odborom za pritožbe kot odziv na odločbo preizkuševalca, v skladu s katero se na zadevno znamko nanaša eden izmed absolutnih razlogov za zavrnitev iz člena 7(1), od (b) do (d), te uredbe.

119 Odbor za pritožbe glede na to v skladu s členom 64(1) Uredbe št. 207/2009 po preučitvi utemeljenosti pritožbe odloči o pritožbi in lahko pri tem izvršuje katero koli pooblastilo v pristojnosti oddelka, ki je izdal izpodbijano odločbo. Iz te določbe izhaja, da zaradi učinka pritožbe zoper odločbo preizkuševalca o zavrnitvi registracije odbor za pritožbe lahko izvede nov celotni preizkus utemeljenosti zahteve za registracijo glede dejstev in glede prava (sodba z dne 3. julija 2013, Airbus/UUNT(NEO), T-236/12, EU:T:2013:343, točka 21). Zato je med drugim odbor za pritožbe pristojen za odločanje o zahtevi za priznanje razlikovalnega učinka prijavljene znamke, pridobljenega z uporabo, v smislu člena 7(3) Uredbe št. 207/2009.

120 Odboru za pritožbe ne bi smela biti odvzeta ta pristojnost le zato, ker je prijavitelj znamke izbral, da razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, prvič uveljavlja v pritožbenem postopku. V tem primeru namreč izguba ene stopnje odločanja, ki jo v tem primeru tožeča stranka očita, izhaja le iz ravnanja prijavitelja znamke, ne pa iz kršitve njenih procesnih pravic, za katere bi bili odgovorni oddelki EUIPO.

121 Posledično je treba ugotoviti, da odboru za pritožbe zadeve ni bilo treba predložiti preizkuševalcu.

122 Na drugem mestu, glede vprašanja, ali bi moral odbor za pritožbe tožečo stranko zaslišati glede nezadostnosti dokazov, ki jih je predložila tožeča stranka, je bilo že zgoraj v točki 86 navedeno, da člen 75, drugi stavek, Uredbe št. 207/2009 v okviru prava znamk ureja splošno načelo varstva pravice do obrambe in zlasti pravice do izjave.

123 Ta pravica pa ne zahteva, da mora odbor za pritožbe pri EUIPO – preden zavzame dokončno stališče o presoji dokazov, ki jih je ena stranka predložila – tej dati novo možnost, da se glede navedenih dokazov izjavi (glej sodbo z dne 19. januarja 2012, UUNT/Nike International, C-53/11 P, EU:C:2012:27, točka 53 in navedena sodna praksa).

124 Zato odboru za pritožbe ni bilo treba niti obvestiti tožeče stranke, da trditve in dokaze, ki jih je ta stranka predložila, ni štel za zadostne, niti ji dati priložnost, da predloži nova stališča in dodatne dokaze.

125 V teh okoliščinah poleg tega tožeča stranka napačno trdi, da bi jo odbor za pritožbe moral, če je v izpodbijani odločbi nameraval navesti nov razlog za zavrnitev, ki se nanaša na člen 7(3) Uredbe št. 207/2009, predhodno zaslišati. Ta zadnja določba, katere uporabo mora zahtevati prijavitelj znamke, ni absolutni razlog za zavrnitev, ampak nasprotno – gre za izjemo od teh razlogov, določenih v členu 7(1), od (b) do (d), te uredbe.

126 Glede na zgoraj navedeno je treba očitek glede kršitve pravice do izjave zavrniti.

Kršitev obveznosti obrazložitve

127 Prvič, glede na to, kar je bilo glede obsega uveljavljanja pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo ugotovljeno zgoraj v točkah od 101 do 105, ni treba preučiti očitka kršitve obveznosti obrazložitve glede proizvodov in storitev, ki niso tisti iz kategorij iz točke 103 zgoraj, in zlasti glede tehničnih storitev.

128 Drugič, v nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, je odbor za pritožbe v točkah od 26 do 28 izpodbijane odločbe preučil uporabo prijavljene znamke za specializirano revijo *Brauwelt*, kot izhaja iz dokazov, ki so bili v zvezi s tem predloženi, in zlasti iz prometa prodaje te revije. Posledično je treba ugotoviti, da odbor za pritožbe ni kršil obveznosti obrazložitve glede kategorije „revije“.

129 Tretjič, tožeča stranka je v vlogi, v kateri so bili navedeni pritožbeni razlogi pred odborom za pritožbe, trdila, da so bile revije namenjene posredovanju informacij na različnih področjih, zato je pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo glede „revij“ obsegala tudi storitve obveščanja, knjige in seminarje. Ta trditev tožeče stranke je bila ponovljena v povzetku njene obrazložitve v točki 7 izpodbijane odločbe. V teh okoliščinah obrazložitev, ki jo je v točkah od 26 do 28 podal odbor za pritožbe glede kategorije „revije“, posredno ampak nujno velja za storitve obveščanja, za knjige in za seminarje in to še toliko bolj, ker se točka 27 izpodbijane odločbe ne nanaša le na navedene proizvode ampak tudi storitve.

130 V zvezi s tem je gotovo res, da je tožeča stranka utemeljila uveljavljanje pridobitve razlikovalnega učinka glede storitev obveščanja, knjig in seminarjev z dodatnimi elementi, in sicer po eni strani z zapriseženo izjavo M. S. (v nadaljevanju: zapriseženа izjava), ki se je med drugim nanašala na objavo knjig in na upravljanje spletnih strani, posvečenih področju izdelave piva, in po drugi z reklamnim prospektom za seminar, ki se nanaša na isto področje, ki naj bi ga organizirala (v nadaljevanju: prospekt).

131 Zapriseženа izjava in prospekt se navajata kot dokaza, ki ju je predložila tožeča stranka, v točki 6 izpodbijane odločbe, kar kaže na to, da gre za dokaza, ki ju je pri presoji upošteval odbor za pritožbe. V teh okoliščinah je treba ugotoviti, da se obrazložitev odbora za pritožbo v točkah od 26 do 28 izpodbijane odločbe uporablja tudi za dokaze za pridobitev razlikovalnega učinka z uporabo za storitve obveščanja, knjige in seminarje.

132 Zato je treba zavrniti očitek, s katerim se zatrjuje kršitev obveznosti obrazložitve.

Dokaz o pridobitvi razlikovalnega učinka z uporabo

133 V skladu s členom 7(3) Uredbe št. 207/2009 absolutni razlogi za zavrnitev, navedeni v členu 7(1), od (b) do (d), iste uredbe, ne nasprotujejo registraciji znamke, če je ta za blago ali storitve, za katere je zahtevana registracija, z uporabo pridobila razlikovalni učinek.

134 V zvezi s tem je iz sodne prakse razvidno, da se za pridobitev razlikovalnega učinka znamke z uporabo zahteva, da zaradi znamke vsaj znaten del upoštevne javnosti zadevne proizvode ali storitve zaznava, kot da izvirajo iz določenega podjetja (glej sodbo z dne 29. aprila 2004, Eurocermex/UUNT (Oblika steklenice piva), T-399/02, EU:T:2004:120, točka 42 in navedena sodna praksa).

135 V tem primeru je tožeča stranka v utemeljitev pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo odboru za pritožbe predložila naslednje dokaze:

— anketo, ki jo je izvedlo podjetje pri 200 nemških in avstrijskih strokovnjakih iz pivovarskega sektorja (v nadaljevanju: anketa);

— zapriseženo izjavo;

— članek iz spletne enciklopedije „Wikipedia“ glede revije *Brauwelt*;

— izvod revije *Brauwelt*;

— izvlečki iz publikacij v zvezi z razstavo „drinktec“;

— slike z razstavne stojnice;

— končno poročilo razstave „drinktec“ in izvleček spletne strani razstave „BrauBeviale“;

— reklamni prospekt za seminar, ki se nanaša na izdelavo piva;

— nalepke s steklenic piva.

136 Odbor za pritožbe je v točkah od 26 do 29 izpodbijane odločbe menil, da ti elementi niso zadostovali za dokaz, da je prijavljena znamka pridobila razlikovalni učinek z uporabo glede proizvodov in storitev, za katere je bil ta razlikovalni učinek uveljavljan.

137 Na prvem mestu, tožeča stranka to presojo izpodbija s tem, da trdi, da je bil razlikovalni učinek pridobljen z uporabo prijavljene znamke za revijo s tem imenom, ki je podprta z anketo, zapriseženo izjavo, člankom iz spletne enciklopedije „Wikipedia“ in primerkom te revije.

138 V zvezi s tem je bilo zgoraj v točki 111 ugotovljeno, da je odbor za pritožbe pravilno menil, da je bilo treba razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, izkazati za kategorijo „revije“. Ker je ta kategorija proizvodov namenjena strokovnjakom in širši javnosti, upoštevna javnost, glede katere je treba dokazati pridobitev razlikovalnega učinka, vključuje ti dve skupini potrošnikov, kot je to ugotovil odbor za pritožbe v točki 27 izpodbijane odločbe.

139 Kot pa je pravilno ugotovil odbor za pritožbe, ker je revija Brauwelt, ki jo je izdala tožeča stranka, specializirana revija, dokazi, ki jih je predložila slednja, potrjujejo le to, kako strokovna javnost uporablja in dojema prijavljeno znamko, čemur pa tožeča stranka tudi ne nasprotuje.

140 Na drugem mestu, v delu, v katerem tožeča stranka uveljavlja pridobitev razlikovalnega učinka za storitve obveščanja, seminarje in knjige na podlagi uporabe prijavljene znamke za specializirane revije, prav tako velja razlogovanje odbora za pritožbe iz točk od 26 do 28 izpodbijane odločbe, na katero je bilo opozorjeno zgoraj v točkah 138 in 139, v skladu s katerim je bila ta uporaba izkazana le glede dela upoštevne javnosti. Tako kot revije so namreč tri zgoraj navedene kategorije proizvodov in storitev lahko namenjene tako specializirani kot širši javnosti.

141 Enako razmišljanje se uporabi za druge dokaze, ki jih je predložila tožeča stranka in ki se nanašajo na tri kategorije zadevnih proizvodov in storitev. Najprej namreč ni mogoče sklepati, tudi če se označbe glede upravljanja spletnih strani iz zapriseženе izjave nanašajo na kategorijo storitev obveščanja, da zadevne strani obiskujejo ali jih pozna velik del širše javnosti. Dalje, iz informacij, ki jih vsebuje reklamni prospekt je razvidno, da je bil seminar, ki ga je organizirala tožeča stranka, namenjen specializirani javnosti, med drugim upraviteljem malih in srednje velikih pivovarn. Nazadnje, kot izhaja iz zapriseženе izjave, so knjige, ki jih je izdala tožeča stranka pod prijavljeno znamko, specializirane knjige, in torej niso namenjene širši javnosti.

142 Na tretjem mestu, tožeča stranka glede razstavnih katalogov in storitev prirejanja sejmov in razstav nasprotuje temu, da odbor za pritožbe ni upošteval zapriseženе izjave, iz katere je razvidno, da je objavila razstavni katalog „BrauBeviale“ in „drinktec“, izvlečkov iz dveh publikacij razstave „drinktec“ ter slik z razstavne stojnice za priznanje pridobitve razlikovalnega učinka z uporabo prijavljene znamke.

143 V zvezi s tem je treba najprej navesti, da je zapriseženo izjavo dala oseba, ki je s tožečo stranko v strokovnem razmerju, tako da samo ta izjava ni zadosten dokaz pridobitve razlikovalnega učinka prijavljene znamke z uporabo (glej po analogiji sodbo z dne 15. decembra 2005, BIC/UUNT (Oblika vžigalnika na kresilni kamen), T-262/04, EU:T:2005:463, točka 79). Ker se drugi dokazi, ki jih je predložila tožeča stranka, ne nanašajo na razstavo „BrauBeviale“, zatrjevanja tožeče stranke o izdaji katalogov za to razstavo, ni mogoče upoštevati.

144 Dalje, tožeča stranka glede objav v zvezi z razstavo „drinktec“ ugovarja ugotovitvi odbora za pritožbe, v skladu s katero na podlagi navedbe „v sodelovanju“, navedene na njihovi uvodni strani, ni mogoče opredeliti vezi med njo in prirediteljem te razstave. V nasprotju s tem, kar trdi tožeča stranka, pa si upoštevna javnost te navedbe ne bo razlagala, kot da je bila tožeča stranka povezana s prirejanjem zadevne razstave in z izdajo razstavnega kataloga, ker predloženi povzetki ne vsebujejo navedb v tem smislu. Nasprotno, iz kolofona publikacije v zvezi z razstavo „drinktec 2013“ jasno izhaja, da gre za posebni dodatek revije *Brauwelt*, ki jo je tožeča stranka izdala ob priložnosti te razstave. Iz publikacij v zvezi z razstavo „drinktec“ torej ni razvidno niti, da bi bila tožeča stranka odgovorna za prirejanje te razstave, niti da naj bi ob tej priložnosti izdala in distribuirala neodvisni katalog zgoraj navedene revije.

145 Nazadnje, drugače kot trdi tožeča stranka, je odbor za pritožbe pravilno menil, da na podlagi slik z razstavne stojnice, ki jih je predložila tožeča stranka, ni bila dokazana uporaba prijavljene znamke za razstavne kataloge in storitve prirejanja sejmov in razstav, ampak v najboljšem primeru za specializirane revije in za storitve specializiranega založnika. Zadevna stojnica namreč ni dokaz, na

podlagi katerega bi bilo mogoče sklepati, da pripada prireditelju razstave ali da služi za distribuiranje katalogov te razstave. Nasprotno pa je razstavitelj jasno opredeljen kot „specializirani založnik“ in stojnica vsebuje prostor, namenjen „storitvam sklepanja naročnin“.

146 Na četrtem mestu, tožeča stranka glede piva izpodbija ugotovitev odbora za pritožbe, da so nalepke steklenic, ki jih je predložila, nakazovale, da je šlo za reklamna darila in da vsekakor promet prodaje piva ni bil dokazan. Tožeča stranka meni, da je iz zadevnih nalepk razvidno, da je na trgu prisotna 150 let, zato je zelo prepoznavna. Dodaja, da prodaja piva ni potrebna za dokaz razlikovalnega učinka, pridobljenega z uporabo glede tega proizvoda.

147 V zvezi s tem iz zaprisežene izjave, ki jo je predložila tožeča stranka, izhaja, da je bilo zadevno pivo izdelano ob dveh priložnostih, in sicer v skupni količini 1350 steklenic, da bi se podarilo strankam ob 150. obletnici revije *Brauwelt*. Kot pa je ugotovil odbor za pritožbe, taka uporaba prijavljene znamke spada bolj pod dejavnost promocije te revije, kot pod uporabo v okviru trženja piva, in vsekakor ni zadosten dokaz za ugotovitev, da je prijavljena znamka pridobila razlikovalni učinek pri velikem delu upoštevne javnosti glede tega proizvoda.

148 Glede na zgoraj navedeno je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da tožeča stranka ni izkazala pridobitve razlikovalnega učinka za prijavljeno znamko v smislu člena 7(3) Uredbe št. 207/2009.

149 Zato je treba tretji tožbeni razlog in tožbo v celoti zavrniti.

Stroški

150 V skladu s členom 134(1) Poslovnika Splošnega sodišča se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki. V obravnavanem primeru tožeča stranka ni uspela, zato se ji v skladu s predlogi EUIPO naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (prvi senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG se naloži plačilo stroškov.

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 18. oktobra 2016.

Podpisi

Kazalo

Dejansko stanje 1

Predlogi strank 3

Pravo 3

1. Dopustnost drugega in tretjega tožbenega predloga 3

2. Dokazi, ki so bili prvič predloženi pri Splošnem sodišču 4

3. Utemeljenost 4

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe 4

Kršitev obveznosti obrazložitve 4

Opisnost prijavljene znamke glede proizvodov in storitev, ki so navedeni v zahtevi za registracijo . 5

– Pomen prijavljene znamke 7

– Povezava med prijavljeno znamko in proizvodi in storitvami, navedenimi v zahtevi za registracijo 8

– Upoštevanje prejšnjih registracij in odločb 10

Kršitev pravice tožeče stranke do izjave 11

Drugi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009 12

Tretji tožbeni razlog: kršitev člena 7(3) Uredbe št. 207/2009 v povezavi s členom 75 te uredbe 12

Predmet spora 12

Kršitev pravice tožeče stranke do izjave 14

Kršitev obveznosti obrazložitve 15

Dokaz o pridobitvi razlikovalnega učinka z uporabo 16

Stroški 18