Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (drugi senat)

z dne 13. julija 2018 *

„Znamka Evropske unije – Postopek z ugovorom – Prijava figurativne znamke Evropske unije Pallas Halloumi – Prejšnja besedna certifikacijska znamka Združenega kraljestva HALLOUMI – Relativni razlog za zavrnitev – Neobstoj verjetnosti zmede – Člen 8(1)(b) Uredbe (ES) št. 207/2009 (postal člen 8(1)(b) Uredbe (EU) 2017/1001)“

V zadevi T-825/16,

Republika Ciper, ki jo zastopata S. Malynicz, QC, in V. Marsland, solicitor,

tožeča stranka,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa D. Gája, agent,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe pri EUIPO, intervenientka pred Splošnim sodiščem, je

Papouis Dairies Ltd s sedežem v Nikoziji (Ciper), ki jo zastopa N. Korogiannakis, avocat,

zaradi tožbe zoper odločbo četrtega odbora za pritožbe pri EUIPO z dne 22. septembra 2016 (zadeva R 2065/2014-4) v zvezi s postopkom z ugovorom med Republiko Ciper in družbo Papouis Dairies,

SPLOŠNO SODIŠČE (drugi senat),

v sestavi M. Prek, predsednik, F. Schalin (poročevalec), sodnik, in M. J. Costeira, sodnica,

sodna tajnica: X. Lopez Bancalari, administratorka,

na podlagi tožbe, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložene 24. novembra 2016,

na podlagi odgovora EUIPO na tožbo, vloženega v sodnem tajništvu Splošnega sodišča 15. februarja 2017,

na podlagi odgovora intervenientke na tožbo, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vloženega 10. marca 2017,

na podlagi ukrepov procesnega vodstva z dne 14. julija in 25. septembra 2017,

* Jezik postopka: angleščina.

na podlagi sklepa z dne 15. oktobra 2017 o združitvi zadev T-825/16 in T-847/16 za ustni del postopka,

na podlagi obravnave z dne 5. februarja 2018,

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Intervenientka, družba Papouis Dairies Ltd, ki deluje pod prejšnjim imenom družbe, Halloumis POC Farmers Milk Industry Ltd or Halloumis, je 12. septembra 2012 pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) vložila zahtevo za registracijo znamke Evropske unije na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena (nadomeščena z Uredbo (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)).

2 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je figurativni znak, ki vsebuje „rumeno, rdečo, modro, belo in sivo“ barvo ter ustreza temu opisu:



3 Proizvodi, za katere se je zahtevala registracija, spadajo v razred 29 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in po omejitvi, ki je bila EUIPO sporočena v dopisu z dne 11. oktobra 2016 in ki jo je EUIPO odobril, ustrezajo temu opisu: „Sir, pridelan iz kravjega mleka in/ali ovčjega mleka in/ali kozjega mleka (v vseh mlečnih razmerjih in kombinacijah), sirilo“.

4 Prijava znamke Evropske unije je bila objavljena v *Biltenu o blagovnih znamkah Evropske unije* št. 190/2012 z dne 4. oktobra 2012.

5 Republika Ciper je 3. januarja 2013 na podlagi člena 41 Uredbe št. 207/2009 (postal člen 46 Uredbe 2017/1001) vložila ugovor zoper registracijo znamke, prijavljene za proizvode iz točke 3 zgoraj.

6 Ugovor je med drugim temeljil na prejšnji besedni certifikacijski znamki Združenega kraljestva HALLOUMI, ki je bila 22. februarja 2002 registrirana pod številko 14511888 (v nadaljevanju: prejšnja znamka) ter s katero so označeni proizvodi, ki spadajo v razred 29 in ustrezajo temu opisu: „Sir pridelan iz ovčjega mleka in/ali kozjega mleka; sir, pridelan iz mešanic kravjega mleka; vsi proizvodi iz razreda 29“.

7 Ugovor je temeljil tudi na prejšnjih ciprskih besednih certifikacijskih znamkah ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI, ki sta registrirani pod številkama 36675 in 36766. Vendar sta tako oddelek za ugovore kot odbor za pritožbe ti znamki štela za neupoštevni, Republika Ciper pa ju ni več uveljavljala

v utemeljitev svojega ugovora, kar je odbor za pritožbe štel za umik. Ti znamki v obravnavanem primeru nista bili upoštevani, Republika Ciper pa je tudi v tožbi potrdila, da ju v tem postopku ne uveljavlja več.

8 Razlogi, navedeni v utemeljitev ugovora, so bili tisti iz člena 8(1)(b) in (5) Uredbe (ES) št. 207/2009 (postal člen 8(1)(b) in (5) Uredbe 2017/1001).

9 Oddelek za ugovore je 7. julija 2014 zavrnil ugovor in Republiki Ciper naložil plačilo stroškov.

10 Republika Ciper je 8. avgusta 2014 na podlagi členov od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009 (postali členi od 66 do 71 Uredbe 2017/1001) pri EUIPO vložila pritožbo zoper odločbo oddelka za ugovore.

11 Četrti odbor za pritožbe pri EUIPO je z odločbo z dne 22. septembra 2016 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) pritožbo zavrnil ter Republiki Ciper naložil plačilo stroškov postopkov z ugovorom in pritožbo.

12 Najprej, odbor za pritožbe je navedel, da mora biti, ne glede na to, da je prejšnja znamka nacionalna certifikacijska znamka, pogoj iz člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, ki se nanaša na podobnost nasprotujočih si znakov, izpolnjen, kar zadeva vse prejšnje znamke, kot so bile opredeljene v členu 8(2) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 8(2) Uredbe 2017/1001).

13 Dalje, odbor za pritožbe je ugotovil, da ne obstaja nikakršna verjetnost zmede glede prejšnje znamke in prijavljene znamke v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Menil je, da ima izraz „halloumi“ majhen svojstven razlikovalni učinek, pri čemer je najprej poudaril, da je Splošno sodišče v sodbi z dne 7. oktobra 2015, Ciper/UUNT (ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI) (T-292/14 in T-293/14, EU:T:2015:752), ugotovilo, da ta izraz za ciprsko javnost pomeni vrsto posebnega sira, proizvedenega na Cipru, nato pa navedel, da ta ugotovitev velja tudi za javnost Združenega kraljestva, ki je upoštevna v obravnavanem primeru. Navedeni izraz naj bi bil starejši od vseh zadevnih znamk in naj bi za upoštevno javnost pomenil opis značilnosti in sestave proizvoda ter naj ne bi napotoval na morebitno pripadnost uporabnika prejšnje znamke skupini imetnikov licence, ki ta izraz lahko uporabljajo.

14 V zvezi s podobnostjo nasprotujočih si znakov je odbor za pritožbe menil, da je ob upoštevanju tega, da je prevladujoči element prijavljene znamke beseda „pallas“, vizualna podobnost le majhna, fonetična podobnost srednja, upoštevne pomenske podobnosti pa ni. Kar zadeva celovito presojo verjetnosti zmede, je menil, da Republika Ciper ni uspela dokazati niti povečanega razlikovalnega učinka prejšnje znamke, niti tega, da je javnost Združenega kraljestva prejšnjo znamko zaznavala v povezavi s kakršnim koli certificiranjem. Ob upoštevanju svoje ocene svojstvenega razlikovalnega učinka prejšnje znamke je menil, da razlike med to prejšnjo znamko in prevladujočim elementom prijavljene znamke, ki je v obravnavanem primeru izraz „pallas“, zadoščajo za ugotovitev neobstoja verjetnosti zmede.

15 Nazadnje, odbor za pritožbe je ugotovil, da pogoji za uporabo člena 8(5) Uredbe št. 207/2009 niso bili izpolnjeni. Republika Ciper naj ne bi dokazala ugleda prejšnje znamke. Poleg tega posega v ugled ni mogoče presojati glede na pravila, ki veljajo za sistem certificiranja, ampak v okviru Uredbe št. 207/2009 zgolj glede na to, kako proizvode zaznava upoštevna javnost.

Predlogi strank

16 Republika Ciper Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– EUIPO in intervenientki naloži plačilo stroškov.

17 EUIPO in intervenientka Splošnemu sodišču predlagata, naj:

– tožbo v celoti zavrne;

– Republiki Ciper naloži plačilo stroškov.

Pravo

Dopustnost tožbe

18 Člen 177(2) Poslovnika Splošnega sodišča določa, da če tožeča stranka ni bila edina stranka v postopku pred odborom za pritožbe, se v tožbi navedejo tudi imena vseh strank v tem postopku in njihovi naslovi, ki so jih navedle za vročanje.

19 V obravnavanem primeru je Republika Ciper v tožbi pomotoma navedla družbo Pancyprian Organisation of Cattle Farmers (POCF) Ltd kot imetnika znamke Pallas Halloumi in kot drugo stranko v postopku pred odborom za pritožbe. Vendar napačna navedba intervenientke v tej zadevi ne povzroči nedopustnosti tožbe, ker ta vsebuje elemente, ki omogočajo nedvoumno identifikacijo druge stranke v postopku pred odborom za pritožbe, in ker je Republika Ciper po ukrepu procesnega vodstva postopka z dne 25. septembra 2017 navedla, da spremembi te navedbe ne nasprotuje. Zato je treba šteti, da je intervenientka ta druga stranka, čeprav njeno ime v tožbi prvotno ni bilo navedeno.

Edini tožbeni razlog: kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009

20 Republika Ciper v utemeljitev tožbe navaja samo en tožbeni razlog, ki se nanaša na kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 in je razdeljen na tri dele. Prvič, odboru za pritožbe očita, da je storil napako pri presoji razlikovalnega učinka prejšnje znamke zlasti s tem, da je napačno ugotovil, da je svojstven razlikovalni učinek navedene znamke majhen. Drugič, meni, da je odbor za pritožbe napačno presodil vizualno in pomensko podobnost nasprotujočih si znakov. Tretjič, trdi, da je odbor za pritožbe storil napako s tem, da je na podlagi celovite presoje verjetnosti zmede ugotovil, da ni nikakršne verjetnosti zmede, kar je bila zlasti posledica napake v analizi dokazov.

21 EUIPO in intervenientka trditve Republike Ciper izpodbijata.

22 Znamka, za katero je vložena prijava, se v skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 na podlagi ugovora imetnika prejšnje znamke ne registrira, če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih znamke označujejo, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja znamka. Verjetnost zmede zajema verjetnost povezovanja s prejšnjo znamko. Dalje, na podlagi člena 8(2)(a)(ii) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 8(2)(a)(ii) Uredbe (EU) 2017/1001) je treba za prejšnje znamke šteti znamke, registrirane v državi članici, z datumom zahtev za registracijo, ki je pred datumom zahteve za registracijo znamke Evropske unije.

23 V skladu z ustaljeno sodno prakso verjetnost zmede obstaja, kadar bi javnost lahko menila, da zadevno blago ali storitve izvirajo iz istega podjetja ali iz ekonomsko povezanih podjetij. V skladu s to sodno prakso je treba verjetnost zmede presojati celovito, in sicer glede na to, kako zadevne znake in blago ali storitve zaznava upoštevna javnost, ob upoštevanju vseh dejavnikov, upoštevnih v obravnavani zadevi, zlasti medsebojne odvisnosti med podobnostjo znakov in podobnostjo označenih proizvodov ali storitev (glej sodbo z dne 9. julija 2003, Laboratorios RTB/UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, točke od 30 do 33 in navedena sodna praksa).

Upoštevna javnost

24 V skladu s sodno prakso se verjetnost zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 glede dveh nasprotujočih si znamk ne sme presojati na podlagi abstraktne primerjave nasprotujočih si znakov in blaga ali storitev, ki jih ta znaka označujeta. Presoja te verjetnosti mora temeljiti na tem, kako upoštevna javnost zaznava navedene znake, proizvode in storitve (glej sodbo z dne 2. oktobra 2015, The Tea Board/UUNT – Delta Lingerie (Darjeeling), T-624/13, EU:T:2015:743, točka 24 in navedena sodna praksa).

25 Natančneje, v skladu s sodno prakso je treba v okviru celovite presoje verjetnosti zmede upoštevati povprečnega potrošnika zadevne kategorije proizvodov, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren. Upoštevati je treba tudi dejstvo, da se lahko stopnja pozornosti povprečnega potrošnika spreminja glede na kategorijo zadevnih proizvodov ali storitev (glej sodbo z dne 13. februarja 2007, Mundipharma/UUNT – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, točka 42 in navedena sodna praksa).

26 Ugotovitve odbora za pritožbe, ki so navedene v točki 16 izpodbijane odločbe in ki se nanašajo na upoštevno javnost v zvezi z zadevnimi proizvodi, je treba v obravnavanem primeru potrditi, saj so glede na elemente spisa očitno ustrezno utemeljene. Ker je prejšnja znamka znamka Združenega kraljestva, je očitno, da je upoštevna javnost, ki jo je treba zajeti s presojo, širša javnost Združenega kraljestva. Zadevni znamki sta v bistvu registrirani za enake proizvode, in sicer v obravnavanem primeru za sir. Ker gre za proizvode tekoče potrošnje, je treba šteti, da so namenjeni povprečnemu potrošniku, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren (glej v tem smislu sodbo z dne 25. oktobra 2006, Castell del Remei/UUNT – Bodegas Roda (ODA), T-13/05, neobjavljena, EU:T:2006:335, točka 46). Oddelek za ugovore je v okviru analize, ki jo je navedel v odločbi z dne 7. julija 2014, menil tudi, da je stopnja pozornosti upoštevne javnosti pri izbiri tega proizvoda povprečna, pri čemer sta ta odločba in njena obrazložitev del okvira, v katerem je bila sprejeta izpodbijana odločba, tako da je ta okvir Republiki Ciper znan, sodišču pa omogoča, da v celoti izvede nadzor zakonitosti glede utemeljenosti presoje verjetnosti zmede (glej v tem smislu sodbo z dne 21. novembra 2007, Wesergold Getränkeindustrie/UUNT – Lidl Stiftung (VITAL& FIT), T-111/06, neobjavljena, EU:T:2007:352, točka 64). Te ugotovitve, ki jih stranke tudi niso izpodbijale, so v zvezi z zadevnimi proizvodi očitno utemeljene.

Primerjava znakov

27 Celovita presoja verjetnosti zmede mora, kar zadeva vizualno, fonetično ali pomensko podobnost nasprotujočih si znakov, temeljiti na celovitem vtisu, ki ga ti znaki ustvarjajo, ter upoštevati zlasti njihove razlikovalne in prevladujoče elemente. Zaznava znamk, ki jo ima povprečni potrošnik glede zadevnih proizvodov ali storitev, je pri celoviti presoji te verjetnosti odločilna. Povprečni potrošnik v zvezi s tem običajno zaznava znamko kot celoto in ne preverja posameznih podrobnosti (glej sodbo z dne 12. junija 2007, UUNT/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, točka 35 in navedena sodna praksa).

28 Presoja podobnosti med znamkama se ne more omejiti samo na upoštevanje enega sestavnega dela sestavljene znamke in njegovega primerjanja z drugo znamko. Nasprotno, opraviti je treba primerjavo s preučitvijo zadevnih znamk, upoštevajoč vsako kot celoto, kar ne izključuje, da lahko v celotnem vtisu, ki ga v spominu upoštevne javnosti ustvari sestavljena znamka, v določenih okoliščinah prevlada eden ali več njenih sestavnih delov (glej sodbo z dne 12. junija 2007, UUNT/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, točka 41 in navedena sodna praksa). Presojo podobnosti samo na podlagi prevladujočega elementa je mogoče opraviti le, če je mogoče vse preostale sestavne dele znamke zanemariti (sodbi z dne 12. junija 2007, UUNT/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, točka 42, in z dne 20. septembra 2007, Nestlé/UUNT, C-193/06 P, neobjavljena, EU:C:2007:539, točka 43). Tako bi bilo lahko zlasti takrat, kadar ta sestavni del lahko sam prevlada v upodobitvi te znamke, ki jo ima

upoštevna javnost v spominu, tako da so drugi sestavni deli te znamke v celotnem vtisu, ki ga ustvarja, zanemarljivi (sodba z dne 20. septembra 2007, Nestlé/UUNT, C-193/06 P, neobjavljena, EU:C:2007:539, točka 43).

29 Ob upoštevanju teh ugotovitev je treba preučiti, ali je odbor za pritožbe pravilno ugotovil majhen razlikovalni učinek prejšnje znamke in pravilno primerjal nasprotujoča si znaka.

– Prvi del tožbenega razloga: domnevno napačna presoja svojstvenega razlikovalnega učinka prejšnje znamke

30 Glede svojstvenega razlikovalnega učinka prejšnje znamke v zvezi s sirom je odbor za pritožbe v obravnavanem primeru po preizkusu, navedenem v točkah od 18 do 25 izpodbijane odločbe, v točki 26 te odločbe ugotovil, da je ta zaradi opisnosti navedene znamke majhen, pri čemer je v okviru celovite presoje verjetnosti zmede preučil tudi morebitni povečan razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo, in na koncu ugotovil, da ta ni dokazan.

31 Republika Ciper v uvodnih ugotovitvah navaja, kakšne naj bi bile posledice narave certifikacijskih znamk Združenega kraljestva v zvezi z razlikovalnim učinkom takih znamk. Najprej, trdi, da v skladu s členom 1 Direktive 2008/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (UL 2008, L 299, str. 25) pravo Unije priznava nacionalne certifikacijske znamke, ki jim je torej treba priznati polni učinek. Zakonodaja Združenega kraljestva o znamkah, kot izhaja iz Trade Marks Act 1994 (zakon Združenega kraljestva o znamkah), na podlagi te direktive vključuje registracijo teh znamk. V skladu s to zakonodajo naj bi bila certifikacijska znamka znamka, ki označuje blago ali storitve, ki jih je certificiral imetnik znamke in ki imajo nekatere značilnosti. Razlikovalno funkcijo certifikacijskih znamk naj bi bilo treba v bistvu razumeti tako, da taka znamka omogoča razlikovanje blaga, ki spada v neki razred in ustreza standardom certificiranja, od blaga iz nekega drugega razreda. Poleg tega naj ne bi bilo potrebno, da javnost ve, da je zadevna znamka certifikacijska, ali da pozna identiteto certifikacijskega organa.

32 Republika Ciper meni, da so v skladu s členom 8(2) Uredbe št. 207/2009 nacionalne certifikacijske znamke, ker so znamke, ki so registrirane v državi članici, lahko podlaga za postopek z ugovorom zoper registracijo poznejše znamke Evropske unije.

33 Republika Ciper v zvezi z očitkom, ki ga je navedla zoper izpodbijano odločbo, odboru za pritožbe najprej očita, da je v obravnavanem primeru uporabil razlogovanje Splošnega sodišča iz sodbe z dne 7. oktobra 2015, ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI (T-292/14 in T-293/14, EU:T:2015:752), čeprav naj bi bili upoštevna javnost zadevnih znamk in njuna narava drugačni. Ta odločba naj bi se namreč nanašala na zahtevi za registracijo besednih znamk Evropske unije, in sicer ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI, ki ju je vložila Republika Ciper in ki sta bili zavrnjeni na podlagi absolutnega razloga za zavrnitev v skladu s členom 7(1)(b) in (c) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 7(1)(b) in (c) Uredbe 2017/1001) z obrazložitvijo, da sta znamki opisni.

34 Nazadnje, Republika Ciper se sklicuje na odločbi, ki ju je v Združenem kraljestvu izdalo High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (višje sodišče (Anglija in Wales), gospodarski oddelek), ki naj bi potrjevali njeno razlago razlikovalnega učinka certifikacijske znamke Združenega kraljestva. Poleg tega naj bi dokazi, ki jih je predložila, dokazovali razlikovalni učinek prejšnje znamke in to, da javnost Združenega kraljestva izraz „halloumi“ zaznava kot izraz, na podlagi katerega se neki razred proizvodov razlikuje od drugega razreda, katerega značilnosti naj bi navedena javnost poznala, pri čemer naj bi poznala zlasti njegove sestavine in izvor.

35 EUIPO in intervenientka trditve Republike Ciper izpodbijata.

36 Presoja razlikovalnega učinka znamke je še posebej pomembna, ker se presoja verjetnosti zmede opravi celovito in ker vključuje neko soodvisnost upoštevanih dejavnikov (glej v tem smislu sodbo z dne 9. julija 2003, Laboratorios RTB/UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, točke od 30 do 33), tako da je verjetnost zmede toliko večja, kolikor večji je razlikovalni učinek prejšnje znamke (sodba z dne 29. septembra 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, točka 18). Če je stopnja razlikovalnega učinka majhna, mora biti torej za ugotovitev obstoja verjetnosti zmede stopnja podobnosti med nasprotujočima si znakoma ali med zadevnimi proizvodi in storitvami višja. Zato bi to, da bi odbor za pritožbe podcenjeval razlikovalni učinek prejšnje znamke, lahko povzročilo napako v okviru izpodbijane odločbe v zvezi s presojo verjetnosti zmede.

37 Kadar ugovor temelji na obstoju prejšnje nacionalne znamke so preverjanja, ki se nanašajo na stopnjo razlikovalnega učinka te znamke, vendarle omejena, saj na njihovi podlagi ni mogoče ugotoviti enega od absolutnih razlogov za zavrnitev, ki so med drugim navedeni v členu 7(1)(b) in (c) Uredbe št. 207/2009, in sicer neobstoja razlikovalnega učinka ali izključno opisnega značaja te znamke. Da ne bi prišlo do kršitve člena 8(1)(b) v povezavi s členom 8(2)(a)(ii) Uredbe št. 207/2009, je treba nacionalni znamki, navedeni v utemeljitev ugovora zoper registracijo znamke Evropske unije, priznati določeno stopnjo razlikovalnega učinka (glej v tem smislu sodbo z dne 24. maja 2012, Formula One Licensing/UUNT, C-196/11 P, EU:C:2012:314, točke od 43 do 47).

38 Čeprav v obravnavanem primeru Uredba št. 207/2009, ki jo je uporabil odbor za pritožbe, ko je izdal izpodbijano odločbo, ni vsebovala posebnih določb za zaščito certifikacijskih znamk, kot je Splošno sodišče opozorilo v sodni praksi (sodba z dne 7. oktobra 2015, ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI, T-292/14 in T-293/14, EU:T:2015:752, točka 35), Uredba 2017/1001, ki se uporablja od 1. oktobra 2017, vsebuje določbe v zvezi s certifikacijsko znamko Evropske unije, ki jo v členu 83(1) opredeljuje kot znamko, ki „omogoča razlikovanje med blagom ali storitvami, ki jih je imetnik znamke certificiral na podlagi materiala, načina proizvodnje blaga ali opravljanja storitev, kakovosti, natančnosti ali drugih značilnosti z izjemo geografskega porekla, na eni strani ter blagom in storitvami, ki niso certificirani, na drugi strani“.

39 Registracija certifikacijskih znamk je med drugim določena z Direktivo 2008/95. Države članice imajo kot Združeno kraljestvo, v katerem velja Trade Marks Act 1994, možnost dovoliti registracijo takih znamk, ki so tako v smislu člena 8(2)(a)(ii) Uredbe št. 207/2009 „znamke, registrirane v državi članici“, na katere se je mogoče sklicevati v okviru postopka z ugovorom, kot je to storila Republika Ciper, ko se je sklicevala na prejšnjo znamko.

40 Čeprav prejšnja znamka spada v kategorijo znamk, registriranih v državi članici, je treba ugotoviti, kot je poudaril EUIPO, da je sistem znamk Evropske unije, kot izhaja iz Uredbe št. 207/2009, neodvisen, samozadosten in avtonomen v primerjavi s katerim koli nacionalnim sistemom (sodba z dne 5. decembra 2000, Messe München/UUNT (electronica), T-32/00, EU:T:2000:283, točka 47). Tako je očitno utemeljeno upoštevati nacionalno pravo v delu, v katerem to omogoča ugotovitev veljavnosti prejšnje znamke. Vendar, kar zadeva svojstven razlikovalni učinek prejšnje znamke, čeprav je treba v skladu s sodbo z dne 24. maja 2012, Formula One Licensing/UUNT (C-196/11 P, EU:C:2012:314, točka 47), izrazu „halloumi“, ki je registriran kot nacionalna certifikacijska znamka, priznati določen razlikovalni učinek, to ne pomeni, da mu je treba priznati razlikovalni učinek, ki je tako velik, da mu zagotavlja brezpogojno varstvo in omogoča ugovor vsakršni registraciji poznejše znamke, ki vsebuje ta izraz.

41 V obravnavanem primeru je treba spomniti, da je Splošno sodišče že dvakrat presodilo, da javnost, zlasti ciprska, izraz „halloumi“ zaznava kot izraz, ki označuje ciprsko sirarsko specialiteto (glej v tem smislu sodbi z dne 13. junija 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/UUNT – Garmo (HELLIM), T-534/10, EU:T:2012:292, točka 41, in z dne 7. oktobra 2015, ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI, T-292/14 in T-293/14, EU:T:2015:752, točki 20 in 21). Odbor za pritožbe je v izpodbijani odločbi zgolj ugotovil, da je mogoče glede na dokaze, predložene v obravnavani zadevi, ugotovitev Splošnega sodišča iz navedenih sodb uporabiti za javnost Združenega kraljestva.

42 To ugotovitev je treba potrditi. Nobeden od dokazov, ki jih je Republika Ciper predložila odboru za pritožbe, kot so bili analizirani v točkah 20 in 21 izpodbijane odločbe, namreč ne nasprotuje tej ugotovitvi. Ti dokazi namreč med drugim zajemajo podatke o obsegu prodaje ter o prizadevanjih za promocijo in trženje, izvlečke iz kulinaričnih revij ali časopisnih člankov ter različne pisne izjave, ki se nanašajo na sir „halloumi“ kot ciprsko sirarsko specialiteto, ne da bi bilo mogoče izraz „halloumi“, ki se uporablja generično, povezati s katero koli certifikacijsko znamko niti s sklicevanjem na certificiran sir. Kot je odbor za pritožbe pravilno poudaril v točki 25 izpodbijane odločbe, iz teh različnih dokazov izhaja, da javnost Združenega kraljestva ta izraz zaznava zgolj kot ime vrste sira, proizvedenega na Cipru, pri čemer „je vprašanje, ali je sir mogoče opredeliti kot ‚halloumi‘, odvisno od njegovih značilnosti in sestave, ne pa od tega, ali oseba, ki ga trži, pripada neki skupini imetnikov licence“.

43 Javnost Združenega kraljestva izraz „halloumi“ neposredno zaznava kot izraz, ki opisuje značilnosti blaga, ali celo izvor blaga, in ne kot označbo njegove certificirane kakovosti ali kot označbo te kakovosti. Ugotoviti je torej treba, da ima prejšnja znamka, ki je sestavljena izključno iz izraza „halloumi“, zgolj majhen svojstven razlikovalni učinek, saj pomeni zgolj opis značilnosti in izvora blaga, ki ga označuje, ter da obstoj povečanega razlikovalnega učinka prav tako ni dokazan.

44 Trditev Republike Ciper, ki se nanaša na poseben obseg, ki naj bi ga bilo treba priznati svojstvenemu razlikovalnemu učinku prejšnje znamke, ker je ta certifikacijska, je poleg tega brezpredmetna in jo je treba zavrniti.

45 Tudi ob predpostavki, da je treba razlikovalni učinek certifikacijskih znamk Združenega kraljestva razumeti tako, da je na njihovi podlagi mogoče neki razred blaga razlikovati od drugega razreda, je treba namreč ugotoviti, kot poudarja EUIPO, da z dokazi, ki jih je v okviru razprav predložila Republika Ciper, ni bilo dokazano, da je prejšnja znamka kot certifikacijska znamka Združenega kraljestva lahko zagotavljala označbo trgovskega izvora zadevnih proizvodov. Tak dokaz pa je pogoj za obstoj verjetnosti zmede v okviru posebnih pogojev iz člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Na podlagi te ugotovitve, ki velja za obravnavani primer, pa v zvezi s certifikacijsko znamko ni mogoče izključiti, da certificiranje kakovosti, na primer v zvezi s surovino, ki se uporablja, lahko zadošča za ugotovitev, da taka znamka izpolnjuje svoje funkcije označbe izvora s tem, da potrošnikom zagotavlja, da proizvodi, ki jih označuje, izvirajo iz samo enega podjetja, ki ga je ustanovil imetnik navedene znamke skupaj s svojimi partnerji, pod katerega nadzorom se navedeni proizvodi proizvajajo in ki mu je mogoče pripisati odgovornost za njihovo kakovost (glej po analogiji sodbo z dne 8. junija 2017, W. F. Gözze Frottierweberei in Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, točki 49 in 50).

46 Vprašanje, ali je to, da prijavitelj znamke Evropske unije dejansko spoštuje značilnosti, ki jih zagotavlja imetnik prejšnje certifikacijske znamke, bistvena funkcija prvo navedene znamke, pa ne spada na področje varstva, ki ga zagotavlja člen 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Kot navaja EUIPO, se to vprašanje nanaša kvečjemu na uporabo znamke v smislu, da bi ta znamka lahko ogrozila bistveno funkcijo certifikacijske znamke in bi zavajala javnost glede certificiranja značilnosti izdelka.

47 V obravnavanem primeru je treba po zgledu sodbe z dne 13. junija 2012, HELLIM (T-534/10, EU:T:2012:292, točke od 48 do 55), ugotoviti, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da je razlikovalni učinek prejšnje znamke zaradi njene opisnosti majhen.

48 Zato je treba prvi del tožbenega razloga zavrniti kot neutemeljen.

– Drugi del tožbenega razloga: domnevno napačna presoja vizualne, fonetične in pomenske podobnosti nasprotujočih si znakov

49 Na prvem mestu, za izvedbo vizualne, fonetične in pomenske primerjave nasprotujočih si znakov se je treba najprej osredotočiti na sestavne dele prijavljene znamke ter na podlagi smernic, ki izhajajo iz sodne prakse, kot so bile navedene zgoraj v točki 27, ugotoviti enega ali več prevladujočih elementov.

50 V zvezi s tem je treba med drugim spomniti, da pri sestavljeni znamki ni izključeno, da lahko v celotnem vtisu, ki ga taka znamka ustvari v spominu upoštevne javnosti, v določenih okoliščinah prevlada en ali več njenih sestavnih delov (glej sodbo z dne 12. junija 2007, UUNT/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, točka 41 in navedena sodna praksa), pri čemer so vsi drugi sestavni deli te znamke v celotnem vtisu, ki ga ustvarja, zanemarljivi (sodba z dne 20. septembra 2007, Nestlé/UUNT, C-193/06 P, neobjavljena, EU:C:2007:539, točka 43).

51 V zvezi z opredelitvijo prevladujočega ali prevladujočih elementov prijavljene znamke je treba opozoriti, da je znak sestavljen iz izrazov „pallas“ in „halloumi“. Izraz „pallas“ je zapisan z belo barvo v krepkem tisku na rdeči ovalni podlagi, ki sestavlja zgornji del navedenega znaka. Tudi izraz „halloumi“ je zapisan z belo barvo v krepkem tisku, vendar z manjšimi črkami, na podlagi, ki je prav tako rdeča in ovalna ter umeščena spodaj, pri čemer rahlo prekriva ovalno podlago, ki vsebuje izraz „pallas“.

52 Ob upoštevanju grafične oblike prijavljene znamke, bo upoštevna javnost najprej prebrala izraz „pallas“. Navedena javnost je namreč na splošno pozornejša na začetek kot na konec znamke (sodbi z dne 25. marca 2009, L'Oréal/UUNT – Spa Monopole (SPA THERAPY), T-109/07, EU:T:2009:81, točka 30, in z dne 13. maja 2015, Deutsche Post/UUNT – PostNL Holding (TPG POST), T-102/14, neobjavljena, EU:T:2015:279, točka 42). Zato je treba ugotoviti, da bo ta javnost pozornejša na element, ki ga sestavlja navedeni izraz, zaradi njegove postavitve in njegovega mesta v prijavljeni znamki, in to ne glede na to, kako ta javnost razume njegov pomen. Odbor za pritožbe je torej v točki 28 izpodbijane odločbe pravilno ugotovil, da bo ta izraz zaznan kot prevladujoči element v celotnem vtisu, ki ga ustvarja prijavljena znamka.

53 V teh okoliščinah je treba ugotovitvi odbora za pritožbe, da je na eni strani prevladujoči element prijavljene znamke element „pallas“ in da je na drugi strani vloga elementa „halloumi“ v okviru tega, kako upoštevna javnost zaznava znak Pallas Halloumi, drugotna, potrditi.

54 Na drugem mestu, glede preizkusa podobnosti nasprotujočih si znakov je odbor za pritožbe v točkah od 27 do 31 izpodbijane odločbe ugotovil, da je vizualna podobnost majhna, fonetična podobnost srednja in da pomenske podobnosti ni. V okviru te presoje je upošteval stopnjo razlikovalnega učinka in prevladujoča elementa navedenih znakov, ki je v obravnavanem primeru element „pallas“, kar zadeva prijavljeno znamko.

55 Republika Ciper v tožbi trdi, da sta nasprotujoča si znaka vizualno povsem podobna, saj je prejšnja znamka v celoti vključena v prijavljeno znamko kot njen vidni element. Odboru za pritožbe očita tudi, da je upošteval grafični stil prijavljene znamke, čeprav ta stil v okviru primerjave z besedno znamko ni upošteven. Odbor za pritožbe naj bi zanemaril tudi pomembnost elementa „halloumi“ v prijavljeni znamki glede na to, da je ta postavljen pred element „pallas“, pri čemer so njegove barve in značilnosti enake, zaradi česar naj bi bila ta elementa, ki sestavljata prijavljeno znamko, enako pomembna. Republika Ciper zato meni, da je navedena vizualna podobnost velika ali vsaj srednja.

56 Glede pomena Republika Ciper ponavlja, da javnost Združenega kraljestva prejšnjo znamko zaznava kot znamko, na podlagi katere je mogoče blago iz enega razreda razlikovati od blaga iz drugega razreda. Upoštevna javnost naj bi prijavljeno znamko torej zaznavala tako, da je sestavljena, na eni strani, iz besednega elementa „halloumi“, katerega stopnja pomenske podobnosti s prejšnjo znamko naj bi bila velika, in na drugi strani, iz besednega elementa „pallas“, ki naj bi označeval posebnega uporabnika, ki mu imetnik certifikacijske znamke dovoljuje, da to znamko uporablja ob spoštovanju značilnosti tega razreda blaga. Odbor za pritožbe naj bi moral v zvezi s certifikacijskimi znamkami upoštevati prakse na trgu in zlasti običajno povezovanje certifikacijske znamke, kot je znamka HALLOUMI, z drugimi elementi, kot je element „pallas“, ki naj bi napotoval na posebnega uporabnika, ki ima dovoljenje za uporabo, ki mu ga je dal imetnik navedene znamke.

57 EUIPO in intervenientka trditve Republike Ciper izpodbijata.

58 Prvič, glede vizualne primerjave je treba spomniti, da nič ne nasprotuje temu, da se preveri obstoj vizualne podobnosti med besedno in figurativno znamko, saj imata ti vrsti znamk grafično obliko, ki lahko daje vizualni vtis (glej sodbo z dne 4. maja 2005, Chum/UUNT – Star TV (STAR TV), T-359/02, EU:T:2005:156, točka 43 in navedena sodna praksa).

59 Kot je navedeno zgoraj v točki 51, je prijavljena znamka figurativna znamka, ki je sestavljena iz izrazov „pallas“ in „halloumi“, zapisanih v krepkem tisku in z belo barvo. Oba izraza sta zapisana na rdeči ovalni podlagi. Izraz „pallas“ je zapisan na ovalni podlagi v zgornjem delu zadevnega znaka, in sicer z večjimi črkami kot izraz „halloumi“, ki je zapisan na spodnji ovalni podlagi. Prejšnja znamka, ki je besedna znamka, je sestavljena iz izraza „halloumi“.

60 Kot je navedeno zgoraj v točki 52, bo upoštevna javnost pozornejša na element „pallas“, ki je prevladujoči element prijavljene znamke. Trditve Republike Ciper, da obstaja popolna vizualna podobnost nasprotujočih si znakov, ker je sestavni element prejšnje znamke v celoti vključen v prijavljeno znamko, ni mogoče sprejeti. Glede na ustaljeno sodno prakso, ki poudarja nujnost celostne presoje različnih elementov, ki sestavljajo nasprotujoče si znake, zlasti prevladujočih in razlikovalnih elementov (glej sodbo z dne 12. junija 2007, UUNT/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, točka 41 in navedena sodna praksa), je treba namreč opraviti vizualno primerjavo ob upoštevanju tega, da element „pallas“ sestavlja zgornji del znaka in je večji od drugega elementa, ki je, čeprav je grafično postavljen v ospredje, v celotnem vizualnem vtisu drugoten. Tako je treba priznati prvo veliko vizualno razliko, ki se nanaša na odsotnost izraza „pallas“ v prejšnji znamki.

61 Poleg tega prijavljena znamka zajema figurativne elemente, kot sta rdeča ovala in poseben grafični stil, ki pomenijo drugo pomembno razliko med nasprotujočima si znakoma. Ugotoviti je torej treba, da se ta znaka ujemata zgolj v elementu „halloumi“. Ugotoviti je treba tudi, da bo upoštevna javnost ta element zaradi velikosti njegovih črk in njegovega položaja v prijavljeni znamki po pomembnosti štela za drugoten.

62 Odbor za pritožbe torej ni storil napake s tem, da je v točki 29 izpodbijane odločbe ugotovil majhno podobnost nasprotujočih si znakov na vizualni ravni.

63 Drugič, glede fonetične primerjave je treba ugotoviti, da je nasprotujočima si znakoma skupen le izraz „halloumi“, ki je v prijavljeni znamki postavljen na drugo mesto. Tako ob upoštevanju tega, da prijavljena znamka vključuje besedo „pallas“, med tema znakoma obstaja velika razlika.

64 Ugotovitev odbora za pritožbe, da je fonetična podobnost nasprotujočih si znakov srednja, je treba torej potrditi. Poleg tega stranke te ugotovitve niso izpodbijale.

65 Tretjič, glede pomenske primerjave, je treba zavrniti trditev Republike Ciper, da odbor za pritožbe ni upošteval prakse uporabnikov prejšnje znamke, ki zajema povezavo izraza „halloumi“ in tržnega imena uporabnika, ki je upravičen do uporabe navedene znamke. Kot je bilo navedeno zgoraj v točki 42, upoštevna javnost izraz „halloumi“ namreč zaznava kot označbo vrste sira, proizvedenega na Cipru. V nasprotju s tem, kar trdi Republika Ciper, je treba torej ugotoviti, da je izraz „halloumi“ glede zadevnega blaga opisen. Njegova navedba v prijavljeni znamki torej ni pomemben element na pomenski ravni. Ni bilo namreč dokazano, da javnost ta izraz razume kot sklicevanje na postopek certificiranja, ki bi veljal za uporabnika znamke.

66 Dalje, izraz „pallas“ pomeni bistveno razliko med nasprotujočima si znakoma na pomenski ravni, ker za upoštevno javnost nima posebnega pomena in ker ni del prejšnje znamke. Upoštevna javnost ga bo razumela kot označbo trgovskega izvora zadevnega blaga.

67 Iz tega tako izhaja, da odbor za pritožbe ni storil napake s tem, da je ugotovil neobstoj podobnosti med nasprotujočima si znakoma na pomenski ravni, ki bi lahko povzročila verjetnost zmede.

68 Iz tega sledi, da je treba drugi del tožbenega razloga zavrniti.

– *Tretji del tožbenega razloga: napaka pri celoviti presoji verjetnosti zmede*

69 Izpodbijana odločba zajema ugotovitev, da ob upoštevanju tega, da prijavljena znamka vsebuje element „pallas“, razlike med nasprotujočima si znakoma zadostujejo za ugotovitev neobstoja verjetnosti zmede glede na majhen razlikovalni učinek prejšnje znamke, in to čeprav nasprotujoči si znamki označujeta enake proizvode.

70 Republika Ciper trdi, da je presoja verjetnosti zmede, ki jo je opravil odbor za pritožbe, napačna, ker je navedeni odbor v okviru primerjave nasprotujočih si znakov napačno opravil analizo razlikovalnega učinka prejšnje znamke.

71 Poleg tega Republika Ciper trdi, da odbor za pritožbe ni pravilno analiziral predloženih dokazov. Najprej, odbor za pritožbe naj bi zmotno menil, da nobeden od predloženih dokazov ne utemeljuje trditve, da javnost izraz „halloumi“ zaznava kot napotovanje na certificiranje. Nacionalno pravo naj namreč ne bi zahtevalo, da javnost prejšnjo znamko zaznava kot tako napotovanje ali da se dejansko opravi kakršno koli certificiranje. Edina zahteva, določena v nacionalnem pravu, naj bi bila, da javnost zadevni znak zaznava kot znak, s katerim se razred blaga, ki ima enake značilnosti, razlikuje od blaga drugega razreda.

72 Dalje, nacionalno pravo naj tudi ne bi zahtevalo, da znamka sporoča, da je certifikacijska, zlasti na embalaži blaga. To pravo naj tudi ne bi določalo zahtev v zvezi s tem, da mora javnost poznati certifikacijski organ take znamke.

73 Nazadnje, Republika Ciper trdi, da je odbor za pritožbe napačno menil, da akti, katerih namen je spoštovanje standardov za certificiranje, da se prepreči, da se njihov razlikovalni učinek zmanjša z uporabo za blago, ki je zunaj njihovega področja uporabe, niso upoštevni v zvezi s tem, kako javnost zaznava znak. To, da drugi stranki nista predložili nobenega dokaza, ki bi dokazoval, da tretje osebe izraz „halloumi“ uporabljajo drugače kot za označevanje blaga, ki ustreza standardom certificiranja, naj bi zadoščalo za ugotovitev, da ima prejšnja znamka kot certifikacijska znamka Združenega kraljestva razlikovalni učinek.

74 EUIPO in intervenientka trditve Republike Ciper izpodbijata.

75 Celovita presoja verjetnosti zmede pomeni določeno soodvisnost med upoštevanimi dejavniki ter zlasti med podobnostjo znamk in podobnostjo proizvodov ali storitev, ki jih znamke označujejo. Tako lahko nizko stopnjo podobnosti med proizvodi ali storitvami, ki jih znamke označujejo, izravna visoka stopnja podobnosti med znamkami in obratno (sodbi z dne 29. septembra 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, točka 17, in z dne 14. decembra 2006, Mast-Jägermeister/UUNT – Licorera Zacapaneca (VENADO v okvirju in drugi), T-81/03, T-82/03 in T-103/03, EU:T:2006:397, točka 74).

76 Kot izhaja iz osme uvodne izjave Uredbe št. 207/2009 (postala uvodna izjava 11 Uredbe 2017/1001), je presoja verjetnosti zmede odvisna od številnih dejavnikov, in zlasti od tega, kako dobro javnost pozna znamko na zadevnem trgu. Ker je verjetnost zmede toliko večja, kolikor večji je razlikovalni učinek znamke, znamke z velikim razlikovalnim učinkom, ki je bodisi svojstven bodisi posledica poznavanja javnosti, uživajo širše varstvo kot znamke z manjšim razlikovalnim učinkom (glej po analogiji sodbe z dne 11. novembra 1997, SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, točka 24; z dne 29. septembra 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, točka 18, in z dne 22. junija 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, EU:C:1999:323, točka 20).

77 Poleg tega priznanje šibkega razlikovalnega učinka prejšnje znamke ne preprečuje ugotovitve obstoja verjetnosti zmede. Čeprav je namreč treba pri presoji verjetnosti zmede upoštevati razlikovalni učinek prejšnje znamke, je to le eden od dejavnikov, zajetih s to presojo. Tako lahko, tudi če ima prejšnja znamka šibek razlikovalni učinek, obstaja verjetnost zmede, zlasti zaradi podobnosti med znakoma in zajetimi proizvodi ali storitvami (glej sodbi z dne 13. decembra 2007, Xentral/UUNT – Pages jaunes (PAGESJAUNES.COM), T-134/06, EU:T:2007:387, točka 70 in navedena sodna praksa, in z dne 13. aprila 2011, Sociedad Agricola Requingua/UUNT – Consejo Regulador de la Denominación de Origen Toro (TORO DE PIEDRA), T-358/09, neobjavljena, EU:T:2011:174, točka 45 in navedena sodna praksa).

78 Prvič, spomniti je treba, da je bilo ugotovljeno, da je podobnost nasprotujočih si znakov na vizualni ravni majhna, na fonetični ravni pa srednja. Na pomenski ravni javnost izraz „halloumi“ v obeh nasprotujočih si znakih zaznava kot označbo vrste sira. V zvezi s tem je treba ugotoviti, kot sta to storila oddelek za ugovore in nato odbor za pritožbe, da sta si ta znaka podobna zgolj v opisnem elementu „halloumi“. Podobnost nasprotujočih si znakov tako očitno ne more odtehtati njune različnosti. Podobnost nasprotujočih si znakov je torej le majhna.

79 Drugič, glede razlikovalnega učinka prejšnje znamke je bilo zgoraj v točki 47 ugotovljeno, da je ta majhen, ker upoštevna javnost navedeno znamko zaznava kot opisno.

80 Trditve Republike Ciper, da odbor za pritožbe pri presoji razlikovalnega učinka prejšnje znamke ni upošteval posebne narave te znamke, ni mogoče sprejeti. Republika Ciper namreč v utemeljitev te trditve navaja odločbi iz nacionalne sodne prakse, na podlagi katerih ugotavlja, da se razlikovalni učinek nacionalne certifikacijske znamke odraža v tem, da jo javnost zaznava tako, da se z njo neki razred blaga razlikuje od drugega razreda blaga (glej točko 34 zgoraj). Vendar kot je bilo poudarjeno zgoraj v točkah 40 in 45, tako razumevanje razlikovalnega učinka prejšnje znamke ni upoštevno, pri čemer je bilo v obravnavanem primeru, nasprotno, ugotovljeno, da upoštevna javnost navedene znamke ne zaznava kot označbo kakršnega koli certificiranja.

81 Poleg tega je bilo v zvezi z upoštevanjem nacionalne sodne prakse, na katero se je sklicevala Republika Ciper, zgoraj v točki 40 poudarjeno, da je ureditev znamk Evropske unije avtonomen sistem, katerega uporaba je neodvisna od katerega koli nacionalnega sistema. Razlaga, ki jo Republika Ciper utemeljuje z odločbami nacionalnih sodišč, zato v obravnavanem primeru ni upoštevna.

82 Tretjič, kot je bilo navedeno zgoraj v točki 77, pa je treba opozoriti, da lahko obstaja verjetnost zmede, tudi če je razlikovalni učinek prejšnje znamke majhen, zlasti če je zadevno blago enako in sta si nasprotujoča si znaka podobna.

83 Vendar v obravnavanem primeru, čeprav je zadevno blago enako, zaradi majhnega razlikovalnega učinka prejšnje znamke in njene opisnosti zgolj enakost tega blaga ter podobnost nasprotujočih si znakov, ki imata skupni opisni izraz „halloumi“, ne zadostujeta za nastanek verjetnosti zmede.

84 Iz tega sledi, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil neobstoj verjetnost zmede.

85 Tretji del tožbenega razloga in torej edini tožbeni razlog, ki se nanaša na kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, je treba zavrniti, tako da se tožba v celoti zavrne.

Stroški

86 V skladu s členom 134(1) Poslovnika Splošnega sodišča se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki.

87 Ker Republika Ciper ni uspela, se ji v skladu s predlogi EUIPO in intervenientke naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (drugi senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Republiki Ciper se naloži plačilo stroškov.

Prek Schalin Costeira

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 13. julija 2018.

Podpisi