Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK TRIBUNÁLU (šestého senátu)

12. května 2016*

„Ochranná známka Evropské unie — Přihláška obrazové ochranné známky Evropské unie Mark1 — Absolutní důvod pro zamítnutí zápisu — Nedostatek rozlišovací způsobilosti — Článek 7 odst. 1 písm. b) nařízení (ES) č. 207/2009“

Ve věci T-32/15,

GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, se sídlem v Kloster Lehnin (Německo), zastoupená I. Memmlerem a S. Schulzem, advokáty,

žalobkyně,

proti

Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO), zastoupenému D. Walicka, jako zmocněnkyní,

žalovanému,

jejímž předmětem je žaloba podaná proti rozhodnutí prvního odvolacího senátu EUIPO ze dne 29. října 2014 (věc R 647/2014-1), týkajícímu se přihlášky obrazového označení Mark1 jako ochranné známky Evropské unie,

TRIBUNÁL (šestý senát),

ve složení S. Frimodt Nielsen, předseda, F. Dehousse a A. M. Collins (zpravodaj), soudci,

vedoucí soudní kanceláře: A. Lamote, rada,

s přihlédnutím k žalobě došlé kanceláři Tribunálu dne 22. ledna 2015,

s přihlédnutím k vyjádření k žalobě došlému kanceláři Tribunálu dne 31. března 2015,

po jednání konaném dne 28. ledna 2016, kterého se EUIPO neúčastnil,

vydává tento

* Jednací jazyk: němčina.

Rozsudek

Skutečnosti předcházející sporu

1 Dne 8. srpna 2013 podala žalobkyně, společnost GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, u Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) přihlášku ochranné známky Evropské unie na základě nařízení Rady (ES) č. 207/2009 ze dne 26. února 2009 o ochranné známce Evropské unie (Úř. věst. 2009, L 78, s. 1).

2 Ochrannou známkou, jejíž zápis byl požadován, je níže vyobrazené obrazové označení:



3 Výrobky, pro které byl zápis požadován, náležejí do tříd 9 a 34 ve smyslu Niceské dohody o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, ve znění změn a doplňků, a pro každou z těchto tříd odpovídají následujícímu popisu:

— třída 9: „Baterie pro elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické doutníky, elektronické doutníky, elektrické cigarillos, elektronické cigarillos, elektrické dýmky, elektronické dýmky a odpařovací přístroje pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky; akumulátory pro elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické doutníky, elektronické doutníky, elektrické cigarillos, elektronické cigarillos, elektrické dýmky, elektronické dýmky a odpařovací přístroje pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky; přístroje pro dobíjení elektrických akumulátorů, automobilové adaptéry; kabely pro elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické doutníky, elektronické doutníky, elektrické cigarillos, elektronické cigarillos, elektrické dýmky, elektronické dýmky a odpařovací přístroje pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky; elektronické a elektrické součástky pro elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické doutníky, elektronické doutníky, elektrické cigarillos, elektronické cigarillos, elektrické dýmky, elektronické dýmky a odpařovací přístroje pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky“;

— třída 34: „Tabákové listy; tabákové výrobky, obsažené ve třídě 34, zejména nikotinové pastilky na bázi tabáku ke žvýkání, doutníky, cigarety, cigarillos, jemný tabák, tabák do dýmek, šňupavý tabák, tabákové náhražky, doutníky a cigarety s obsahem tabákových náhražek (bez léčebného nebo léčivého účelu); kuřácké potřeby, zvláště nádoby na tabák, cigaretová pouzdra, cigaretové špičky, popelníky (všechny výše uvedené výrobky nejsou z drahých kovů nebo nejsou plátované drahými kovy), cigaretový papír, cigaretové dutinky, cigaretové filtry, dýmky, cigaretové kapesní strojky na plnění cigaret, zapalovače, obsažené ve třídě 34; zápalky; nádoby na cigarety z drahých kovů; držáky na cigarety z drahých kovů; cigaretové špičky z drahých kovů; cigaretová pouzdra a nádoby z drahých kovů a ze dřeva; pouzdra na doutníky z drahých kovů; doutníkové špičky z drahých kovů;

elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické doutníky, elektronické doutníky, elektrické cigarillos, elektronické cigarillos, elektrické dýmky a elektronické dýmky; kapalné roztoky, patrony a náplně pro elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektronické doutníky, elektronické cigarillos a elektrické dýmky; tekuté náplně pro používání v elektronických přístrojích pro kouření a v elektronických cigaretách; patrony pro elektronické cigarety a elektronická zařízení pro kouření; rozprašovače a vaporizátory aromatických přísad pro elektronické cigarety a elektronická zařízení pro kouření; atomizéry pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky; díly, součástky elektronických cigaret a elektronických zařízení pro kouření a atomizéry pro tabák, tabákové výrobky a tabákové náhražky; tašky, kabely a přepravní obaly, zvláště pro výše uvedené výrobky; součástky a náhradní díly pro výše uvedené výrobky“.

4 Rozhodnutím ze dne 8. ledna 2014 průzkumový referent přihlášku k zápisu pro všechny dotčené výrobky zamítl z důvodu, že přihlášená ochranná známka postrádá rozlišovací způsobilost ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009.

5 Dne 3. března 2014 podala žalobkyně k EUIPO proti tomuto rozhodnutí odvolání.

6 Rozhodnutím ze dne 29. října 2014 (dále jen „napadené rozhodnutí“) první odvolací senát EUIPO toto odvolání zamítl.

7 Odvolací senát měl za to, že relevantní veřejnost tvoří průměrní spotřebitelé náležející k široké veřejnosti i průměrní spotřebitelé náležející ke specializované veřejnosti. Odvolací senát uvedl, že přihlášené označení je obrazovou ochrannou známkou, která se skládá ze slova „mark“ a z číslice 1. Odvolací senát zmínil, že číslice 1 odkazuje zpravidla na první nebo na nejlepší v pořadí a slovo „mark“ je anglickým slovem, synonymem výrazu „trademark“, tedy ochranná známka. Podle odvolacího senátu tedy přihlášené označení odkazuje na skutečnost, že se dotčené výrobky nacházejí na prvním místě v pořadí ochranných známek na cigarety. Konfigurace grafického znázornění a barev, a sice černé barvy pro slovo „mark“ a červené barvy pro číslici 1, není dostatečná k tomu, aby přihlášenému označení propůjčila rozlišovací způsobilost. Červená barva totiž podle odvolacího senátu naznačuje, že výrobek je „číslo 1“. Navíc druh písma není neobvyklý. Přihlášené označení tedy podle něj vykonává pouze reklamní funkci a neumožňuje vyvodit původ výrobků. Z tohoto důvodu odvolací senát dospěl k závěru, že zapsáno být nemůže.

Návrhová žádání účastníků řízení

8 Žalobkyně navrhuje, aby Tribunál:

— zrušil napadené rozhodnutí;

— uložil EUIPO náhradu nákladů řízení.

9 EUIPO navrhuje, aby Tribunál:

— zamítl žalobu jako neopodstatněnou;

— uložil žalobkyni náhradu nákladů řízení.

Právní otázky

10 Na podporu žaloby uplatňuje žalobkyně jediný důvod, vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009.

11 Zaprvé žalobkyně uvádí, že slovo „mark“ není popisné. Uvádí, že v rámci významu jakožto ochranná známka nebo jako synonymum anglického slova „trademark“ je velmi imaginativní určitému výrobku neposkytovat název, ale kvalifikovat jej pouze jako známka. Kromě toho toto slovo může být podle ní chápáno v němčině rovněž ve smyslu označení nebo škrábnutí, anebo jakožto zkratka bývalé německé měny. Navíc podle ní slovo „mark“ odkazuje na velmi známé jméno v angličtině, přičemž žalobkyně uvádí některé známé příklady tohoto jména. Z těchto důvodů má podle žalobkyně toto slovo rozlišovací způsobilost.

12 Žalobkyně kromě toho uvádí, že EUIPO v minulosti slovo „mark“ zapsal jakožto ochrannou známku, a to v některých případech spolu s číslicemi.

13 Zadruhé žalobkyně uvádí, že číslice 1 je vnímána jakožto údaj reklamní povahy pouze v případě, že je spojena s určitým zbožím a se slovem „číslo“. V projednávané věci z hlediska průměrného spotřebitele pouhé spojení slova „mark“ s číslicí 1 takový význam nemá.

14 Žalobkyně uvádí, že EUIPO zapsal rovněž takové ochranné známky obsahující číslici 1, jako je ochranná známka Bank One pro bankovní a finanční služby. Kromě toho odkazuje na rozhodnutí Bundespatentgericht (spolkový patentový soud, Německo).

15 Žalobkyně kromě toho uvádí, že slovo „mark“ může být chráněno. Žádná skutečnost tedy neodůvodňuje, aby jej pouhé doplnění číslice 1 mohlo přeměnit na výraz postrádající rozlišovací způsobilost.

16 I přes skutečnost, že „Ochranná známka č. 1“ je reklamním sloganem pro cigarety s ochrannou známkou Mark Adams No1, žalobkyně uvádí, že spotřebitel tento slogan nevnímá ve smyslu pořadí, to znamená, že by šlo o nejprodávanější značku. Podle ní naopak průměrný spotřebitel ví, že cigarety s touto ochrannou známkou na trhu nezaujímají první místo prodejů.

17 V každém případě, i kdyby byla přihlášená ochranná známka vykládána jako reklamní slogan, nepředstavovalo by to dostatečný důvod k tomu, aby postrádala jakoukoli rozlišovací způsobilost podle judikatury. Žalobkyně uvádí, že reklamní slogany postrádají rozlišovací způsobilost pouze v případě, že jejich používání pro dotčené zboží a služby je běžné a nejsou způsobilé sloužit jako označení původu. Tak tomu však v projednávané věci není.

18 Zatřetí žalobkyně uvádí, že grafická koncepce přihlášené ochranné známky přispívá k posílení její rozlišovací způsobilosti. Podle ní relativně jednoduchá grafická konfigurace přihlášeného označení umožní spotřebiteli jeho snadné zapamatování k identifikaci původu výrobků. Kromě toho skutečnost, že slovo „mark“ je napsáno malými písmeny černé barvy a číslice 1 je zdůrazněna dvakrát větším písmem červené barvy, podle ní slouží k rozložení označení do dvou vzhledově odlišných prvků.

19 S ohledem na předcházející žalobkyně uvádí, že přihlášené označení má rozlišovací způsobilost pro výrobky tříd 9 i 34.

20 EUIPO tyto argumenty odmítá jako neopodstatněné.

21 EUIPO zejména uvádí, že označení, které obsahuje tvrzení, jež je přímo pochvalné, má rozlišovací způsobilost pouze v případě, že může být vnímáno rovněž jako označení původu, tak tomu v projednávané věci není z důvodů uvedených v napadeném rozhodnutí. Dodává, že skutečnost, že přihlášené označení může mít případně jiné významy, než je význam, z něhož se vychází v napadeném rozhodnutí, není určující. Nejednoznačnost sama o sobě totiž nemůže označení propůjčit rozlišovací způsobilost, jelikož jeden z významů může odůvodnit zamítnutí zápisu.

22 Navíc EUIPO uvádí, že grafická konfigurace označení v projednávané věci neprokazuje rozlišovací způsobilost. Podle judikatury je určující otázkou to, zda obrazové prvky mění z hlediska průměrného spotřebitele význam ochranné známky pro dotčené výrobky. EUIPO má za to, že projednávaný případ je srovnatelný s jinými případy, v nichž judikatura dospěla k závěru, že posouzení slovního prvku nemůže být dotčeno grafickou konfigurací.

23 Konečně starší zápisy obsahující slovo „mark“ spojené s číslicí nejsou srovnatelné, neboť zamítnutí zápisu je odůvodněno významem číslice 1. Navíc legalita rozhodnutí odvolacího senátu musí být posuzována výlučně na základě nařízení č. 207/2009, a nikoli na základě dřívější rozhodovací praxe.

24 Podle čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009 se do rejstříku nezapíšou „ochranné známky, které postrádají rozlišovací způsobilost“. Článek 7 odst. 2 uvedeného nařízení kromě toho stanoví, že se „[o]dstavec 1 [...] použije, i když důvody k zamítnutí existují jen v části [Evropské unie]“.

25 Myšlenka, na níž je založen čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009, souvisí se základní funkcí ochranné známky, kterou je zaručit spotřebiteli nebo konečnému uživateli totožnost původu výrobku nebo služby, na které se vztahuje ochranná známka [rozsudek ze dne 21. ledna 2011, BSH v. OHIM (executive edition), T-310/08, nezveřejněný, EU:T:2011:16, bod 22].

26 Účelem absolutního důvodu pro zamítnutí zápisu stanoveného v čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009 je tedy zajistit, aby tento spotřebitel nebo konečný uživatel mohl tento výrobek nebo tuto službu odlišit bez možné záměny od výrobku nebo služby, které mají jiný původ. Rozlišovací způsobilost ve smyslu tohoto článku má tedy ochranná známka, která umožňuje identifikovat výrobek nebo službu, pro něž je požadován zápis, jako pocházející od určitého podniku, a tudíž odlišit tento výrobek nebo tuto službu od výrobku či služby jiných podniků (rozsudek ze dne 21. ledna 2011, executive edition, T-310/08, nezveřejněný, EU:T:2011:16, bod 22).

27 Není nutné, aby ochranná známka předávala přesné informace o totožnosti výrobce výrobku nebo poskytovatele služeb. Stačí, že ochranná známka umožní dotyčné veřejnosti odlišit výrobek nebo službu, na které se vztahuje, od výrobku nebo služby, které mají jiný obchodní původ (rozsudek ze dne 21. ledna 2011, executive edition, T-310/08, nezveřejněný, EU:T:2011:16, bod 22).

28 Označení, která nejsou způsobilá vykonávat základní funkci ochranné známky, a sice funkci identifikace původu výrobku nebo služby tak, aby spotřebitel, který získá výrobek nebo službu označené ochrannou známkou, mohl při dalším nabytí učinit stejnou volbu, pokud byla jeho zkušenost pozitivní, nebo jinou volbu, pokud byla tato zkušenost negativní, postrádají rozlišovací způsobilost ve smyslu výše uvedeného ustanovení [rozsudek ze dne 31. března 2004, Fieldturf v. OHIM (LOOKS LIKE GRASS.... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, EU:T:2004:96, bod 23].

29 Rozlišovací způsobilost musí být posuzována jednak vzhledem k výrobkům nebo službám, pro které je zápis požadován, a jednak vzhledem k jejich vnímání relevantní veřejností, která je běžně informovaná a přiměřeně pozorná a obezřetná (rozsudky ze dne 31. března 2004, LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS, T-216/02, EU:T:2004:96, bod 26, a ze dne 21. ledna 2011, executive edition, T-310/08, nezveřejněný, EU:T:2011:16, bod 24).

30 Jedná-li se o ochranné známky tvořené prvky, které jsou mimoto užívány jako reklamní slogany, údaje o jakosti anebo výrazy podněcující ke koupi výrobků nebo služeb, na které se tyto ochranné známky vztahují, není jejich zápis vyloučen z důvodu takového užívání. Pokud jde o posouzení rozlišovací způsobilosti takových ochranných známek, není namístě pro ně používat striktnější kritéria, než jsou kritéria použitelná na jiná označení [rozsudky ze dne 21. ledna 2011, executive edition, T-310/08, nezveřejněný, EU:T:2011:16, bod 25, a ze dne 12. února 2014, Oetker Nahrungsmittel v. OHIM (La qualité est la meilleure des recettes) [Kvalita je nejlepším z receptů], T-570/11, nezveřejněný, EU:T:2014:72, bod 22].

31 K tomu, aby měl reklamní slogan rozlišovací způsobilost, nelze vyžadovat, aby měl takový slogan fantazijní povahu, případně pojmové napětí, jehož následkem by bylo překvapení, a aby si jej kvůli tomu bylo možné zapamatovat [rozsudky ze dne 12. února 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, nezveřejněný, EU:T:2014:72, bod 25, a ze dne 29. ledna 2015, Blackrock v. OHIM (INVESTING FOR A NEW WORLD), T-59/14, nezveřejněný, EU:T:2015:56, bod 22].

32 Kromě toho pouhá skutečnost, že ochranná známka je dotčenou veřejností vnímána jako propagační slogan a že s ohledem na její pochvalnou povahu může být v zásadě převzata jinými podniky, není sama o sobě dostatečná pro závěr, že tato ochranná známka postrádá rozlišovací způsobilost (rozsudek ze dne 12. února 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, nezveřejněný, EU:T:2014:72, bod 26).

33 Pochvalná konotace slovní ochranné známky nevylučuje, že ochranná známka je nicméně způsobilá spotřebitelům zajistit původ výrobků nebo služeb, na které se vztahuje. Takovou ochrannou známku dotčená veřejnost může vnímat současně jako propagační slogan a údaj o obchodním původu výrobků nebo služeb. Z toho vyplývá, že v rozsahu, v němž tato veřejnost vnímá ochrannou známku jako údaj o tomto původu, nemá skutečnost, že je současně, případně dokonce na prvním místě, chápána jako propagační slogan, vliv na její rozlišovací způsobilost (rozsudky ze dne 21. ledna 2010, Audi v. OHIM, C-398/08 P, EU:C:2010:29, bod 45; ze dne 12. února 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, nezveřejněný, EU:T:2014:72, bod 27, a ze dne 29. ledna 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, nezveřejněný, EU:T:2015:56, bod 24).

34 Jinak řečeno je třeba mít za to, že ochranná známka tvořená reklamním sloganem postrádá rozlišovací způsobilost, jestliže ji relevantní veřejnost může vnímat pouze jako prostý reklamní slogan. Naproti tomu je třeba mít za to, že taková ochranná známka má rozlišovací způsobilost, jestliže ji nad rámec reklamní funkce relevantní veřejnost může bez dalšího vnímat jako označení obchodního původu dotčených výrobků a služeb [usnesení ze dne 12. června 2014, Delphi Technologies v. OHIM, C-448/13 P, nezveřejněné, EU:C:2014:1746, bod 36, a rozsudek ze dne 24. listopadu 2015, Intervog v. OHIM (meet me), T-190/15, nezveřejněný, EU:T:2015:874, bod 20].

35 Pokud jde o obrazová označení, je pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti dotčeného označení třeba přezkoumat, zda obrazové prvky umožňují, že se přihlášená ochranná známka z hlediska průměrných přiměřeně pozorných spotřebitelů liší od pouhého vnímání použitých slovních prvků (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 24. listopadu 2015, meet me, T-190/15, nezveřejněný, EU:T:2015:874, bod 30).

36 Projednávaný případ je třeba přezkoumat ve světle těchto zásad.

37 Co se týče dotčených výrobků, jde o tabákové výrobky a elektronické cigarety, jakož i související výrobky náležející do tříd 9 a 34.

38 Pokud jde o relevantní veřejnost, odvolací senát měl za to, a žalobkyně mu v tom neodporovala, že jde o širokou veřejnost i o specializovanou veřejnost. Vzhledem k tomu, že přihlášenou ochrannou známku tvoří slovo „mark“, které anglicky hovořící veřejnost může pochopit, odvolací senát správně zohlednil tuto veřejnost, aniž byl povinen zohlednit rovněž jinou veřejnost.

39 Pokud jde o přihlášené označení, argumenty žalobkyně mohou být shrnuty v podstatě následovně. Zaprvé slovo „mark“ může mít několik významů, a nelze mít tedy za to, že postrádá rozlišovací způsobilost. Zadruhé číslice 1 není vnímána jako reklamní údaj sám o sobě. I kdyby přihlášené označení bylo vykládáno jako reklamní slogan, mělo by rozlišovací způsobilost. Zatřetí rozlišovací způsobilost je posílena grafickou koncepcí označení.

40 V tomto ohledu je třeba uvést, že skutečnost, že slovo „mark“ může mít několik významů, není určující. Žalobkyně nezpochybňuje, že jedním z těchto významů je význam jako ochranná známka. Tribunál má v rámci globálního posouzení přihlášené ochranné známky za to, že tato ochranná známka má pro dotčené výrobky zjevně a hlavně pochvalný a propagační význam. Tato ochranná známka totiž relevantní veřejnosti navozuje především myšlenku „ochranné známky číslo 1“ pro výrobky, kterých se přihláška týká. Relevantní veřejnost, která se s touto ochrannou známkou setká, nebude tuto ochrannou známku vnímat nad rámec propagační informace, podle níž je přihlášená ochranná známka „číslem 1“, jako údaj o obchodním původu těchto výrobků.

41 Pochvalný nebo propagační význam přihlášeného označení, který relevantní veřejnost jako takový bezprostředně vnímá a pochopí, zastiňuje jakékoli označení obchodního původu dotčených výrobků, takže si relevantní veřejnost uvedenou ochrannou známku nezapamatuje jako označení původu. Je třeba připomenout, že podle judikatury skutečnost, že přihlášená ochranná známka může mít několik významů, nutně sama o sobě neznamená, že má rozlišovací způsobilost, jestliže ji relevantní veřejnost vnímá bez dalšího jako reklamní sdělení, a nikoli jako označení obchodního původu dotčených výrobků nebo služeb [rozsudek ze dne 8. října 2015, Société des produits Nestlé v. OHIM (NOURISHING PERSONAL HEALTH), T-336/14, nezveřejněný, EU:T:2015:770, bod 41]. I když skutečnost, že přihlášená ochranná známka může mít několik významů, představuje jeden z charakteristických rysů, které mohou označení v zásadě propůjčit rozlišovací způsobilost, není určujícím faktorem ke konstatování uvedené rozlišovací způsobilosti (rozsudek ze dne 29. ledna 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, nezveřejněný, EU:T:2015:56, bod 38).

42 Z toho vyplývá, že přihlášenou ochrannou známku tvoří reklamní slogan bez minimální vyžadované rozlišovací způsobilosti, a nikoli označení obchodního původu výrobků. Není tedy namístě zpochybňovat posouzení odvolacího senátu, podle něhož ochranná známka jako taková neobsahuje prvky, které by jí mohly propůjčit rozlišovací způsobilost.

43 Pokud jde o význam obrazových prvků, měl odvolací senát správně za to, že grafické prvky jsou jednoduché povahy a nikterak nemění posouzení slovního prvku přihlášené ochranné známky.

44 V tomto ohledu je třeba uvést, že kombinace černé barvy pro slovo a červené barvy pro číslici, druh písma s malou rozlišovací způsobilostí, jakož i rozdílná velikost slova a číslice představují prvky, které jsou jen málo charakteristické, takže přihlášené ochranné známce jako celku nepropůjčují žádnou rozlišovací způsobilost. Uvedené prvky totiž nevykazují žádný aspekt zejména zapojení fantazie nebo způsobu, jak jsou tyto prvky spojeny, který by uvedené ochranné známce umožnil zajistit její základní funkci, pokud jde o výrobky, kterých se týká přihláška k zápisu.

45 Konečně je třeba odmítnout rovněž argument žalobkyně, podle něhož je přístup odvolacího senátu v rozporu se staršími zápisy několika podobných označení jako ochranných známek Evropské unie nebo národních ochranných známek.

46 Je třeba připomenout, že EUIPO je povinen vykonávat pravomoci v souladu s takovými obecnými zásadami unijního práva, jako je zásada rovného zacházení a zásada řádné správy (rozsudek ze dne 10. března 2011, Agencja Wydawnicza Technopol v. OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 73).

47 S ohledem na tyto dvě posledně uvedené zásady musí EUIPO v rámci průzkumu přihlášky ochranné známky Evropské unie zohlednit již přijatá rozhodnutí ve věci podobných přihlášek a se zvláštní pozorností se zabývat otázkou, zda je třeba rozhodnout v tomtéž smyslu či nikoli (rozsudek ze dne 10. března 2011, Agencja Wydawnicza Technopol v. OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 74).

48 Zásady rovného zacházení a řádné správy však musí být v souladu s dodržováním legality (rozsudek ze dne 10. března 2011, Agencja Wydawnicza Technopol v. OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 75).

49 Proto osoba, která žádá o zápis označení jako ochranné známky, nemůže ve svůj prospěch uplatňovat případnou protiprávnost, k níž došlo ve prospěch jiné osoby, aby dosáhla totožného rozhodnutí (rozsudek ze dne 10. března 2011, Agencja Wydawnicza Technopol v. OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 76).

50 Ostatně z důvodů právní jistoty a právě řádné správy musí být průzkum každé přihlášky k zápisu striktní a úplný, aby se předešlo tomu, že ochranné známky budou zapsány neoprávněně. Takový průzkum musí být proveden v každém konkrétním případě. Zápis označení jako ochranné známky totiž závisí na specifických kritériích použitelných v rámci skutkových okolností projednávaného případu, sloužících k ověření, zda dotčené označení nespadá pod některý důvod pro zamítnutí (rozsudek ze dne 10. března 2011, Agencja Wydawnicza Technopol v. OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 77).

51 V projednávané věci se ukázalo, že na rozdíl od případů, o něž se mohlo jednat u některé starší přihlášky označení, této přihlášce k zápisu brání jeden z důvodů pro zamítnutí uvedených v čl. 7 odst. 1 nařízení č. 207/2009.

52 Za těchto podmínek s ohledem na to, že přihlášená ochranná známka nemá rozlišovací způsobilost, žalobkyně nemůže účelně uplatňovat starší rozhodnutí EUIPO, jak odvolací senát správně konstatoval v napadeném rozhodnutí.

53 Navíc je třeba konstatovat, že jak uvádí EUIPO, přihlášená ochranná známka není srovnatelná s označeními, která tvoří spojení slova „mark“ s jinými číslicemi, jako 10 nebo 11, anebo římskými číslicemi, jako V nebo VII. Za těchto okolností je třeba odmítnout argument vycházející z porušení zásady rovného zacházení, která vyžaduje, aby se srovnatelnými situacemi nebylo zacházeno odlišně a s odlišnými situacemi stejně, není-li takové zacházení objektivně odůvodněno.

54 Pokud jde o rozhodnutí Bundespatentgericht (spolkový patentový soud) uplatněné žalobkyní, je třeba uvést, že toto rozhodnutí jako takové nemůže podmiňovat posouzení projednávané věci. Režim ochranných známek Evropské unie je totiž autonomním systémem, který je tvořen souborem pravidel a sleduje cíle, které jsou pro něj specifické, přičemž jeho uplatnění je nezávislé na jakémkoli vnitrostátním systému. EUIPO, a případně unijní soud tedy nejsou vázány rozhodnutími přijatými na úrovni členských států [rozsudek ze dne 15. května 2014, Katjes Fassin v. OHIM (Yoghurt-Gums), T-366/12, nezveřejněný, EU:T:2014:256, bod 28].

55 S ohledem na výše uvedené musí být jediný žalobní důvod uplatněný žalobkyní jako neopodstatněný zamítnut.

K nákladům řízení

56 Podle čl. 134 odst. 1 jednacího řádu Tribunálu se účastníku řízení, který neměl úspěch ve věci, uloží náhrada nákladů řízení, pokud to účastník řízení, který měl ve věci úspěch, požadoval. Vzhledem k tomu, že žalobkyně neměla ve věci úspěch a EUIPO požadoval náhradu nákladů řízení, je důvodné rozhodnout, že žalobkyně ponese vlastní náklady řízení a ukládá se jí náhrada nákladů řízení vynaložených EUIPO.

Z těchto důvodů

TRIBUNÁL (šestý senát)

rozhodl takto:

1) Žaloba se zamítá.

2) Společnost GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH ponese vlastní náklady řízení a nahradí náklady řízení vynaložené Úřadem Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO).

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Takto vyhlášeno na veřejném zasedání v Lucemburku dne 12. května 2016.

Podpisy.