Zbierka súdnych rozhodnutí

ROZSUDOK VŠEOBECNÉHO SÚDU (šiesta komora)

z 12. mája 2016*

„Ochranná známka Európskej únie — Prihláška obrazovej ochrannej známky Európskej únie Mark1 — Absolútny dôvod zamietnutia — Nedostatok rozlišovacej spôsobilosti — Článok 7 ods. 1 písm. b) nariadenia (ES) č. 207/2009“

Vo veci T-32/15,

GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, so sídlom v Kloster Lehnin (Nemecko), v zastúpení: I. Memmler a S. Schulz, advokáti,

žalobkyňa,

proti

Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO), v zastúpení: D. Walicka, splnomocnená zástupkyňa,

žalovanému,

ktorej predmetom je žaloba podaná proti rozhodnutiu prvého odvolacieho senátu EUIPO z 29. októbra 2014 (vec R 647/2014-1), týkajúcemu sa prihlášky obrazového označenia Mark1 ako ochrannej známky Európskej únie,

VŠEOBECNÝ SÚD (šiesta komora),

v zložení: predseda komory S. Frimodt Nielsen, sudcovia F. Dehousse a A. M. Collins (spravodajca),

tajomník: A. Lamote, referentka,

so zreteľom na žalobu podanú do kancelárie Všeobecného súdu 22. januára 2015,

so zreteľom na vyjadrenie k žalobe podané do kancelárie Všeobecného súdu 31. marca 2015,

po pojednávaní z 28. januára 2016, na ktorom sa EUIPO nezúčastnil,

vyhlásil tento

* Jazyk konania: nemčina.

Rozsudok

Okolnosti predchádzajúce sporu

1 Dňa 8. augusta 2013 podala žalobkyňa, spoločnosť GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, prihlášku ochrannej známky Európskej únie na Úrad Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO) podľa nariadenia Rady (ES) č. 207/2009 z 26. februára 2009 o ochrannej známke Európskej únie (Ú. v. EÚ L 78, 2009, s. 1).

2 Prihláška ochrannej známky bola podaná na zápis tohto obrazového označenia:



3 Výrobky, na ktoré sa vzťahovala prihlasovaná ochranná známka, sú zaradené do tried 9 a 34 v zmysle Niceskej dohody o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb pre zápis známok z 15. júna 1957 v revidovanom a doplnenom znení a zodpovedajú pre každú z týchto tried tomuto opisu:

— trieda 9: „Batérie pre elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické cigary, elektronické cigary, elektrické krátke cigary, elektronické krátke cigary, elektrické fajky, elektronické fajky a prístroje určené na odparovanie tabaku, tabakové výrobky a náhradky tabaku; akumulátory pre elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické cigary, elektronické cigary, elektrické krátke cigary, elektronické krátke cigary, elektrické fajky, elektronické fajky a prístroje určené na rozprašovanie tabaku, tabakové výrobky a náhradky tabaku; prístroje na dobíjanie elektrických akumulátorov, nabíjačky do auta; káble pre elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické cigary, elektronické cigary, elektrické krátke cigary, elektronické krátke cigary, elektrické fajky, elektronické fajky a prístroje určené na odparovanie tabaku, tabakové výrobky a náhradky tabaku; náhradné elektronické a elektrické súčiastky pre elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické cigary, elektronické cigary, elektrické krátke cigary, elektronické krátke cigary, elektrické fajky, elektronické fajky a prístroje určené na odparovanie tabaku, tabakové výrobky a náhradky tabaku“,

— trieda 34: „tabakové listy; tabakové výrobky v triede 34, najmä nikotínové tabletky vyrobené z tabaku a určené na žuvanie, cigary, cigarety, krátke cigary, jemný tabak, tabak do fajky, šnupací tabak, náhradky tabaku, cigary a cigarety obsahujúce náhradky tabaku (nie na lekárske alebo liekové účely); výrobky pre fajčiarov, najmä nádoby na tabak, puzdrá na cigarety, cigaretové náustky, popolníky (všetky uvedené výrobky nie sú z drahých kovov alebo plátkované z drahých kovov), cigaretový papier, objímky na cigarety, filtre na cigarety, fajky, vreckové prístroje na vlastnoručné zhotovenie cigariet, zapaľovače, v triede 34; zápalky; nádoby na cigarety z drahých kovov; držiaky na cigarety z drahých kovov; náustky na cigarety z drahých kovov; puzdrá a nádoby na cigary z drahých kovov a z dreva; humidory na cigary z drahých kovov; špička na cigaru z drahých kovov;

elektrické cigarety, elektronické cigarety, elektrické cigary, elektronické cigary, elektrické krátke cigary, elektronické krátke cigary, elektrické fajky a elektronické fajky; tekutiny, nádobky a náplne do elektrických cigariet, elektronických cigariet, elektronických cigár, elektronických krátkych cigár a elektrických fajok; tekuté náplne na použitie v elektronických prístrojoch na fajčenie a elektronických cigaretách; náhradné náplne do elektronických cigariet a elektronických zariadení na fajčenie; difuséry, odparovače vône pre elektronické cigarety a elektronické zariadenia na fajčenie; atomizéry pre tabak, tabakové výrobky a náhradky tabaku; náhradné diely, súčiastky elektronických cigariet a elektronických zariadení na fajčenie a atomizérov pre tabak, tabakových výrobkov a náhradiek tabaku; taštičky na tabak a prepravné nádoby, najmä na vyššie uvedené výrobky; súčiastky a náhradné diely na uvedené výrobky.“

4 Rozhodnutím z 8. januára 2014 prieskumový pracovník zamietol prihlášku ochrannej známky pre všetky dotknuté výrobky z dôvodu, že prihlasovaná ochranná známka nemá rozlišovaciu spôsobilosť v zmysle článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 207/2009.

5 Dňa 3. marca 2014 podala žalobkyňa proti tomuto rozhodnutiu odvolanie na EUIPO.

6 Rozhodnutím z 29. októbra 2014 (ďalej len „napadnuté rozhodnutie“) prvý odvolací senát EUIPO odvolanie zamietol.

7 Odvolací senát usúdil, že príslušná skupina verejnosti sa skladá tak z priemerných spotrebiteľov patriacich medzi širokú verejnosť, ako aj z priemerných spotrebiteľov patriacich medzi odbornú verejnosť. Odvolací senát uviedol, že prihlasované označenie je obrazovou ochrannou známkou pozostávajúcou zo slova „mark“ a číslice 1. Uviedol, že číslica 1 odkazuje spravidla na prvého alebo najlepšieho v poradí, a že slovo „mark“ je anglické slovo, synonymum pre „trademark“, čiže ochrannú známku. Prihlasované označenie preto podľa odvolacieho senátu je odkazom na skutočnosť, že dotknuté výrobky sa nachádzajú prvé v poradí ochranných známok na cigarety. Grafické a farebné usporiadanie, a to čierna farba pre slovo „mark“ a červená pre číslicu 1 nie je dostatočné na to, aby prihlasované označenie získalo rozlišovaciu spôsobilosť. Červená farba totiž naznačuje, že výrobok je „číslom 1“. Navyše umiestnenie písmen nie je nezvyčajné. Prihlasované označenie tým má iba reklamnú úlohu a neumožňuje, aby z neho bol vyvodený pôvod výrobkov. Z tohto dôvodu odvolací senát rozhodol, že ho nie je možné zapísať.

Návrhy účastníkov konania

8 Žalobkyňa navrhuje, aby Všeobecný súd:

— zrušil napadnuté rozhodnutie,

— zaviazal EUIPO na náhradu trov konania.

9 EUIPO navrhuje, aby Všeobecný súd:

— zamietol žalobu ako nedôvodnú,

— zaviazal žalobkyňu na náhradu trov konania.

Právny stav

10 Žalobkyňa na podporu svojej žaloby uvádza jediný žalobný dôvod založený na porušení článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 207/2009.

11 Žalobkyňa po prvé tvrdí, že slovo „mark“ nie je opisné. Uvádza, že vo svojom význame ako ochranná známka alebo synonymum anglického slova „trademark“ je veľmi imaginatívne neposkytnúť určitému výrobku názov, ale nazvať ho jednoducho ochrannou známkou. Okrem toho slovo môže byť pochopené aj v zmysle označenia alebo škrabnutia v nemčine, alebo ako skratka bývalej nemeckej meny. Navyše slovo „mark“ odkazuje na veľmi známe krstné meno v angličtine, a uvádza niekoľko prípadov mien známych osobností s týmto krstným menom. Z týchto dôvodov má toto slovo podľa žalobkyne rozlišovaciu spôsobilosť.

12 Žalobkyňa okrem toho uvádza, že EUIPO už v minulosti zapísalo slovo „mark“ ako ochrannú známku, a to v niektorých prípadoch aj v spojení s číslicami.

13 Žalobkyňa po druhé tvrdí, že číslica 1 je vnímaná ako údaj reklamnej povahy iba vtedy, keď je spojená s určitým výrobkom a so slovom „číslo“. V prejednávanej veci z hľadiska priemerného spotrebiteľa samotné spojenie slova „mark“ s číslicou 1 nemá taký význam.

14 Žalobkyňa uvádza, že EUIPO zapísal rovnako také ochranné známky obsahujúce číslicu 1, akými sú ochranná známka Bank One pre bankové a finančné služby. Navyše odkazuje na rozhodnutie Bundespatentgericht (Spolkový patentový súd, Nemecko).

15 Okrem toho žalobkyňa tvrdí, že slovo „mark“ môže byť chránené. Preto žiadna skutočnosť neodôvodňuje, aby samotné pridanie číslice 1 ho mohlo premeniť na pojem bez rozlišovacej spôsobilosti.

16 Napriek tomu, že reklamný slogan pre cigarety značky Mark Adams No1 je „Ochranná známka č. 1“, žalobkyňa tvrdí, že spotrebiteľ nevníma tento slogan v zmysle poradia, to znamená, že by išlo o najpredávanejšiu značku. Naopak, podľa nej priemerný spotrebiteľ vie, že cigarety s tou ochrannou známkou nie sú na trhu v predajoch na prvom mieste.

17 V každom prípade aj keby bola prihlasovaná ochranná známka vnímaná ako reklamný slogan, nepredstavovalo by to dostatočný dôvod na to, aby jej bola odmietnutá akákoľvek rozlišovacia spôsobilosť podľa judikatúry. Žalobkyňa tvrdí, že reklamné slogany nemajú rozlišovaciu spôsobilosť, iba keď je ich používanie pre dotknuté výrobky a služby bežné a nie sú spôsobilé slúžiť ako označenia pôvodu. V prejednávanej veci však o takýto prípad nejde.

18 Žalobkyňa po tretie uvádza, že grafické poňatie prihlasovanej ochrannej známky prispieva k posilneniu jej rozlišovacej spôsobilosti. Podľa nej relatívne jednoduché grafické usporiadanie prihlasovaného označenia umožňuje spotrebiteľovi jeho ľahké zapamätanie si na identifikáciu pôvodu výrobkov. Okrem toho skutočnosť, že slovo „mark“ je napísané malými písmenami čiernou farbou a že číslica 1 je napísaná dvojnásobnou veľkosťou červenou farbou slúži na oddelenie označenia na dve vizuálne oddelené časti.

19 Vzhľadom na uvedené žalobkyňa tvrdí, že prihlasované označenie má pre výrobky tried 9 a 34 rozlišovaciu spôsobilosť.

20 EUIPO odmieta tieto tvrdenia ako nedôvodné.

21 EUIPO najmä tvrdí, že označenie, ktoré obsahuje tvrdenie, ktoré je priamo pochvalné, má rozlišovaciu spôsobilosť, iba ak ho možno vnímať aj ako označenie pôvodu, čo nie je z dôvodov vyjadrených v napadnutom rozhodnutí prejednávaný prípad. Dodáva, že skutočnosť, že prihlasované označenie by mohlo mať prípadne aj iné významy ako je význam, z ktorého sa vychádza v napadnutom rozhodnutí, nie je určujúca. Nejednoznačnosť totiž nemôže označeniu sama osebe dať rozlišovaciu spôsobilosť, keďže jeden z významov môže odôvodniť zamietnutie zápisu.

22 EUIPO navyše tvrdí, že grafické usporiadanie označenia v prejednávanej veci nevytvára rozlišovaciu spôsobilosť. Podľa judikatúry je rozhodujúcou otázka, či obrazové prvky menia z hľadiska priemerného spotrebiteľa význam ochrannej známky pre dotknuté výrobky. EUIPO uvádza, že prejednávaná vec je porovnateľná s inými prípadmi, v ktorých judikatúra dospela k záveru, že grafické usporiadanie nemôže ovplyvniť posúdenie slovného prvku.

23 Nakoniec skoršie zápisy obsahujúce slovo „mark“ spolu s číslicou nie sú porovnateľné, pretože zamietnutie je odôvodnené významom číslice 1. Navyše zákonnosť rozhodnutí odvolacieho senátu sa musí posudzovať výlučne s ohľadom na nariadenie č. 207/2009 a nie s ohľadom na skoršiu rozhodovaciu prax.

24 Podľa článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 207/2009 sa do registra nezapíšu „ochranné známky, ktoré nemajú rozlišovaciu spôsobilosť“. Navyše článok 7 ods. 2 uvedeného nariadenia uvádza, že „odsek 1 sa bude uplatňovať napriek skutočnosti, že dôvody na zamietnutie existujú iba v časti [Európskej únie]“.

25 Myšlienka, o ktorú sa opiera článok 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 207/2009, súvisí so základnou funkciou ochrannej známky, ktorou je zaručiť spotrebiteľovi alebo konečnému používateľovi totožnosť pôvodu výrobku alebo služby označených ochrannou známkou [rozsudok z 21. januára 2011, BSH/ÚHVT (executive edition), T-310/08, neuverejnený, EU:T:2011:16, bod 22].

26 Cieľom absolútneho dôvodu zamietnutia zápisu stanoveného v článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č.207/2009 je tak zabezpečiť, aby takýto spotrebiteľ alebo konečný používateľ mohol odlíšiť tento výrobok alebo túto službu bez možnej zámeny od výrobkov alebo služieb iného pôvodu. Rozlišovaciu spôsobilosť v zmysle toto článku má teda ochranná známka, ktorá umožní identifikovať výrobok alebo službu, pre ktoré sa zápis žiada, ako pochádzajúce od určitého podniku, a teda ich odlíšiť od výrobku či služby iných podnikov (rozsudok z 21. januára 2011, executive edition, T-310/08, neuverejnený, EU:T:2011:16, bod 22).

27 Nie je nevyhnutné, aby ochranná známka odovzdávala presnú informáciu, pokiaľ ide o totožnosť výrobcu výrobku alebo poskytovateľa služieb. Postačuje, aby ochranná známka umožňovala dotknutej verejnosti odlíšiť výrobok alebo službu, ktorú označuje, od výrobkov alebo služieb, ktoré majú iný obchodný pôvod (rozsudok z 21. januára 2011, executive edition, T-310/08, neuverejnený, EU:T:2011:16, bod 22).

28 Označenia, ktoré nemajú rozlišovaciu spôsobilosť v zmysle vyššie uvedeného ustanovenia, sú označenia, ktoré sa považujú za nespôsobilé plniť základnú funkciu ochrannej známky, ktorou je označovať pôvod tovaru alebo služby, a tak umožniť spotrebiteľovi, ktorý nadobudol tovar alebo ktorému boli poskytnutá služba, ktorú ochranná známka označuje, aby pri nasledujúcej príležitosti svoju voľbu na základe skúsenosti zopakoval, ak sa ukázala ako pozitívna, alebo aby sa jej vyhol, ak sa ukázala ako negatívna [rozsudok z 31. marca 2004, Fieldturf/ÚHVT (LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS… PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, EU:T:2004:96, bod 23].

29 Rozlišovacia spôsobilosť sa musí posudzovať na jednej strane vo vzťahu k výrobkom a službám, ktoré sú uvedené v prihláške ochrannej známky, a na druhej strane vo vzťahu k tomu, ako tieto výrobky vníma príslušná skupina verejnosti, ktorá je riadne informovaná a primerane pozorná a obozretná (rozsudky z 31. marca 2004, LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS… PLAYS LIKE GRASS, T-216/02, EU:T:2004:96, bod 26, a z 21. januára 2011, executive edition, T-310/08, neuverejnený, EU:T:2011:16, bod 24).

30 Pokiaľ ide o ochranné známky zložené z prvkov, ktoré sa inak používajú ako reklamné slogany, údaje o kvalite alebo výrazy nabádajúce na nákup tovarov alebo služieb chránených týmito ochrannými známkami, ich zápis nie je vylúčený z dôvodu tohto používania. V súvislosti s posúdením rozlišovacej spôsobilosti takých ochranných známok sa nemajú uplatňovať prísnejšie kritériá ako tie, ktoré sa

uplatňujú pri posúdení iných označení [rozsudky z 21. januára 2011, executive edition, T-310/08, neuverejnený, EU:T:2011:16, bod 25, a z 12. februára 2014, Oetker Nahrungsmittel/ÚHVT (La qualité est la meilleure des recettes), T-570/11, neuverejnený, EU:T:2014:72, bod 22].

31 Nie je možné vyžadovať, aby na to, aby mal reklamný slogan rozlišovaciu spôsobilosť, musel mať fantazijnú povahu, respektíve koncepčné pole napätia, ktorého dôsledkom by bolo prekvapenie, ktoré by utkvelo v pamäti [rozsudky z 12. februára 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, neuverejnený, EU:T:2014:72, bod 25, a z 29. januára 2015, Blackrock/ÚHVT (INVESTING FOR A NEW WORLD), T-59/14, neuverejnený, EU:T:2015:56, bod 22].

32 Okrem toho len skutočnosť, že ochranná známka je vnímaná dotknutou verejnosťou ako reklamný slogan a že so zreteľom na jej pochvalnú povahu ju môžu v zásade použiť iné podniky, nie je sama osebe dostatočná na rozhodnutie, že táto ochranná známka nemá rozlišovaciu spôsobilosť (rozsudok z 12. februára 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, neuverejnený, EU:T:2014:72, bod 26).

33 Pochvalný význam slovnej ochrannej známky nevylučuje, že táto ochranná známka môže spotrebiteľom tiež zaručiť pôvod tovarov alebo služieb, ktoré označuje. Taká ochranná známka môže teda byť súčasne vnímaná príslušnou skupinou verejnosti ako reklamný slogan a údaj o obchodnom pôvode tovarov alebo služieb. Z uvedeného vyplýva, že pokiaľ je ochranná známka vnímaná touto verejnosťou ako označenie tohto pôvodu, skutočnosť, že je súčasne, ba dokonca v prvom rade, chápaná ako reklamný slogan, nemá vplyv na jej rozlišovaciu spôsobilosť (rozsudky z 21. januára 2010, Audi/ÚHVT, C-398/08 P, EU:C:2010:29, bod 45; z 12. februára 2014, La qualité est la meilleure des recettes, T-570/11, neuverejnený, EU:T:2014:72, bod 27, a z 29. januára 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, neuverejnený, EU:T:2015:56, bod 24).

34 Inými slovami ochrannú známku, ktorá je tvorená reklamným sloganom, je potrebné považovať za ochrannú známku bez rozlišovacej spôsobilosti, pokiaľ ju príslušná skupina verejnosti môže vnímať iba ako reklamný slogan. Naopak, takejto ochrannej známke je potrebné priznať rozlišovaciu spôsobilosť, pokiaľ ju nad rámec svojej propagačnej funkcie príslušná skupina verejnosti môže vnímať bez ďalšieho ako údaj o obchodnom pôvode dotknutých tovarov a služieb [uznesenie z 12. júna 2014, Delphi Technologies/ÚHVT, C-448/13 P, neuverejnené, EU:C:2014:1746, bod 36, a rozsudok z 24. novembra 2015, Intervog/ÚHVT (meet me), T-190/15, neuverejnený, EU:T:2015:874, bod 20].

35 Pokiaľ ide o obrazové označenia, treba na účely posúdenia rozlišovacej spôsobilosti dotknutého označenia preskúmať, či obrazové prvky umožňujú, že sa prihlasovaná ochranná známka odlišuje z hľadiska primerane pozorného priemerného spotrebiteľa od samotného vnímania použitých slovných prvkov (pozri v tomto zmysle rozsudok z 24. novembra 2015, meet me, T-190/15, neuverejnený, EU:T:2015:874, bod 30).

36 Prejednávanú vec treba preskúmať práve s ohľadom na tieto zásady.

37 Pokiaľ ide o označené výrobky, ide o tabakové výrobky a elektronické cigarety, ako aj súvisiace výrobky, ktoré patria do tried 9 a 34.

38 Pokiaľ ide o príslušnú skupinu verejnosti, zastáva odvolací senát názor, bez toho, aby to žalobkyňa spochybňovala, že ide na jednej strane o širokú verejnosť a na druhej strane o odbornú verejnosť. Z dôvodu, že prihlasovaná ochranná známka sa skladá zo slova „mark“, ktoré môže anglicky hovoriaca skupina verejnosti pochopiť, je správne, že odvolací senát zohľadnil túto skupinu verejnosti, bez toho, aby bol povinný zohľadniť aj inú skupinu verejnosti.

39 Pokiaľ ide o prihlasované označenie, tvrdenia žalobkyne sa dajú v podstate zhrnúť takto. Po prvé slovo „mark“ môže mať viacero významov, a teda ho nemožno považovať za slovo, ktoré nemá rozlišovaciu spôsobilosť. Po druhé číslicu 1 nemožno vnímať ako reklamné označenie samo osebe. Aj keby bolo prihlasované označenie vnímané ako reklamný slogan, malo by rozlišovaciu spôsobilosť. Po tretie je rozlišovacia spôsobilosť posilnená grafickým poňatím označenia.

40 V tejto súvislosti treba uviesť, že skutočnosť, že slovo „mark“ môže mať viacero významov, nie je rozhodujúca. Žalobkyňa nespochybňuje, že jedným z významov je význam ako ochranná známka. Všeobecný súd zastáva názor, že v rámci celkového posúdenia prihlasovanej ochrannej známky má táto ochranná známka pre dotknuté výrobky zjavne a hlavne pochvalný a reklamný význam. Pre príslušnú skupinu verejnosti bude totiž najmä predstavovať myšlienku „ochrannej známky 1“ pre výrobky, ktorej sa prihláška týka. Príslušná skupina verejnosti, ktorá sa s touto ochrannou známkou stretne, ju nebude vnímať nad rámec reklamnej informácie, podľa ktorej je prihlasovaná ochranná známka „číslo 1“, ako akýkoľvek údaj o obchodnom pôvode týchto výrobkov.

41 Pochvalný alebo reklamný význam prihlasovaného označenia, ktorý príslušná skupina verejnosti okamžite vníma a pochopí, zatieňuje akékoľvek označenie obchodného pôvodu dotknutých výrobkov, takže si príslušná skupina verejnosti uvedenú ochrannú známku nezapamätá ako označenie pôvodu. Treba pripomenúť, že podľa judikatúry skutočnosť, že prihlasovaná ochranná známka môže mať viacero označení, nevyhnutne samo osebe neznamená, že má rozlišovaciu spôsobilosť, pokiaľ ju príslušná skupina verejnosti vníma bez ďalšieho ako reklamný odkaz a nie ako údaj o obchodnom pôvode dotknutých tovarov a služieb (rozsudok z 8. októbra 2015, Société des produits Nestlé/ÚHVT (NOURISHING PERSONAL HEALTH), T-336/14, neuverejnený, EU:T:2015:770, bod 41]. Hoci skutočnosť, že prihlasovaná ochranná známka môže mať viacero významov predstavuje jednu z vlastností, ktoré môžu označeniu dať v zásade rozlišovaciu spôsobilosť, nie je rozhodujúcim faktorom na konštatovanie uvedenej rozlišovacej spôsobilosti (rozsudok z 29. januára 2015, INVESTING FOR A NEW WORLD, T-59/14, neuverejnený, EU:T:2015:56, bod 38).

42 Z toho vyplýva, že prihlasovaná ochranná známka sa skladá skôr z reklamného sloganu bez požadovanej minimálnej rozlišovacej spôsobilosti ako z údaju o obchodnom pôvode výrobkov. Preto netreba spochybniť posúdenie odvolacieho senátu, podľa ktorého ochranná známka ako taká neobsahuje prvky, ktoré by jej mohli dať rozlišovaciu spôsobilosť.

43 Pokiaľ ide o význam obrazových prvkov, odvolací senát správne zastáva názor, že grafické prvky sú jednoduchej povahy a žiadnym spôsobom nemenia posúdenie slovného prvku prihlasovanej ochrannej známky.

44 V tejto súvislosti treba uviesť, že kombinácia čiernej farby pre slovo a červenej pre číslicu, málo rozlišovacie umiestnenie, ako aj rozdiel vo veľkosti písma medzi slovom a číslicou sú tak málo charakteristické, že prihlasovanej ochrannej známke v celosti neprinášajú žiadnu rozlišovaciu spôsobilosť. Uvedené prvky totiž nemajú žiadne aspekty najmä z hľadiska nápaditosti alebo spôsobu, akým sú skombinované, ktoré by umožnili ochrannej známke splniť jej základnú funkciu, pokiaľ ide o výrobky, ktorých sa týka prihláška.

45 Nakoniec treba tiež zamietnuť tvrdenie žalobkyne, podľa ktorého je prístup odvolacieho senátu v rozpore so skorším zápisom viacerých podobných označení ako ochranných známok Európskej únie alebo národných ochranných známok.

46 Treba pripomenúť, že EUIPO je povinný vykonávať svoje právomoci v súlade so všeobecnými zásadami práva Únie, ku ktorým patrí aj zásada rovnosti zaobchádzania a zásada riadnej správy vecí verejných (rozsudok z 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/ÚHVT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 73).

47 S ohľadom na tieto dve zásady je EUIPO povinný v rámci pokynov o prihláške ochrannej známky Európskej únie zohľadňovať už prijaté rozhodnutia o podobných prihláškach a s mimoriadnou pozornosťou skúmať, či je, alebo nie je potrebné rozhodnúť rovnako (rozsudok z 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/ÚHVT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 74).

48 Vzhľadom na to musia byť zásady rovného zaobchádzania a riadnej správy vecí verejných uvedené do súladu s požiadavkou dodržiavania zákonnosti (rozsudok z 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/ÚHVT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 75).

49 Preto sa osoba, ktorá podá prihlášku označenia ako ochrannej známky, nemôže vo svoj prospech odvolávať na prípadnú nezákonnosť, ku ktorej došlo voči inej osobe, aby tak dosiahla rovnaké rozhodnutie (rozsudok z 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/ÚHVT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 76).

50 Navyše z dôvodov právnej istoty a konkrétne riadnej správy vecí verejných musí byť skúmanie akejkoľvek prihlášky veľmi prísne a úplné, aby sa predišlo tomu, že ochranné známky budú zapísané nenáležite. Toto skúmanie sa musí vykonať v každom konkrétnom prípade. Zápis označenia ako ochrannej známky totiž závisí od špecifických kritérií uplatniteľných v rámci skutkových okolností konkrétneho prípadu, ktoré majú potvrdiť, či sa na dotknuté označenie vzťahuje niektorý z dôvodov zamietnutia (rozsudok z 10. marca 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/ÚHVT, C-51/10 P, EU:C:2011:139, bod 77).

51 V prejednávanej veci sa ukazuje, že v rozpore s tým, ako to mohlo byť v prípade niektorých skorších prihlášok označení, táto prihláška na zápis naráža na jeden z dôvodov zamietnutia uvedených v článku 7 ods. 1 nariadenia č. 207/2009.

52 Za týchto okolností sa vzhľadom na absenciu rozlišovacej spôsobilosti prihlasovanej ochrannej známky žalobkyňa nemôže účinne dovolávať skorších rozhodnutí EUIPO, ako to správne konštatoval odvolací senát v napadnutom rozhodnutí.

53 Okrem toho treba konštatovať, ako to tvrdí EUIPO, že prihlasovaná ochranná známka nie je porovnateľná s označeniami, ktoré tvoria spojenia slova „mark“ a iné číslice, ako 10 alebo 11, alebo rímske číslice ako V alebo VII. Za týchto okolností treba zamietnuť tvrdenie založené na porušení zásady rovnosti zaobchádzania, ktoré vyžaduje, aby sa s porovnateľnými situáciami nezaobchádzalo rozdielne a s rozdielnymi situáciami nezaobchádzalo rovnako, pokiaľ takéto zaobchádzanie nie je objektívne odôvodnené.

54 Pokiaľ ide o rozhodnutie Bundespatentgericht (Spolkový patentový súd), na ktoré sa odvoláva žalobkyňa, treba uviesť, že toto rozhodnutie nemôže ako také podmieňovať posúdenie prejednávanej veci. Režim ochranných známok Európskej únie je totiž autonómnym systémom, ktorý je tvorený súborom pravidiel a sleduje ciele, ktoré sú preň špecifické, pričom jeho uplatnenie je nezávislé od akéhokoľvek vnútroštátneho systému. EUIPO a prípadne súd Únie tak nie sú viazané rozhodnutiami vydanými na úrovni členských štátov (rozsudok z 15. mája 2014, Katjes Fassin/ÚHVT (Yoghurt-Gums), T-366/12, neuverejnený, EU:T:2014:256, bod 28).

55 S ohľadom na uvedené treba jediný žalobný dôvod, ktorý uviedla žalobkyňa, zamietnuť ako nedôvodný.

O trovách

56 Podľa článku 134 ods. 1 Rokovacieho poriadku Všeobecného súdu účastník konania, ktorý nemal vo veci úspech, je povinný nahradiť trovy konania, ak to bolo v tomto zmysle navrhnuté. Keďže žalobkyňa nemala vo veci úspech, treba rozhodnúť, že bude znášať vlastné trovy konania a nahradí trovy konania EUIPO v súlade s jeho návrhmi.

Z týchto dôvodov

VŠEOBECNÝ SÚD (šiesta komora)

rozhodol a vyhlásil:

1. **Žaloba sa zamieta.**

2. **GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH je povinná znášať svoje vlastné trovy konania, ako aj nahradiť trovy konania, ktoré vznikli Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO).**

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Rozsudok bol vyhlásený na verejnom pojednávaní v Luxemburgu 12. mája 2016.

Podpisy