SODBA SODIŠČA (prvi senat)

z dne 12. januarja 2006*

V zadevi C-173/04 P,

zaradi pritožbe na podlagi člena 56 Statuta Sodišča, vložene 6. aprila 2004,

Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG, s sedežem v Eppelheimu (Nemčija), ki jo zastopajo H. Eichmann, G. Barth, U. Blumenröder, C. Niklas-Falter, M. Kinkeldey, K. Brandt, A. Franke, U. Stephani, B. Allekotte, E. Pfrang, K. Lochner in B. Ertle, odvetniki,

pritožnica,

druga stranka v postopku je

Urad za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopa G. Schneider, zastopnik,

tožena stranka na prvi stopnji,

* Jezik postopka: nemščina.

SODIŠČE (prvi senat),

v sestavi P. Jann, predsednik senata, K. Schiemann, K. Lenaerts, E. Juhász in M. Ilešič (poročevalec), sodniki,

generalni pravobranilec: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
sodna tajnica: K. H. Sztranc, administratorka,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 16. junija 2005,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 14. julija 2005

izreka naslednjo

Sodbo

1 Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG s pritožbo predlaga razveljavitev sodbe Sodišča prve stopnje Evropskih skupnosti z dne 28. januarja 2004 v združenih zadevah Deutsche SiSi-Werke proti UUNT (vrečka z ravnim dnom) (od T-146/02 do T-153/02, Recueil, str. II-447, v nadaljevanju: izpodbijana sodba), s katero je le-to zavrnilo njene tožbe za razveljavitev odločb drugega odbora za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) z dne 28. februarja 2002 (zadeve od R 719/1999-2 do R 724/1999-2, R 747/1999-2 in R 748/1999-2)

o zavrnitvi registracije osmih tridimenzionalnih znamk, pri katerih gre za različne stoječe vrečke za pijače (v nadaljevanju: sporne odločbe).

Pravni okvir

2 Člen 7(1)(b) in (c) Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1) določa:

„Kot znamka se ne registrirajo:

[…]

b) znamke, ki so brez slehernega razlikovalnega učinka;

c) znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve“.

Dejansko stanje

3 Pritožnica je 8. julija 1997 pri UUNT v skladu z Uredbo št. 40/94 vložila osem prijav za registracijo tridimenzionalnih znamk Skupnosti.

4 Pri teh znamkah gre za oblike različnih stoječih vrečk za pijače. Te vrečke so trebušaste oblike z razširjenim dnom in so, glede na prijave, od spredaj podobne podolgovatemu trikotniku ali valju z vdolbinami ob straneh v nekaterih primerih.

5 Proizvodi, za katere se zahteva registracija navedenih znamk, ob upoštevanju sprememb pritožnice v zvezi s tem, so „pijače iz sadja in sadni sokovi“, iz razreda 32 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil spremenjen in dopolnjen.

6 Z odločbami z dne 24. in 27. septembra 1999 je preizkuševalec UUNT osem prijav zavrnil z obrazložitvijo, da so prijavljene znamke brez vsakega razlikovalnega učinka.

7 S spornimi odločbami je drugi odbor za pritožbe UUNT potrdil odločbe preizkuševalca. Predvsem je ugotovil, da potrošniki v stoječih vrečkah nikakor ne bi mogli prepoznati označbe trgovskega izvora, ampak le obliko embalaže. Dodal je, da taka vrsta embalaže v interesu konkurentov, proizvajalcev embalaže in proizvajalcev pijač, ne sme biti monopolizirana.

Postopek pred Sodiščem prve stopnje in izpodbijana sodba

8 Pritožnica je z namenom razveljavitve spornih odločb vložila tožbe pri Sodišču prve stopnje.

9 Z izpodbijano sodbo je Sodišče prve stopnje presodilo, da je drugi odbor za pritožbe UUNT pravilno ugotovil, da so prijavljene znamke, kar zadeva pijače iz sadja in sadne sokove, brez vsakega razlikovalnega učinka.

10 V točkah od 39 do 43 izpodbijane sodbe je Sodišče prve stopnje zavrnilo trditve pritožnice, da pakiranje pijač iz sadja in sadnih sokov v stoječe vrečke samo po sebi ni običajno.

11 Ker je pritožnica v nadaljevanju prav tako uveljavljala, da imajo navedene upodobitve oblikovalske elemente, ki niso omejeni na običajne ali uporabne značilnosti, je Sodišče prve stopnje za tem, ko je v točkah od 44 do 51 izpodbijane sodbe enega za drugim preizkusilo elemente, uporabljene pri upodobitvi, v točki 52 te sodbe preizkusilo celoten vtis, ki ga ustvari videz zadevne vrečke, in je sklenilo, da so navedene upodobitve brez vsakega razlikovalnega učinka.

12 Sodišče je za tem, ko je zavrnilo preostale trditve pritožnice, zavrnilo njeno tožbo in ji je naložilo plačilo stroškov.

Pritožba

13 V pritožbi, v kateri navaja tri pritožbene razloge, pritožnica predlaga, naj Sodišče razveljavi izpodbijano sodbo in UUNT naloži plačilo stroškov.

14 UUNT predlaga, naj se pritožba zavrne in naj se pritožnici naloži plačilo stroškov.

Prvi del prvega pritožbenega razloga

Trditve strank

15 S prvim delom prvega pritožbenega razloga pritožnica uveljavlja, da je Sodišče prve stopnje napačno presodilo sektor proizvodov, za katere se zahteva registracija, in tako oblike embalaže, ki morajo služiti kot primerjava za presojo razlikovalnega učinka prijavljenih znamk.

16 Pritožnica trdi, da so v sektorju pijač, v nasprotju s samovoljno predpostavko v točki 38 izpodbijane sodbe, potrošniki že dalj časa navajeni, da embalažo proizvoda zaznavajo kot označbo njegovega izvora. Oblika embalaže za pijačo tako pomeni sredstvo za označevanje, ki ga povprečen potrošnik razume kot označbo izvora in tako kot znamko.

17 Iz tega v skladu z ustaljeno sodno prakso izhaja, da oblika embalaže pijač, ki se občutno razlikuje od standarda ali navad v sektorju, izpolnjuje bistveno nalogo označbe izvora.

18 Pritožnica meni, da je Sodišče prve stopnje samo ugotovilo, da ni dokaza o uporabi stoječih vrečk za pijače iz sadja in sadne sokove. Na evropskem trgu naj bi bile pijače iz sadja in sadni sokovi, z izjemo proizvodov pritožnice, dejansko izključno zapakirani v steklenicah ali v škatlah iz kartona. Tako naj stoječe vrečke ne bi bile običajna oblika embalaže za navedene pijače in bi se jim moral priznati razlikovalni učinek.

19 Sicer naj bi Sodišče prve stopnje nepravilno uporabilo pravo pri presoji običajne lastnosti navedenih vrečk s tem, da ni upoštevalo navad v sektorju pijač iz sadja in sadnih sokov na evropski ravni, ampak navade v sektorju tekočih živil na splošno ali na svetovni ravni.

20 Sodišče prve stopnje naj bi prav tako nepravilno uporabilo pravo pri klasifikaciji zadevnih stoječih vrečk kot „osnovnih geometrijskih oblik“. Ker se na evropskem trgu za pijače iz sadja in sadne sokove dejansko ne uporabljajo stoječe vrečke, z izjemo tistih, ki jih uporablja pritožnica, te vrečke tako ne morejo biti „osnovne oblike“ za navedene proizvode.

21 UUNT ponavlja, da je treba v skladu z ustaljeno sodno prakso pri presoji razlikovalnega učinka oblike embalaže preveriti, ali bi povprečen potrošnik navedeno obliko, poleg njene naloge, ki jo ima kot posoda, dejansko lahko zaznal kot označbo trgovskega izvora zadevnega proizvoda. V zvezi s tem znamka nalogo označbe izvora izpolnjuje takrat, ko se občutno razlikuje od standarda ali navad v sektorju.

22 Ker se ta sodna praksa sklicuje na razlikovanje neke oblike od standarda ali navad v sektorju, namreč opredeljuje širši primerjalni okvir kot tisti običajnih oblik proizvodov iz prijave za registracijo znamke. Kot trdi UUNT, če se je potrošnik običajno že srečal s posebno vrsto embalaže pri določenem proizvodu in je prvič zagledal drug proizvod, za katerega se uporablja enaka vrsta embalaže, bo mislil, da gre zgolj za vrsto embalaže in ne za označbo izvora tega drugega proizvoda. Tako bi bilo napačno presojati zaznavanje javnosti tako, da bi se upoštevale zgolj že obstoječe embalaže le tistih proizvodov, ki so vsebovani v prijavi za registracijo znamke.

23 Zaradi tega naj Sodišče prve stopnje ne bi nepravilno uporabilo prava s tem, da je upoštevalo embalaže drugih tekočih živil in ne le tistih, za katera se zahteva registracija znamk.

24 Poleg tega naj bi bil način, po katerem je Sodišče prve stopnje konkretno razmejilo primerjalna sredstva, ki so potrebna za presojo zaznavanja javnosti, vprašanje ugotovitve in presoje dejstev, ki pa ga Sodišče ne more preverjati v okviru pritožbenega postopka.

Presoja Sodišča

25 V skladu z ustaljeno sodno prakso se mora razlikovalni učinek znamke v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 presojati na eni strani v povezavi s proizvodi ali storitvami, za katere se zahteva registracija, in po drugi strani v povezavi z zaznavanjem upoštevne javnosti, ki je sestavljena iz povprečnih potrošnikov

navedenih proizvodov ali storitev, ki so normalno obveščeni in razumno pozorni in preudarni (glej sodbo z dne 29. aprila 2004 v združenih zadevah Henkel proti UUNT, C-456/01 P in C-457/01 P, Recueil, str. I-5089, točka 35 in navedena sodna praksa).

26 V obravnavanem primeru ni sporno, da se zahteva registracija zadevnih znamk za pijače iz sadja in sadne sokove in da je upoštevna javnost sestavljena iz vseh končnih potrošnikov, kot je Sodišče prve stopnje ugotovilo v točkah 34 in 36 izpodbijane sodbe.

27 V skladu s prav tako ustaljeno sodno prakso so merila za presojo razlikovalnega učinka tridimenzionalnih znamk, ki so oblika proizvoda samega, enaka kot tista, ki se uporabljajo za druge kategorije znamk (zgoraj navedena sodba Henkel proti UUNT, točka 38, in sodba z dne 7. oktobra 2004 v zadevi Mag Instrument proti UUNT, C-136/02 P, ZOdl., str. I-9165, točka 30).

28 Vendar, kot je Sodišče prve stopnje pravilno navedlo v točki 37 izpodbijane sodbe, v okviru uporabe teh meril upoštevna javnost tridimenzionalne znamke, ki je podoba proizvoda samega, ne zaznava nujno vedno enako kot besedno ali figurativno znamko, ki jo sestavlja znak, ki ni odvisen od podobe proizvodov, ki jih znamka označuje. Dejansko povprečni potrošniki iz oblike proizvodov ali njihove embalaže, ob odsotnosti kakršnega koli figurativnega ali besednega elementa, niso navajeni sklepati o izvoru proizvoda, in je tako lahko težje dokazati razlikovalni učinek take tridimenzionalne znamke kot besedne ali figurativne znamke (glej predvsem zgoraj navedeni sodbi Henkel proti UUNT, točka 38, in Mag Instrument proti UUNT, točka 30).

29 Sodišče je presodilo, da morajo predvsem pri tridimenzionalnih znamkah, ki so embalaža proizvodov, kot so zapakirane tekočine, v gospodarskem prometu

iz razlogov, povezanih z naravo proizvoda, te povprečno obveščenemu in razumno pozornemu in preudarnemu potrošniku navedenih proizvodov omogočiti, da navedene proizvode razlikuje od proizvodov drugih podjetij tudi brez analize ali primerjave in ne da bi jim moral posvečati posebno pozornost (glej v tem smislu v povezavi s členom 3(1)(b) Prve direktive Sveta 89/104/EGS z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (UL 1989, L 40, str. 1), določbo, ki je enaka kot člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, sodbo z dne 12. februarja 2004 v zadevi Henkel, C-218/01, Recueil, str. I-1725, točka 53).

30 Sodišče prve stopnje tako ni nepravilno uporabilo prava pri presoji v točki 38 izpodbijane sodbe, da povprečen potrošnik obliko embalaže pijače zaznava kot označbo trgovskega izvora le takrat, ko se ta oblika lahko takoj zazna kot taka označba. Poleg tega v navedeni točki izpodbijane sodbe Sodišče prve stopnje na noben način ni presodilo, da je potrošnik v bistvu ravnodušen glede oblike kot označbe izvora in da embalaža tekočega proizvoda ne bi nikoli mogla imeti razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

31 V skladu z ustaljeno sodno prakso ima le znamka, ki se občutno razlikuje od standarda ali navad v sektorju, in zaradi tega dejstva izpolnjuje bistveno nalogo označbe izvora, tudi razlikovalni učinek v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 (zgoraj navedeni sodbi Henkel proti UUNT, točka 39, in Mag Instrument proti UUNT, točka 31).

32 Na eni strani iz te sodne prakse ne izhaja, da bi bilo treba sistematično opisati sektor, v katerem se primerjajo proizvodi, za katere se zahteva registracija. Ne da se izključiti, da na potrošnike nekega proizvoda, glede njihovega zaznavanja znamke, ki ta proizvod označuje, morebiti vplivajo načini trženja drugih proizvodov, ki jih ti

prav tako uživajo. Tako bi bilo mogoče glede na naravo zadevnih proizvodov in prijavljene znamke pri presoji, ali ima znamka razlikovalni učinek, upoštevati širši sektor.

33 Zlasti kadar je, tako kot v obravnavanem primeru, prijavljena znamka tridimenzionalna oblika embalaže zadevnih proizvodov – *a fortiori*, ko trženje teh proizvodov zaradi njihove narave zahteva embalažo, ki je izbrana tako, da proizvodu da obliko in mora biti za preizkus prijave za registracijo znamka enaka obliki proizvoda (zgoraj navedena sodba Henkel, točka 33) – se lahko upoštevajo tisti standard ali navade, ki veljajo v sektorju embalaže proizvodov enake narave in ki so namenjeni istim potrošnikom kot tisti, za katere se zahteva registracija.

34 Dejansko se ne da izključiti, da povprečen potrošnik, ki je vajen videti različne proizvode, ki izvirajo iz različnih podjetij in so zapakirani v embalaži enake vrste, ne prepozna takoj uporabe te vrste embalaže s strani podjetja za trženje proizvoda, ki naj bi sam po sebi označeval izvor, tudi če konkurenti tega podjetja isti proizvod tržijo v drugačnih oblikah embalaže. V zvezi s tem je treba poudariti, da povprečen potrošnik, ki ne pozna tržne analize, ne ve vnaprej, da le eno podjetje trži zadevni proizvod v določeni vrsti embalaže, medtem ko njegovi konkurenti uporabljajo drugačno pakiranje za ta proizvod.

35 Po drugi strani razmejevanje sektorja, v katerem se izvaja primerjava, pomeni presojanje dejstev. Kot izhaja iz členov 225 ES in 58(1) Statuta Sodišča, je pritožba omejena na preizkus pravnih vprašanj. Tako je le Sodišče prve stopnje pristojno za ugotavljanje in presojo upoštevnih dejstev ter za presojo dokazov. Presoja teh dejstev in dokazov, razen njihove poneverbe, ki pa v obravnavanem primeru ni zatrjevana, ni

pravno vprašanje, ki bi bilo kot tako podvrženo nadzoru Sodišča v okviru pritožbe (glej sodbo z dne 19. septembra 2002 v zadevi DKV proti UUNT, C-104/00 P, Recueil, str. I-7561, točka 22, in zgoraj navedeno sodbo Mag Instrument proti UUNT, točka 39).

36 Posledično lahko Sodišče prve stopnje, ne da bi nepravilno uporabilo pravo, upošteva načine pakiranja, ki se uporabljajo na evropskem trgu na splošno za tekoča živila, z namenom ugotovitve, ali uporaba ene ali druge od osmih zadevnih stoječih vrečk omogoča povprečnemu potrošniku pijač iz sadja in sadnih sokov, da brez analize ali primerjave, in ne da bi bil posebej pozoren, razlikuje proizvode pritožnice od proizvodov drugih podjetij.

37 Sodišče prve stopnje se lahko prav tako v točkah 47, 48 in 50 izpodbijane sodbe zakonito sklicuje na „splošno obliko“, „osnovno obliko“, „temeljno obliko“ in na „splošno podobo“ stoječih vrečk, ker lahko te oblike in podobe določi s stoječimi vrečkami, ki se uporabljajo za trženje tekočih živil na evropskem trgu.

38 Tako se prvi del prvega pritožbenega razloga zavrne.

Drugi pritožbeni razlog

Trditve strank

39 S prvim delom drugega pritožbenega razloga pritožnica uveljavlja, da naj bi Sodišče prve stopnje glede na nizko stopnjo razlikovalnega učinka, ki je potrebna

za zadostitev zahtevam iz člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, imelo previsoke zahteve za tridimenzionalne znamke. Sodišče prve stopnje bi moralo uporabljati enako prakso, kot se je razvila na področju dvodimenzionalnih znamk, na podlagi katere se lahko znamke, ki se od preprostih geometrijskih oblik le malo razlikujejo, kljub temu registrirajo.

40 Čeprav se predvideva, da so stoječe vrečke običajna oblika embalaže za pijače iz sadja in sadne sokove na evropskem trgu, naj bi bile tridimenzionalne oblike vrečk, za katere se zahteva registracija kot znamk Skupnosti, v zadostni meri oblikovalski element, da bi lahko izpolnile nalogo označbe izvora.

41 Z drugim delom istega pritožbenega razloga pritožnica uveljavlja, da bi UUNT in Sodišče prve stopnje, če je, kot v obravnavanem primeru, UUNT že dopustil registracijo drugih znamk enake vrste v istem sektorju in so znamke, katerih registracija se zahteva, že v več državah članicah registrirane kot nacionalne znamke, morala prikazati, zakaj ne bi mogel povprečen potrošnik spornih znamk zaznavati kot označbo izvora proizvodov. Sodišče prve stopnje v izpodbijani sodbi naj tega ne bi naredilo.

42 V odgovor na prvi del drugega pritožbenega razloga UUNT uveljavlja, da Sodišče prve stopnje ni uporabilo strožjih zahtev v zvezi z razlikovalnim učinkom tridimenzionalnih znamk, ampak se je zgolj zgledovalo po ustaljeni sodni praksi, po kateri zaznavanje javnosti ni nujno enako pri tridimenzionalni znamki, ki je podoba proizvoda samega, kot je v primeru besedne ali figurativne znamke.

43 UUNT dodaja, da pritožnica v okviru pritožbe ne more učinkovito vzpostaviti dvoma o presoji dejstev Sodišča prve stopnje v točki 52 izpodbijane sodbe, po kateri naj bi bili oblikovalski elementi prijavljene znamke premalo pomembni, da bi si jih upoštevna javnost zapomnila.

44 V zvezi z drugim delom istega pritožbenega razloga UUNT meni, da je očitana neobrazložitev očitno neutemeljena. Dejstvo, da je znamka registrirana na nacionalni ravni, ne vzpostavlja posebne obveznosti obrazložitve Sodišča prve stopnje, ko le-to želi sprejeti drugačno odločitev kot nacionalni organ. Sodišče prve stopnje mora zgolj obrazložiti, kako je uporabilo pravo.

Presoja Sodišča

45 V zvezi s prvim delom pritožbenega razloga pomeni razlikovalni učinek znamke v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, da ta znamka lahko proizvode in storitve, za katere se zahteva registracija, identificira kot take, ki izvirajo iz določenega podjetja, in tako te proizvode in storitve razlikuje od tistih iz drugih podjetij (zgoraj navedeni sodbi Henkel proti UUNT, točka 34, in Mag Instrument proti UUNT, točka 29).

46 Na eni strani ta del pritožbenega razloga zaradi razlogov, prikazanih v točkah od 28 do 30 obravnavane sodbe, ni utemeljen, in sicer v delu, kjer se Sodišču prve stopnje očita, da je v točkah 37 in 38 izpodbijane sodbe presodilo, da zaznavanje upoštevne javnosti v okviru tridimenzionalne znamke, ki je podoba proizvoda samega, ni nujno enako kot pri besedni ali figurativni znamki in da povprečen potrošnik obliko embalaže pijače zaznava kot označbo trgovskega izvora proizvoda le, če se ta oblika lahko takoj zazna kot taka označba.

47 Po drugi strani je ta del pritožbenega razloga v delu, kjer se Sodišču prve stopnje očita, da je v točkah od 44 do 52 izpodbijane sodbe presodilo, da tridimenzionalne oblike vrečk, za katere se zahteva registracija kot znamk Skupnosti, ne pomenijo v zadostni meri oblikovalskih elementov, da bi lahko izpolnile nalogo označbe izvora, namenjen izpodbijanju presoje dejstev Sodišča prve stopnje in ga je treba zaradi razlogov, ki so navedeni v točki 35 obravnavane sodbe, razglasiti za nedopustnega.

48 V zvezi z drugim delom drugega pritožbenega razloga je treba poudariti, na eni strani, da se odločbe odborov za pritožbe o registraciji znaka kot znamke Skupnosti v skladu z Uredbo št. 40/94 sprejemajo na podlagi izvrševanja vezane pristojnosti in ne pravice do prostega preudarka. Tako, kot je to Sodišče prve stopnje v bistvu presodilo v točki 55 izpodbijane sodbe, se mora zakonitost navedenih odločb presojati zgolj na podlagi te uredbe in ne na podlagi njihove predhodne prakse odločanja (sodba z dne 15. septembra 2005 v zadevi BioID proti UUNT, C-37/03 P, ZOdl., str. I-7975, točka 47).

49 Po drugi strani je Sodišče prve stopnje v točki 56 iste sodbe pravilno presodilo, da registracije, ki so bile že izvedene v državah članicah, pomenijo okoliščino, ki se lahko zgolj upošteva pri registraciji znamke Skupnosti, ni pa odločilna (glej v tem smislu v povezavi z registracijo nacionalnih znamk v različnih državah članicah ob uporabi Direktive 89/104 zgoraj navedeno sodbo v zadevi Henkel, točki 62 in 63). Dodati je treba, da nobena določba Uredbe št. 40/94 ne zavezuje UUNT, ali v primeru tožbe Sodišča prve stopnje, da sklene enako kot nacionalni organi v podobni zadevi (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo v zadevi DKV proti UUNT, točka 39).

50 Posledično je treba ugotoviti, da je Sodišče prve stopnje, ki je podrobno navedlo razloge, zaradi katerih je pri prijavljeni znamki podan razlog za njeno zavrnitev iz člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, svojo odločitev zadostno obrazložilo.

51 Drugi pritožbeni razlog se tako zavrne.

Drugi del drugega pritožbenega razloga in tretji pritožbeni razlog

Trditve strank

52 Z drugim delom drugega pritožbenega razloga in tretjim pritožbenim razlogom, ki ju je treba preizkusiti skupaj, pritožnica v bistvu navaja, da je Sodišče prve stopnje nepravilno presodilo razlikovalni učinek prijavljene znamke v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 v povezavi z interesi morebitnih konkurentov, ki bi lahko stoječe vrečke uporabili za svoje proizvode.

53 Sklicuje se na to, da je v skladu z ustaljeno sodno prakso Sodišča vsak od razlogov za zavrnitev po členu 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 neodvisen od drugih in jih je treba presojati ločeno. Poleg tega naj bi bilo treba navedene razloge za zavrnitev razlagati glede na splošen interes, ki je podlaga vsakemu od njih.

54 V obravnavanem primeru naj bi Sodišče prve stopnje presojalo razlikovalni učinek znamke, za katero se zahteva registracija, s stališča fiktivnih osnovnih oblik, in mogočo prihodnjo uporabo stoječih vrečk za zadevne proizvode. Vprašanje, ali bi lahko konkurenti uporabljali stoječe vrečke za pijače iz sadja in sadne sokove, naj vendarle ne bi bilo povezano s presojo razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, ampak naj bi se nanašalo le na točko c istega člena.

55 Splošni interes, ki je podlaga členu 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, namreč zajema interes povprečnega potrošnika, da lahko proizvode, ki jih označuje znamka, ponovno prepozna in jih lahko poveže z določenim proizvajalcem. Interes konkurentov naj bi se po njenem mnenju zadosti upošteval v okviru člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 – določbe, ki ni bila navedena pri nasprotovanju registraciji zadevne znamke.

56 Podredno pritožnica uveljavlja, da Sodišče prve stopnje pri presoji splošnega interesa morebitnih konkurentov, uporabljati stoječe vrečke za svoje proizvode, nepravilno ni upoštevalo, da sama že več let uporablja te vrečke za pakiranje svojih proizvodov, ne da bi jo pri tem kdor koli posnemal.

57 UUNT uveljavlja, da takrat, kadar je znamka brez slehernega razlikovalnega učinka, splošni interes potrošnikov ne more nasprotovati zavrnitvi registracije te znamke v skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 40/94. Dejansko v takem primeru potrošniki te znamke namreč ne bi zaznavali kot označbo izvora. Posledično naj bi bile trditve pritožnice v zvezi s tem brez vsakršne pravne podlage in jih je treba kot očitno neutemeljene zavrniti.

58 Poleg tega iz točke 54 izpodbijane sodbe izhaja, da Sodišče prve stopnje iz nevarnosti monopolizacije stoječih vrečk ni ustvarilo merila za uporabo člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, tako da se na tem mestu v obravnavanem primeru ne postavlja vprašanje, ali ta nevarnost dejansko obstaja.

Presoja Sodišča

59 Glede na ustaljeno sodno prakso je vsak od razlogov za zavrnitev, ki so našteti v členu 7(1) Uredbe št. 40/94, neodvisen od drugih in zahteva ločen preizkus. Po drugi strani je treba razlagati omenjene razloge za zavrnitev v smislu splošnega interesa, ki je podlaga za vsakega od njih. Splošni interes, ki se upošteva med preizkusom vsakega od teh razlogov za zavrnitev, lahko oziroma mora odražati različne preudarke glede na zadevni razlog za zavrnitev (zgoraj navedena sodba v zadevi Henkel proti UUNT, točki 45 in 46; sodba z dne 16. septembra 2004 v zadevi SAT.1 proti UUNT, C-329/02 P, ZOdl., str. I-8317, točka 25, in zgoraj navedena sodba v zadevi BioID proti UUNT, točka 59).

60 Cilj člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 je preprečiti registracijo znamk, ki so brez vsakega razlikovalnega učinka, kajti prav ta omogoča, da znamka lahko izpolnjuje bistveno nalogo, zagotoviti potrošniku ali končnemu uporabniku prepoznavanje izvora proizvoda ali storitve, ki ju znamka označuje, in mu omogočiti brez verjetnosti zmede razlikovanje tega proizvoda ali storitev od tistih, ki izvirajo od drugod (glej predvsem sodbe z dne 23. maja 1978 v zadevi Hoffmann-La Roche, 102/77, Recueil, str. 1139, točka 7; z dne 18. junija 2002 v zadevi Philips, C-299/99, Recueil, str. I-5475, točka 30, in zgoraj navedeno sodbo v zadevi SAT.1 proti UUNT, točka 23).

61 Dalje se ob upoštevanju obsega varstva, ki ga Uredba št. 40/94 zagotavlja znamki, splošni interes, na katerem temelji člen 7(1)(b) Uredbe št. 40/94, in omenjena bistvena naloga znamke očitno prekrivata (zgoraj navedeni sodbi v zadevi SAT.1 proti UUNT, točka 27, in v zadevi BioID proti UUNT, točka 60).

62 S tem, da člen 7(1)(c) Uredbe št. 40/94 prepoveduje registracijo takih znakov ali označb kot znamke Skupnosti, ki v gospodarskem prometu opisujejo značilnosti proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, zasleduje cilj v splošnem interesu, ki zahteva, da te znake in označbe lahko svobodno uporablja kdor koli. Določba tako ne dovoljuje, da se ti znaki ali označbe s tem, da se registrirajo kot

znamke, pridržijo le za določeno podjetje (glej sodbo z dne 23. oktobra 2003 v zadevi UUNT proti Wrigleyju, C-191/01 P, Recueil, str. I-12447, točka 31, in sklepa z dne 5. februarja 2004 v zadevi Telefon & Buch proti UUNT, C-326/01 P, Recueil, str. I-1371, točka 27, in v zadevi Streamserve proti UUNT, C-150/02 P, Recueil, str. I-1461, str. 25).

63 V teh okoliščinah, kot je Sodišče že presodilo, je merilo, po katerem se znamke, ki se v gospodarskem prometu navadno uporabljajo za označevanje zadevnih proizvodov in storitev, ne morejo registrirati kot znamke, upoštevno v okviru člena 7(1)(c) Uredbe št. 40/94, vendar ni tisto, po katerem je treba razlagati točko (b) istega člena (zgoraj navedeni sodbi v zadevi SAT.1 proti UUNT, točka 36, in v zadevi BioID proti UUNT, točka 62).

64 Sodišče prve stopnje je v točki 31 izpodbijane sodbe ugotovilo, da so znamke, ki so brez vsakega razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 „predvsem znamke, ki se s stališča upoštevne javnosti v gospodarskem prometu običajno uporabljajo za označevanje zadevnih proizvodov in storitev, ali lahko ti na podlagi konkretnih pokazateljev najmanj sklepajo, da se lahko te na ta način uporabljajo“. Poleg tega je v zadnjem stavku točke 41 te sodbe ugotovilo, da obstajajo konkretni pokazatelji, da se stoječe vrečke pri trženju „lahko uporabljajo“ za označevanje zadevnih proizvodov, in v zadnjem stavku točke 42 navedene sodbe, da „predvideni razvoj tega načina pakiranja […] potrjuje običajen značaj njegove uporabe.“

65 Kljub temu je treba ugotoviti, da Sodišče prve stopnje v izpodbijani sodbi svoje odločitve, kljub tem ugotovitvam, ni oprlo na merila, ki so navedena v točki 63 te sodbe.

66 Iz prvega in drugega stavka točke 42 izpodbijane sodbe namreč izhaja, da je Sodišče prve stopnje, neodvisno od tega, ali se stoječe vrečke lahko uporabljajo za pijače iz sadja in sadne sokove, ugotovilo, da so znamke, za katere se zahteva registracija, brez vsakega razlikovalnega učinka, ker se ta način pakiranja v Skupnosti že uporablja za tekoča živila na splošno in tako ni neobičajen v smislu, da bi povprečen potrošnik to embalažo kot tako zaznaval kot označbo posebnega trgovskega izvora proizvoda te kategorije.

67 Sodišče prve stopnje tako tega ni sklenilo na podlagi možnosti, da bi se stoječe vrečke na področju tekočih živil v prihodnosti lahko na splošno uporabljale – kar je obdržal kot okvir svoje analize – ampak na podlagi ugotovitve, da se že na splošno uporabljajo. Tako je Sodišče prve stopnje sklep utemeljilo na konkretnem merilu.

68 Sodišče prve stopnje je tako zgolj podredno v zadnjem stavku točk 41 in 42 izpodbijane sodbe poleg tega ugotovilo, da bi lahko v prihodnosti konkurenti pritožnice za pijače iz sadja in sadne sokove uporabljali stoječe vrečke.

69 Poleg tega je treba ugotoviti, da je Sodišče v točki 32 izpodbijane sodbe pravilno ugotovilo, da je „morebiten interes konkurentov prijavitelja neke tridimenzionalne znamke, ki jo predstavlja proizvod sam, v tem, da lahko sami svobodno izberejo obliko in model svojega proizvoda, kot razlog za zavrnitev registracije take znamke ali kot merilo za presojo razlikovalnega učinka te znamke kot tak nezadosten.“

70 Dejansko se Sodišče prve stopnje pri analizi prijavljenih znamk, v točkah od 44 do 54 izpodbijane sodbe, ni v ničemer oprlo na interes morebitnih konkurentov, ampak je želelo ugotoviti, ali te znamke povprečnemu potrošniku pijač iz sadja in sadnih sokov omogočajo, da lahko brez verjetnosti zmede proizvode pritožnice razlikuje od tistih, ki izvirajo od drugod.

71 Posledično tudi drugi del prvega pritožbenega razloga in tretji pritožbeni razlog nista utemeljena in se pritožba tako zavrne.

Stroški

72 V skladu s členom 69(2) Poslovnika, ki velja za pritožbeni postopek na podlagi člena 118 tega poslovnika, se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. UUNT je predlagal, naj se pritožnici naloži plačilo stroškov, in ker ta s pritožbenimi razlogi ni uspela, se ji naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je Sodišče (prvi senat) razsodilo:

1. Pritožba se zavrne.

2. Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG se naloži plačilo stroškov.

Podpisi