BENDROJO TEISMO (devintoji kolegija) SPRENDIMAS

2017 m. spalio 26 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Žodinio Europos Sąjungos prekių ženklo „Klosterstoff“ paraiška – Absoliutūs atmetimo pagrindai – Apibūdinamasis pobūdis – Visuomenę klaidinantis prekių ženklas – Reglamento (EB) Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktai [dabar – Reglamento (ES) 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktai] – Ankstesnė EUIPO praktika“

Byloje T-844/16

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, įsteigta Alpirsbache (Vokietija), atstovaujama advokatų W. Göpfert ir S. Hofmann,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą A. Schifko,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2016 m. spalio 6 d. EUIPO penktosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 2064/2015-5), susijusio su paraiška įregistruoti žodinį žymenį „Klosterstoff“ kaip Europos Sąjungos prekių ženklą,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija)

kurį sudaro pirmininkas S. Gervasoni, teisėjai K. Kowalik-Bańczyk ir C. Mac Eochaidh (pranešėjas),

kancleris E. Coulon,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2016 m. lapkričio 29 d.,

susipažinęs su atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. kovo 1 d.,

atsižvelgęs į tai, kad pagrindinės šalys per tris savaites po to, kai buvo pranešta apie rašytinės proceso dalies pabaigą, nepateikė prašymo surengti teismo posėdį, ir pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 106 straipsnio 3 dalį nusprendęs priimti sprendimą be žodinės proceso dalies,

priima šį

* Proceso kalba: vokiečių.

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 2015 m. balandžio 13 d. ieškovė *Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG* pagal iš dalies pakeistą 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) [pakeistas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)] pateikė Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą. Prašomas įregistruoti prekių ženklu buvo žodinis žymuo „Klosterstoff“.

2 Prekės, kurioms prašyta įregistruoti prekių ženklą, priskiriamos prie peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 32 ir 33 klasių ir pagal kiekvieną iš šių klasių atitinka šį aprašymą:

– 32 klasė: „Alus ir alaus produktai; kokteiliai su alumi, gaivieji gėrimai, įskaitant nealkoholinį alų; gėrimų gaminimo mišiniai“;

– 33 klasė: „Svaigieji gėrimai (išskyrus alų); spiritiniai gėrimai ir likeriai, visų pirma viskis, degtinė, pikė (vynuogių išspaudų vynas); sumaišyti svaigieji gėrimai (išskyrus alaus gėrimus); svaigiųjų gėrimų gaminimo mišiniai“.

3 2015 m. rugsėjo 4 d. sprendimu ekspertas, remdamasis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktais (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b, c ir g punktai), atmetė registracijos paraišką.

4 2015 m. spalio 13 d. ieškovė pagal Reglamento Nr. 207/2009 58–64 straipsnius (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 66–71 straipsniai) dėl eksperto sprendimo pateikė apeliaciją EUIPO.

5 2016 m. spalio 6 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) EUIPO penktoji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją. Šiuo klausimu ginčijamo sprendimo 15 ir 16 punktuose Apeliacinė taryba visų pirma nurodė: kadangi prašomas įregistruoti prekių ženklas buvo sudarytas iš vokiečių kalbos žodžių, reikėjo atsižvelgti į pakankamai informuotą ir protingai pastabią bei nuovokią vokiškai kalbančią arba vokiečių kalbos pagrindus turinčią visuomenės dalį. Antra, ginčijamo sprendimo 17–26 punktuose ji nurodė, kad žodis „klosterstoff“, sudarytas iš žodžių „kloster“ ir „stoff“, reiškė prekes, kurių sudėtyje yra alkoholio, kylančio iš vienuolyno ar jame pagaminto. Apeliacinės tarybos nuomone, prašytas įregistruoti žymuo buvo tiesiog dviejų žodžių junginys, o kartu jie apibūdino šias prekes: „alus ir alaus produktai; kokteiliai su alumi; gėrimų gaminimo mišiniai“, priskirti prie 32 klasės, ir „svaigieji gėrimai (išskyrus alų); spiritiniai gėrimai ir likeriai, visų pirma viskis, degtinė, pikė (vynuogių išspaudų vynas); sumaišyti svaigieji gėrimai (išskyrus alaus gėrimus); svaigiųjų gėrimų gaminimo mišiniai“, priskirti prie 33 klasės. Taigi ginčijamo sprendimo 26 punkte ji padarė išvadą, kad, remiantis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktu, reikia atsisakyti registruoti prekių ženklą šioms prekėms. Trečia, ginčijamo sprendimo 27–33 punktuose Apeliacinė taryba taip pat priėjo prie išvados, kad toms pačioms prekėms prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio, kaip tai suprantama pagal nurodyto reglamento 7 straipsnio 1 dalies b punktą, nes juo tik perteikiama mintis, kad šių prekių sudėtyje yra alkoholio, kylančio iš vienuolyno ar jame pagaminto. Taigi pamatęs šį žymenį vartotojas nesugebėtų nustatyti komercinės prekių kilmės. Ketvirta, ginčijamo sprendimo 34–37 punktuose Apeliacinė taryba nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas buvo klaidinantis, kaip tai suprantama pagal to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies g punktą, nes juo remdamiesi vartotojai galėtų manyti, jog gaiviųjų gėrimų sudėtyje yra alkoholio, todėl šio prekių ženklo nebuvo galima registruoti prie 32 klasės priskirtiems „gaiviesiems gėrimams, įskaitant nealkoholinį alų“. Penkta,

ginčijamo sprendimo 38 ir 39 punktuose ji laikėsi nuomonės, kad aplinkybė, jog anksčiau jau buvo įregistruoti įvairūs prekių ženklai, turintys elementą „stoff“, nėra lemiama vertinant prašomo prekių ženklo registravimo teisėtumą.

Šalių reikalavimai

6 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:

– panaikinti ginčijamą sprendimą,

– priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas.

7 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

8 Grįsdama savo ieškinį ieškovė iš esmės nurodo keturis pagrindus. Pirma, ji teigia, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą, nes nusprendė, kad prašomu įregistruoti prekių ženklu buvo apibūdinamos atitinkamos prekės. Antra, jos nuomone, Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą, nes nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą. Trečia, ji mano, kad Apeliacinė taryba padarė klaidingą išvadą, kad tam tikroms prekėms prašomas įregistruoti prekių ženklas yra klaidinantis, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punktą. Ketvirta, Apeliacinė taryba iš esmės nesilaikė savo ankstesnių sprendimų.

Dėl pirmojo ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimu

9 Ieškovė iš esmės teigia, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, nes nusprendė, kad prašomu įregistruoti prekių ženklu buvo apibūdinamos atitinkamos prekės, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą.

10 EUIPO ginčija šį argumentą.

11 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą neregistruojami „prekių ženklai, sudaryti tiktai iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, vertei, geografinei kilmei arba prekių pagaminimo ar paslaugų suteikimo laikui, ar kitoms prekių ar paslaugų charakteristikoms“. To paties reglamento 7 straipsnio 2 dalyje (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 7 straipsnio 2 dalis) nurodyta, kad 7 straipsnio 1 dalies nuostatos taikomos, net jeigu prekių ženklo neregistravimo pagrindai galioja tiktai dalyje Europos Sąjungos.

12 Pagal jurisprudenciją Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktas trukdo tam, kad teisę į jame nurodytus žymenis arba nuorodas turėtų tik viena juos kaip prekių ženklą įregistravusi bendrovė. Taip šia nuostata siekiama bendrojo tikslo – kad tokius žymenis ar nuorodas visi galėtų laisvai naudoti (2002 m. vasario 27 d. Sprendimo *Ellos / VRDT* (*ELLOS*), T-219/00, EU:T:2002:44, 27 punktas; 2012 m. gegužės 2 d. Sprendimo *Universal Display / VRDT (UniversalPHOLED)*, T-435/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:210, 14 punktas; šiuo klausimu žr. 2003 m. spalio 23 d. *VRDT / Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31 punktą).

13 Be to, žymenys ar nuorodos, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti prekės ar paslaugos, kuriai prašoma įregistruoti prekių ženklą, savybėms, pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą laikomi negalinčiais atlikti pagrindinės prekių ženklo funkcijos, t. y. nurodyti prekės ar paslaugos komercinės kilmės, kad vartotojas, įsigyjantis prekių ženklu pažymėtą prekę arba paslaugą, vėliau įsigydamas galėtų pasirinkti tą pačią prekę ar paslaugą, jeigu patirtis buvo teigiama, arba kitą, jeigu ji buvo neigiama (2012 m. gegužės 2 d. Sprendimo *Universal Display / VRDT (UniversalPHOLED)*, T-435/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:210, 15 punktas; šiuo klausimu žr. 2003 m. spalio 23 d. *VRDT / Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 30 punktą).

14 Iš to matyti, jog tam, kad žymeniui būtų taikomas Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punkte nustatytas draudimas, reikia, kad tarp jo ir nagrinėjamų prekių ar paslaugų būtų pakankamai tiesioginė ir konkreti sąsaja, leidžianti suinteresuotajai visuomenei iš karto ir nesvarstant suvokti nagrinėjamų prekių ir paslaugų arba vienos iš jų savybių apibūdinimą (žr. 2014 m. spalio 16 d. Sprendimo *Larrañaga Otaño / VRDT (GRAPHENE)*, T-458/13, EU:T:2014:891, 16 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

15 Galiausiai reikia priminti, kad žymens apibūdinamasis pobūdis gali būti vertinamas tik atsižvelgiant į tai, kaip žymenį supranta suinteresuotoji visuomenė, ir į atitinkamas prekes ar paslaugas (žr. 2005 m. birželio 7 d. Sprendimo *Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft / VRDT (MunichFinancial Services)*, T-316/03, Rink., EU:T:2005:201, 26 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

16 Atsižvelgiant būtent į šiuos paaiškinimus reikia patikrinti, ar, kaip tvirtina ieškovė, Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą, kai nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra apibūdinamasis.

17 Pirmiausia primintina, kad ginčijamo sprendimo 15 ir 16 punktuose Apeliacinė taryba laikėsi nuomonės, jog visuomenę, kuri suvoktų prašomo įregistruoti prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį, sudarė platus ratas vokiškai kalbančių arba vokiečių kalbos pagrindus turinčių žmonių. Dėl tikslinės visuomenės pastabumo laipsnio Apeliacinė taryba nusprendė, kad ši visuomenė yra pakankamai informuota ir protingai pastabi bei nuovoki. Šie vertinimai nėra klaidingi ir ieškovė jų neginčija.

18 Antra, ginčijamo sprendimo 17–26 punktuose Apeliacinė taryba priėjo prie išvados, kad kartu sudėti žodžiai „kloster“ ir „stoff“ yra apibūdinamieji, nes atitinkama visuomenė juos suprastų kaip nuorodą į prekes, kurių sudėtyje yra alkoholio, kylančio iš vienuolyno ar jame pagaminto. Viena vertus, remdamasi *Duden* žodynu ji nurodė, kad žodis „stoff“ reiškia alkoholį, ir nesvarbu, kad tai yra šnekamojoje kalboje vartojama šio žodžio reikšmė. Apeliacinė taryba nesvarbiu pripažino taip pat žodžio „stoff“ daugiareikšmį pobūdį, nes bent jau viena jo reikšmė buvo susijusi su nagrinėjamomis prekėmis. Kita vertus, ji pažymėjo, kad atitinkama visuomenė yra įpratusi matyti vienuolynų pavadinimus, vaizduojamus susietus su alkoholiniais gėrimais. Pavyzdžiui, ji pažymėjo, kad žodžiai „klosterbrauerei“ (vienuolyno alaus darykla) ir „klosterbier“ (vienuolyno alus) buvo žinomi alaus mėgėjams, nes nemažai alaus rūšių buvo gaminama vienuolynuose ar abatijose. Ji taip pat priminė tris Prancūzijos, Vokietijos ir Austrijos vienuolynus ir abatijas, kur gaminami spiritiniai gėrimai. Anot jos, patvirtinimų apie alaus ir spiritinių gėrimų gamybą vienuolynuose yra nuo viduramžių. Iš šių aplinkybių Apeliacinė taryba padarė išvadą, kad prašomas įregistruoti žymuo aiškiai susijęs su nagrinėjamomis prekėmis. Galiausiai ji pripažino netinkamu ieškovės argumentą, kad pavadinimas „klosterstoff“ nėra įprastas, nes negalima atmesti galimybės, jog ateityje šis žodinis žymuo bus naudojamas nagrinėjamoms prekėms žymėti.

19 Ieškovė iš esmės teigia, kad Apeliacinė taryba klaidingai pripažino prašomo įregistruoti prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį analizuodama žodžius „kloster“ ir „stoff“ atskirai, ir pakankamai neatsižvelgė į šio žodinio žymens sukeliamą bendrą įspūdį. Anot jos, vertinamas kaip visuma, šis žymuo leistų atitinkamai visuomenei suvokti prašomą įregistruoti prekių ženklą kaip išgalvotą ir neįprastą pavadinimą, kuriuo tik nurodoma nagrinėjamų prekių kilmė. Taigi prašomas įregistruoti prekių ženklas būtų suvoktas kaip žymintis iš vienuolyno kilusią ar su juo susijusią prekę, kurią apibūdina

vien žodis „stoff“, tačiau kuri reiškia kažką esminio, originalaus ir vietinio. Be to, ieškovė teigia, kad žodžio „stoff“ vartojimas svaigiesiems gėrimams, įskaitant alų, žymėti nėra plačiai paplitęs vokiškai kalbančiose šalyse. Beje, šios žodžio „stoff“ reikšmės neįmanoma rasti jos nurodytuose keliuose žodynuose, interneto svetainėse ir paieškos sistemose. Net anot *Duden* žodyno, kuriuo remiasi Apeliacinė taryba, žodis „stoff“ vartojamas šnekamojoje kalboje ir tik stipriems alkoholiniams gėrimams žymėti. Ieškovė taip pat mano, kad paprastas vartotojas nežino apie Apeliacinės tarybos minimą tradiciją vienuolynuose gaminti alų ir spiritinius gėrimus. Anot jos, iš to darytina išvada, kad atitinkama visuomenė be papildomų svarstymų neįžvelgtų jokio tiesioginio ryšio tarp žodžio „klosterstoff“ ir nagrinėjamų prekių. Kadangi prašomas įregistruoti prekių ženklas nėra apibūdinamasis, Apeliacinės tarybos nurodytas reikalavimas neriboti šio žodinio žymens prieinamumo, ieškovės nuomone, netaikomas nagrinėjamu atveju.

20 EUIPO ginčija šiuos argumentus.

21 Pirma, reikia pažymėti, kad Apeliacinė taryba atskirai išnagrinėjo kiekvieną prašomą įregistruoti prekių ženklą sudarantį žodį, remdamasi *Duden* žodyne pateiktomis jų reikšmėmis; pati ieškovė pripažįsta šį žodyną svarbiausiu ir žinomiausiu vokiečių kalbos žodynu. Taip pat nustatyta, kad ieškovė neginčija Apeliacinės tarybos pasirinktos žodžio „kloster“ reikšmės.

22 Vis dėlto reikia atmesti ieškovės argumentą, kad, priešingai nei Apeliacinė taryba nurodė ginčijamo sprendimo 17 punkte, pagal *Duden* žodyną, kiek tai susiję su svaigiaisiais gėrimais, žodis „stoff“ reiškia tik stiprius alkoholinius gėrimus ir nevartojamas alui ir kitiems alaus produktams žymėti. Ieškovė nepateikė Bendrajam Teismui jokių įrodymų šiam teiginiui pagrįsti. Vadinasi, Apeliacinė taryba nepadarė klaidos, kai remdamasi nurodytu žodynu padarė išvadą, kad žodis „stoff“ reiškia alkoholį ir atitinkama visuomenė supras jį būtent taip.

23 Antra, šiuo Apeliacinės tarybos vertinimu negalima suabejoti dėl aplinkybės, kad ieškovės nurodytuose keliuose žodynuose, interneto svetainėse ir paieškos sistemose žodis „stoff“ nesiejamas su alkoholiu. Taip pat nesvarbu, kad ši reikšmė nėra plačiai paplitusi ir vartojama šnekamojoje vokiečių kalboje. Iš tiesų iš jurisprudencijos matyti, kad turi būti atsisakyta registruoti žodinį žymenį, jei bent viena iš galimų jo reikšmių žymi atitinkamų prekių ar paslaugų savybę (žr. 2017 m. gegužės 11 d. Sprendimo *Bammer / EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ)*, T-372/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:331, 18 ir 54 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

24 Taigi ginčijamo sprendimo 17 punkte Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, kad atitinkama visuomenė suvoktų prašomą įregistruoti prekių ženklą kaip apibūdinamąją nuorodą, nes paprasti vartotojai manytų, jog atitinkamų prekių sudėtyje yra alkoholio, kilusio iš vienuolyno ar jame gaminamo. Taigi kaip ji nurodė ginčijamo sprendimo 26 punkte, žodinis žymuo „Klosterstoff“ tiesiogiai nurodo atitinkamai visuomenei dalies šių prekių rūšį ir kokybę.

25 Trečia, ginčijamo sprendimo 20 ir 21 punktuose Apeliacinė taryba pažymėjo apie iš viduramžių kilusią tradiciją gaminti alų ir spiritinius gėrimus vienuolynuose. Anot jos, atitinkamos visuomenės požiūriu tai įrodo konkretų prašomo įregistruoti prekių ženklo ryšį su nagrinėjamomis prekėmis.

26 Ieškovė teigia, kad paprastas vartotojas nežino apie šią tradiciją. Tačiau tokiems argumentams negalima pritarti. Visų pirma negalima visiškai atmesti to, kad dalis plačiosios visuomenės pasižymi išvystyta bendra kultūra, susijusia su alkoholiniais gėrimais (šiuo klausimu žr. 2015 m. gegužės 19 d. Sprendimo *Granette & Starorežná Distilleries / VRDT – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42 %vol.)*, T-607/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:292, 105 punktą). Be to, visuotinai žinoma, kad vartotojai įpratę matyti vienuolynų atvaizdus ar pavadinimus, siejamus su spiritiniais gėrimais ir alumi (šiuo klausimu žr. 2015 m. spalio 8 d. Sprendimo *Benediktinerabtei St. Bonifaz / VRDT – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455)*, T-78/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:768, 27 ir 29 punktus). Galiausiai net darant prielaidą, kad

prašomo įregistruoti prekių ženklo negalima susieti su šia tradicija, ši aplinkybė nepaneigs to, kad susidūrusi su nagrinėjamu žodiniu žymeniu atitinkama visuomenė jį supras kaip nuorodą į prekes, kurių sudėtyje yra alkoholio, kilusio iš vienuolyno ar jame gaminamo.

27 Be to, reikia atmesti ieškovės argumentą, kad šios alaus gamybos tradicijos nepažįsta paprasti vartotojai iš kai kurių valstybių narių, ypač Pietų ir Rytų Europoje. Iš tiesų iš pačios Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 2 dalies formuluotės matyti, kad šio reglamento 7 straipsnio 1 dalis taikoma, net jeigu prekių ženklo neregistravimo pagrindai galioja tiktai dalyje Sąjungos. Šiuo klausimu Bendrasis Teismas jau yra nusprendęs, kad nurodytą Sąjungos dalį prireikus gali sudaryti tik viena valstybė narė (2017 m. birželio 27 d. Sprendimo *Jiménez Gasalla / EUIPO (B2B SOLUTIONS)*, T-685/16, nepaskelbtas Rinkinyje, EU:T:2017:438, 29 punktas).

28 Taigi pažymėtina, kad Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, kad, atitinkamos visuomenės požiūriu, tarp prašomo įregistruoti prekių ženklo ir visų nagrinėjamų prekių, įskaitant alų, yra konkretus ryšys. Vadinasi, nėra pagrindo nagrinėti ginčijamo sprendimo 20 punkte esančio teiginio, kurį ieškovė ginčija, kad „alaus mėgėjams“ pažįstami žodžiai „klosterbrauerei“ ir „klosterbier“. Šis argumentas nesvarbus, nes net jeigu jam būtų pritarta, jis neleistų suabejoti pirma nurodytais svarstymais.

29 Ketvirta, ieškovė teigia, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas pateikia užuominų į tam tikrą iš vienuolyno kilusią ar su juo susijusią prekę, kurią apibūdina vien žodis „stoff“, tačiau kuri reiškia kažką esminio, originalaus ir vietinio, tačiau ši konkreti prekė neapibūdinta tiksliai. Taigi, anot jos, žodinis žymuo „Klosterstoff“, nagrinėjamas kaip visuma, yra pakankamai išgalvotas ir nutolęs nuo įprasto vartojimo atitinkamos visuomenės kalboje, todėl ši jo nesuvoktų vien kaip apibūdinamosios nuorodos į nagrinėjamas prekes.

30 Šis argumentas neįtikina. Šiuo aspektu primintina, kad prekių ženklas, sudarytas iš naujadaro ar žodžio, kurių kiekviena sudėtinė dalis apibūdina prekių ar paslaugų, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, savybes, pats savaime apibūdina šių prekių ar paslaugų savybes, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą, išskyrus jeigu egzistuoja pastebimas skirtumas tarp atitinkamo naujadaro ar žodžio ir paprastos jį sudarančių dalių sumos. Tai reiškia, kad dėl kombinacijos neįprastumo šių prekių ar paslaugų atžvilgiu atitinkamas naujadaras ar žodis sukelia įspūdį, pakankamai nutolusį nuo to, kurį sukelia paprasta jį sudarančių dalių pateikiamų nuorodų suma, todėl jis nusveria šių dalių sumą (žr. 2005 m. birželio 22 d. Sprendimo *Metso Paper Automation / VRDT (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, 27 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją ir 2008 m. gegužės 22 d. Sprendimo *Radio Regenbogen Hörfunk in Baden / VRDT (RadioCom)*, T-254/06, nepaskelbtas Rink., EU:T:2008:165, 31 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

31 Reikia konstatuoti, kad vokiečių kalbos taisyklių požiūriu nagrinėjamas žodinis žymuo neturi neįprastos struktūros, todėl, kaip Apeliacinė taryba iš esmės teisingai nusprendė ginčijamo sprendimo 17, 23 ir 25 punktuose, juo atitinkamai visuomenei būtų aiškiai pranešama, kad nagrinėjamų prekių sudėtyje yra alkoholio, kylančio iš vienuolyno ar jame pagaminto.

32 Vadinasi Apeliacinė taryba nepadarė klaidos, kai remdamasi Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktu atsisakė registruoti prašomą įregistruoti prekių ženklą šioms prekėms: „alus ir alaus produktai; kokteiliai su alumi; gėrimų gaminimo mišiniai“, priskirti prie 32 klasės, ir „svaigieji gėrimai (išskyrus alų); spiritiniai gėrimai ir likeriai, visų pirma viskis, degtinė, pikė (vynuogių išspaudų vynas); sumaišyti svaigieji gėrimai (išskyrus alaus gėrimus); svaigiųjų gėrimų gaminimo mišiniai“, priskirti prie 33 klasės. Darytina išvada, kad pirmasis ieškinio pagrindas turi būti atmestas.

Dėl antrojo ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu

33 Ieškovė iš esmės teigia, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, nes nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturėjo skiriamojo požymio, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą.

34 EUIPO ginčija šį argumentą.

35 Kaip matyti iš Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies, pakanka taikyti tik vieną iš absoliučių atmetimo pagrindų, nurodytų šioje nuostatoje, kad prašomas įregistruoti žymuo negalėtų būti įregistruotas kaip Europos Sąjungos prekių ženklas (2002 m. rugsėjo 19 d. Sprendimo *DKV / VRDT*, C-104/00 P, EU:C:2002:506, 29 punktas ir 2015 m. spalio 7 d. Sprendimo *Chypre / VRDT (ΧΑΛΛΟΥΜΙ ir HALLOUMI)*, T-292/14 ir T-293/14, EU:T:2015:752, 74 punktas).

36 Kadangi, kiek tai susiję su nagrinėjamomis prekėmis, išnagrinėjus pirmąjį ieškinio pagrindą matyti, kad registruoti pateiktas žymuo yra apibūdinamasis, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą, ir vien šis motyvas pateisina ginčijamą atsisakymą registruoti, bet kuriuo atveju nėra prasmės nagrinėti ieškinio pagrindo, grindžiamo šio reglamento 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, pagrįstumo (šiuo klausimu žr. 2008 m. vasario 13 d. Nutarties *Indorata-Serviços e Gestão / VRDT*, C-212/07 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2008:83, 28 punktą).

Dėl trečiojo ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punkto pažeidimu

37 Ieškovė teigia, kad, priešingai, nei nusprendė Apeliacinė taryba, prašomas įregistruoti prekių ženklas negalėjo suklaidinti atitinkamos visuomenės dėl šių 32 klasės prekių: „gaivieji gėrimai, įskaitant nealkoholinį alų“. Anot jos, pastabiam paprastam vartotojui akivaizdu, kad gaiviųjų gėrimų sudėtyje nėra alaus ar kitokio alkoholio. Be to, atsisakymo registruoti motyvą, grindžiamą prašomo įregistruoti prekių ženklo klaidinamuoju pobūdžiu, būtų galima taikyti tik jeigu prekių ženklas klaidintų dėl visų juo žymimų prekių.

38 EUIPO ginčija šiuos argumentus.

39 Visų pirma pažymėtina, kad šiame ieškinio pagrinde ieškovė kritikuoja ginčijamą sprendimą, kiek jame Apeliacinė taryba pripažino prašomą įregistruoti prekių ženklą klaidinančiu dėl šių 32 klasės prekių: „gaivieji gėrimai, įskaitant nealkoholinį alų“. Taigi jis skiriasi nuo pirmųjų dviejų ieškinio pagrindų, kuriuose ieškovė ginčijo atsisakymą registruoti šį prekių ženklą prie 32 ir 33 klasių priskirtiems alkoholiniams gėrimams.

40 Atsižvelgiant į šį skirtumą, šio sprendimo 35 ir 36 punktuose priminta jurisprudencija netaikoma šiam ieškinio pagrindui. Žodinio žymens „Klosterstoff“ apibūdinamojo pobūdžio konstatavimas alkoholinių gėrimų atžvilgiu nekliudo Bendrajam Teismui išnagrinėti tariamą prašomo įregistruoti prekių ženklo klaidinamąjį pobūdį, kiek juo žymima kita prekių rūšis, būtent „gaivieji gėrimai, įskaitant nealkoholinį alų“.

41 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punktą neregistruojami prekių ženklai, kurie gali suklaidinti visuomenę, pavyzdžiui, dėl prekių ar paslaugų rūšies, kokybės ar geografinės kilmės.

42 Šiuo klausimu pažymėtina, kad pagal suformuotą jurisprudenciją norint taikyti Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punkte numatytą atsisakymą registruoti turi būti galima nustatyti, jog iš tiesų klaidinama arba sukeliama pakankamai didelė tikimybė suklaidinti vartotoją (šiuo klausimu dėl 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams,

susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, 1989, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 92) 3 straipsnio 1 dalies g punkto, suformuluoto identiškai Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punktui, žr. 1999 m. kovo 4 d. Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 41 punktą ir 2006 m. kovo 30 d. Sprendimo *Emanuel*, C-259/04, EU:C:2006:215, 47 punktą; taip pat žr. 2017 m. birželio 8 d. Sprendimo *W. F. Gözze Frottierweberei ir Gözze*, C-689/15, EU:C:2017:434, 54 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją bei 2011 m. gegužės 5 d. Sprendimo *SIMS – École de ski internationale / VRDT – SNMSF (esf école du ski français)*, T-41/10, nepaskelbtas Rink., EU:T:2011:200, 49 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

43 Nagrinėjamu atveju Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 35 ir 36 punktuose padarė išvadą, kad jeigu paprasti vartotojai pamatytų žodinį žymenį „Klosterstoff“ ant nagrinėjamų prekių, t. y. „gaiviųjų gėrimų, įskaitant nealkoholinį alų“, pakuočių, dėl žodžio „stoff“ buvimo jie manytų, kad šių prekių pagrindą sudaro alkoholis. Anot jos, remiantis tuo darytina išvada, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas klaidina, nes perteikia aiškią informaciją, kad juo žymimos atitinkamos prekės yra alkoholiniai gėrimai, o prekių „gaivieji gėrimai, įskaitant nealkoholinį alų“, sudėtyje nėra alkoholio.

44 Atsižvelgiant į nagrinėjant pirmąjį ieškinio pagrindą išdėstytus svarstymus, reikia pritarti Apeliacinės tarybos pozicijai, kad paprasti vartotojai žodį „stoff“ sies su alkoholiu. Vadinasi, Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas teikė klaidinančią nuorodą, kai juo buvo žymimi gaivieji gėrimai.

45 Šios išvados nepaneigia aplinkybė, kad, kaip nurodo ieškovė, šių gėrimų sudėtis nurodyta ant šių prekių etikečių. Viena vertus, jei būtų pritarta šiems argumentams, prekių ženklo klaidinamasis pobūdis išnyktų tik paprastam vartotojui perskaičius etiketę, kurioje nurodytos šių gėrimų sudedamosios dalys. Priešingai nei teigia ieškovė, nėra akivaizdu, kad vartotojai supras, jog šių gėrimų sudėtyje nėra alkoholio. Kaip pabrėžė EUIPO, vartotojai gali įsigyti šių prekių skubotai, neskirdami laiko išnagrinėti ant pakuotės esantį tekstą. Kita vertus, iš jurisprudencijos matyti, kad vartotojui suteikta galimybė etiketėje patikrinti, kokios sudedamosios dalys naudotos gaminant gėrimą, savaime nereiškia, kad šią prekę žymintis ženklas nėra klaidinantis (šiuo klausimu žr. 2009 m. lapkričio 19 d. Sprendimo *Torresan / VRDT – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS)*, T-234/06, EU:T:2009:448, 43 punktą).

46 Galiausiai negalima pritarti ieškovės argumentui, kad Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punkte įtvirtintą atsisakymo registruoti motyvą galima taikyti tik jeigu prekių ženklas klaidintų dėl visų juo žymimų prekių. Iš tiesų EUIPO gali atsisakyti registruoti prekių ženklą tam tikroms juo žymimoms prekėms, nors jis klaidina tik dėl šių konkrečių prekių, o ne dėl visų juo žymimų prekių (šiuo klausimų žr. 2016 m. spalio 27 d. Sprendimo *Caffè Nero Group / EUIPO (CAFFÈ NERO)*, T-37/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:634, 53 ir 54 punktus ir 2016 m. spalio 27 d. Sprendimo *Caffè Nero Group / EUIPO (CAFFÈ NERO)*, T-29/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:635, 48 ir 49 punktus).

47 Darytina išvada, kad reikia atmesti trečiąjį ieškinio pagrindą.

Dėl ketvirtojo ieškinio pagrindo, susijusio su ankstesnės EUIPO praktikos nesilaikymu

48 Šis pagrindas grindžiamas dviem argumentų grupėmis. Pateikdama pirmąją argumentų grupę ieškovė teigia, kad atsisakiusi įregistruoti prašomą prekių ženklą Apeliacinė taryba nepakankamai motyvavo, kuo pateisinamas nukrypimas nuo ankstesnės EUIPO praktikos. Anot ieškovės, daug ankstesnių žodinių prekių ženklų buvo įregistruoti EUIPO arba nacionaliniu ar tarptautiniu mastu prie 32 ir 33 klasių priskirtoms prekėms žymėti, nepaisant jų turimo elemento „stoff“. Pirmą kartą Bendrajame Teisme pateiktas antrasis kaltinimas grindžiamas Apeliacinės tarybos padaryta teisės klaida, nes daug ankstesnių žodinių prekių ženklų buvo įregistruoti EUIPO arba nacionaliniu ar tarptautiniu lygiu prie 32 ir 33 klasių priskirtoms prekėms žymėti, nepaisant jų turimo elemento „stoff“.

49 EUIPO ginčija šiuos argumentus.

50 Dėl pirmosios argumentų grupės reikia priminti, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 75 straipsnio pirmą sakinį (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 94 straipsnio pirmas sakinys) EUIPO sprendimuose turi būti nurodomi juos pagrindžiantys motyvai. Pagal jurisprudenciją ši pareiga turi tokią pačią apimtį, kaip ir SESV 296 straipsnyje įtvirtinta pareiga, ir ja siekiama, pirma, leisti suinteresuotiesiems asmenims sužinoti priemonės priėmimo priežastis, kad jie galėtų apginti savo teises, ir, antra, Sąjungos teismui vykdyti sprendimo teisėtumo priežiūrą (žr. 2004 m. balandžio 28 d. Sprendimo *Sunrider / VRDT – Vitakraft-Werke Wührmann et Friesland Brands (VITATASTE ir METABALANCE 44)*, T-124/02 ir T-156/02, EU:T:2004:116, 72 ir 73 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

51 Taip pat primintina, kad sprendimai dėl žymens įregistravimo kaip Europos Sąjungos prekių ženklo, kuriuos EUIPO apeliacinės tarybos priima remdamosi Reglamentu Nr. 207/2009, priskiriami ribotai kompetencijai, o ne diskrecijai. Todėl šių sprendimų teisėtumas turi būti vertinamas remiantis tik šiuo reglamentu, aiškinamu Sąjungos teismo, o ne ankstesne EUIPO praktika (šiuo klausimu žr. 2007 m. balandžio 26 d. Sprendimo *Alcon / VRDT*, C-412/05 P, EU:C:2007:252, 65 punktą; 2012 m. gegužės 2 d. Sprendimo *UniversalPHOLED*, T-435/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:210, 37 punktą ir 2012 m. gegužės 8 d. Sprendimo, *Mizuno / VRDT – Golfino (G)*, T-101/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:223, 77 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Taip pat buvo nuspręsta, kad nors pagal vienodo požiūrio ir gero administravimo principus EUIPO turi atsižvelgti į jau priimtus sprendimus ir ypatingą dėmesį skirti klausimui, ar reikia priimti tokį patį sprendimą, vis dėlto taikant šiuos principus turi būti laikomasi teisėtumo principo (žr. 2015 m. sausio 21 d. Sprendimo *Sabores de Navarra / VRDT – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA)*, T-46/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:39, 47 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

52 Be to, Europos Sąjungos prekių ženklų sistema yra autonominė sistema, sudaryta iš taisyklių visumos, ir ja siekiama jai būdingų tikslų, o jos taikymas nepriklauso nuo jokios nacionalinės sistemos. Todėl tai, ar žymuo gali būti įregistruotas kaip Europos Sąjungos prekių ženklas, turi būti vertinama remiantis tik reikšmingais teisės aktais. EUIPO ir atitinkamu atveju Sąjungos teismui nėra privalomi valstybėse narėse ar trečiosiose valstybėse priimti sprendimai – net jeigu jie ir gali į juos atsižvelgti, ir jokia Reglamento Nr. 207/2009 nuostata neįpareigoja EUIPO arba ieškinio atveju – Bendrojo Teismo priimti tokių pačių spendimų, kokius esant panašiai situacijai priėmė nacionalinės administracinės institucijos ar teismai (žr. 2015 m. liepos 15 d. Sprendimo *Australian Gold / VRDT – Effect Management & Holding (HOT)*, T-611/13, EU:T:2015:492, 60 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

53 Nagrinėjamu atveju Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 38 punkte nusprendė, kad dėl ieškovės nurodytų Europos Sąjungos prekių ženklų, kuriuose vartojamas žodis „stoff“, negalima abejoti eksperto vertinimu. Taip pat tame pačiame punkte ji nurodė, kad šie prekių ženklai nebuvo panašūs žymenys, nes nors juose ir buvo elementas „stoff“, tačiau jis sudarė kitų žodžių dalį. Dėl Vokietijos ar tarptautiniame registre įregistruotų prekių ženklų, taip pat apimančių žodį „stoff“, ginčijamo sprendimo 39 punkte ji pažymėjo, kad šios registracijos nebuvo nagrinėtos per joje vykusias procedūras ir jos nepakeistų išvados, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas neregistruotinas.

54 Priešingai, nei teigia ieškovė, šiuos motyvus reikia pripažinti pakankamais.

55 Dėl antrosios argumentų grupės EUIPO teigia, kad ieškinio priede K 13 pateikti dokumentai nepriimtini, nes pirmą kartą pateikti Bendrajame Teisme.

56 Šiame priede pateikta vokiškos interneto svetainės www.polymark.de 2016 m. lapkričio 23 d. ištrauka. Joje nurodyti septyni žodiniai prekių ženklai, kuriuose yra elementas „kloster“ ir kurie įregistruoti kaip Europos Sąjungos ar Vokietijos prekių ženklai arba kaip tarptautiniai prekių ženklai, kurių apsauga galioja ir Sąjungoje.

57 Nors šie dokumentai pirmą kartą pateikti Bendrajame Teisme, jie nėra tikrieji įrodymai, kaip tai suprantama pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 85 straipsnį; jie susiję su EUIPO ir kitų nacionalinių ir tarptautinių institucijų praktika, kuria šalis turi teisę remtis net jeigu ji susiformavo po procedūros EUIPO pradžios (šiuo klausimu žr. 2005 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *Sadas / VRDT – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-346/04, EU:T:2005:420, 20 punktą; 2014 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Repsol / VRDT – Adell Argiles (ELECTROLINERA)*, T-308/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2014:965, 20 punktą ir 2016 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *CG / EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER)*, T-349/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:677, 18 ir 19 punktus). Todėl reikia atmesti nepriimtinumu grindžiamą prieštaravimą.

58 Taikant šio sprendimo 51 ir 52 punktuose nurodytą jurisprudenciją reikia atmesti ir ieškovės nurodytą argumentų grupę. Kalbant konkrečiai pažymėtina, kad, kaip nurodyta šio sprendimo 32 ir 44 punktuose, Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas, pirma, apibūdina prie 32 klasės priskirtas prekes „alus ir alaus produktai; kokteiliai su alumi; gėrimų gaminimo mišiniai“, ir prie 33 klasės priskirtas prekes „svaigieji gėrimai (išskyrus alų); spiritiniai gėrimai ir likeriai, visų pirma viskis, degtinė, pikė (vynuogių išspaudų vynas); sumaišyti svaigieji gėrimai (išskyrus alaus gėrimus); svaigiųjų gėrimų gaminimo mišiniai“, ir, antra, klaidina, kai juo žymimi gaivieji gėrimai (žr. šio sprendimo 44 punktą), todėl siekdama paneigti šią išvadą ieškovė negali veiksmingai remtis ankstesniais EUIPO sprendimais (šiuo klausimu žr. 2015 m. sausio 21 d. Sprendimo *KIT, EL SABOR DE NAVARRA*, T-46/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:39, 47 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Aplinkybė, kad yra anksčiau įregistruotų prekių ženklų, turinčių elementą „kloster“, neleidžia abejoti prašomo įregistruoti prekių ženklo apibūdinamuoju ir klaidinamuoju pobūdžiu.

59 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, reikia atmesti ketvirtąjį ieškinio pagrindą, taip pat ir visą ieškinį.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

60 Pagal Procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovė bylą pralaimėjo, iš jos priteisiamos bylinėjimosi išlaidos pagal EUIPO pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. Priteisti iš *Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG* bylinėjimosi išlaidas.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Paskelbta 2017 m. spalio 26 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.