Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (dziewiąta izba)

z dnia 26 października 2017 r.*

Znak towarowy Unii Europejskiej – Zgłoszenie słownego unijnego znaku towarowego Klosterstoff – Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji – Charakter opisowy – Znak towarowy mogący zwieść odbiorców – Artykuł 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia (WE) nr 207/2009 [obecnie art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia (UE) 2017/1001] – Wcześniejsza praktyka EUIPO

W sprawie T-844/16

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, z siedzibą w Alpirsbach (Niemcy), reprezentowana przez adwokatów W. Göpferta oraz S. Hofmann,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), reprezentowanemu przez A. Schifka, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Piątej Izby Odwoławczej EUIPO z dnia 6 października 2016 r. (sprawa R 2064/2015-5), dotyczącą rejestracji oznaczenia słownego Klosterstoff jako unijnego znaku towarowego,

SĄD (dziewiąta izba)

w składzie: S. Gervasoni, prezes, K. Kowalik-Bańczyk i C. Mac Eochaidh (sprawozdawca), sędziowie,

sekretarz: E. Coulon,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 29 listopada 2016 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 1 marca 2017 r.,

uwzględniwszy, że w terminie trzech tygodni od dnia powiadomienia stron o zakończeniu pisemnego etapu postępowania nie wpłynął wniosek stron o wyznaczenie rozprawy, i postanowiwszy, na podstawie art. 160 § 3 regulaminu postępowania przed Sądem, orzec w przedmiocie skargi bez przeprowadzenia ustnego etapu postępowania,

wydaje następujący

* Język postępowania: niemiecki.

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 13 kwietnia 2015 r. skarżąca, Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, dokonała w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) zgłoszenia unijnego znaku towarowego na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie znaku towarowego Uni Europejskiej (Dz.U. 2009, L 78, s. 1), ze zmianami [zastąpionego rozporządzeniem Rady (WE) 2017/1001 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2017, L 154, s. 1)]. Znakiem towarowym, dla którego wystąpiono o rejestrację, jest oznaczenie słowne Klosterstoff.

2 Towary, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klas 32 i 33 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają dla każdej z tych klas następującemu opisowi:

– klasa 32: „piwo i produkty browarnicze; mieszanki napojów na bazie piwa, napoje bezalkoholowe, w szczególności piwa bezalkoholowe; preparaty do sporządzania napojów”;

– klasa 33: „napoje alkoholowe, z wyjątkiem piwa; alkohole wysokoprocentowe i likiery, w szczególności whisky, brandy, piquette; mieszanki napojów alkoholowych, z wyjątkiem tych na bazie piwa; preparaty do sporządzania napojów alkoholowych”;

3 Decyzją z dnia 4 września 2015 r. zgłoszenie do rejestracji zostało odrzucone przez eksperta na podstawie art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia nr 207/2009 [obecnie art. 7 ust. 1 lit. b), c) i g) rozporządzenia 2017/1001].

4 W dniu 13 października 2015 r. skarżąca odwołała się od decyzji eksperta do EUIPO na podstawie art. 58–64 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 66–71 rozporządzenia 2017/1001).

5 Decyzją z dnia 6 października 2016 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Piąta Izba Odwoławcza EUIPO oddaliła odwołanie. W tym zakresie, po pierwsze, Izba Odwoławcza w pkt 15 i 16 zaskarżonej decyzji wskazała, że z uwagi na to, iż zgłoszony znak towarowy składa się ze słów języka niemieckiego, przy ocenie należało wziąć pod uwagę właściwie poinformowanych oraz dostatecznie uważnych i rozsądnych odbiorców niemieckojęzycznych lub odbiorców posiadających znajomość podstawowego słownictwa w języku niemieckim. Po drugie, w pkt 17–26 zaskarżonej decyzji wskazała ona, że słowo „Klosterstoff”, które składa się ze słów „Kloster” i „Stoff”, oznacza produkty zawierające alkohol, pochodzące z klasztoru lub wytworzone w klasztorze. Zdaniem Izby Odwoławczej zgłoszone oznaczenie słowne stanowi zwykłe zestawienie dwóch słów, których połączenie ma charakter opisowy względem towarów: „piwo i produkty browarnicze; mieszanki napojów na bazie piwa, preparaty do sporządzania napojów”, należących do klasy 32, oraz „napoje alkoholowe, z wyjątkiem piwa; alkohole wysokoprocentowe i likiery, w szczególności whisky, brandy, piquette; mieszanki napojów alkoholowych, z wyjątkiem tych na bazie piwa; preparaty do sporządzania napojów alkoholowych”, należące do klasy 33. W konsekwencji w pkt 26 zaskarżonej decyzji uznała ona, że w odniesieniu do wszystkich towarów rejestracji znaku towarowego należało odmówić na podstawie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009. Po trzecie, w pkt 27–33 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, że w stosunku do tych samych towarów zgłoszony znak towarowy jest także pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) wspomnianego rozporządzenia, ponieważ ogranicza się on do zwykłego przekazu, że rozpatrywane towary zawierają alkohol pochodzący z klasztoru lub wytworzony w klasztorze. W rezultacie gdy konsument zobaczy takie oznaczenie, nie będzie w stanie ustalić handlowego pochodzenia towarów. Po czwarte, w pkt 34–37 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, że zgłoszony znak towarowy ma zwodniczy charakter w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. g) tego rozporządzenia, ponieważ może sugerować konsumentom, że

napoje bezalkoholowe zawierają alkohol, a zatem z tego tytułu nie może zostać zarejestrowany dla „napojów bezalkoholowych, w szczególności piw bezalkoholowych", ujętych w klasie 32. Po piąte, w pkt 38 i 39 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza uznała, że okoliczność, iż różne znaki towarowe, które zawierają element „Stoff", zostały wcześniej dopuszczone do rejestracji, w żaden sposób nie może rozstrzygać o ocenie zgodności z prawem rejestracji zgłoszonego znaku towarowego.

Żądania stron

6 Skarżąca wnosi do Sądu o:

– stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

– obciążenie EUIPO kosztami postępowania.

7 EUIPO wnosi do Sądu o:

– oddalenie skargi;

– obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

8 Na poparcie skargi skarżąca podnosi w istocie cztery zarzuty. Po pierwsze, Izba Odwoławcza, poprzez uznanie, że zgłoszony znak towarowy ma w odniesieniu do rozpatrywanych towarów charakter opisowy, naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009. Po drugie, Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, gdy uznała, że zgłoszony znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu tego przepisu. Po trzecie Izba Odwoławcza błędnie stwierdziła, że w przypadku niektórych z rozpatrywanych towarów zgłoszony znak towarowy ma zwodniczy charakter w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009. Po czwarte, Izba Odwoławcza zasadniczo nie zastosowała się do swojej wcześniejszej praktyki decyzyjnej.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009

9 Skarżącą twierdzi w istocie, że Izba Odwoławcza popełniła błąd w ocenie, ponieważ stwierdziła, iż w odniesieniu do rozpatrywanych towarów zgłoszony znak towarowy ma charakter opisowy w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009.

10 EUIPO podważa powyższy argument.

11 Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 nie są rejestrowane „znaki towarowe, które składają się wyłącznie z oznaczeń lub wskazówek mogących służyć w obrocie do oznaczania rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego lub czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub innych właściwości towarów lub usług". Artykuł 7 ust. 2 tego rozporządzenia (obecnie art. 7 ust. 2 rozporządzenia 2017/1001) stanowi, że art. 7 ust. 1 wspomnianego rozporządzenia stosuje się bez względu na fakt, że podstawy odmowy rejestracji istnieją tylko w części Unii Europejskiej.

12 Zgodnie z orzecznictwem art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 stoi na przeszkodzie temu, by określone w nim oznaczenia lub wskazówki były zastrzeżone dla jednego tylko przedsiębiorstwa z powodu zarejestrowania ich w charakterze znaku towarowego. Zadaniem tego przepisu jest ochrona leżącego w interesie ogółu celu, jakim jest zapewnienie, by tego rodzaju oznaczenia lub wskazówki

mogły być swobodnie używane przez wszystkich [wyroki: z dnia 27 lutego 2002 r., Ellos/OHIM (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, pkt 27; z dnia 2 maja 2012 r., Universal Display/OHMI (UniversalPHOLED), T-435/11, niepublikowany, EU:T:2012:210, pkt 14; zob. podobnie wyrok z dnia 23 października 2003 r., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, pkt 31].

13 Ponadto oznaczenia lub wskazówki mogące służyć w obrocie do oznaczania cech towaru lub usługi, dla których wnosi się o rejestrację, są uznawane zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 za nienadające się do wypełniania podstawowej funkcji znaku towarowego, która polega na wskazywaniu pochodzenia handlowego towaru lub usługi, aby w ten sposób umożliwić konsumentowi nabywającemu towar lub usługę oznaczone danym znakiem towarowym dokonanie przy późniejszym zakupie takiego samego wyboru – jeśli doświadczenie okazało się pozytywne – lub dokonanie odmiennego wyboru – jeśli było ono negatywne (wyrok z dnia 2 maja 2012 r., UniversalPHOLED, T-435/11, niepublikowany, EU:T:2012:210, pkt 15; zob. podobnie wyrok z dnia 23 października 2003 r., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, pkt 30).

14 Wynika stąd, że aby oznaczenie zostało objęte zakazem ustanowionym w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, musi ono wykazywać wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z wchodzącymi w grę towarami lub usługami, który to związek może pozwolić docelowemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec w nim opis tych towarów lub usług lub jednej z ich właściwości [zob. wyrok z dnia 16 października 2014 r., Larrañaga Otaño/OHIM (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, pkt 16 i przytoczone tam orzecznictwo].

15 Wreszcie należy przypomnieć, że ocena opisowego charakteru oznaczenia winna być dokonywana wyłącznie, po pierwsze, z uwzględnieniem sposobu postrzegania go przez docelowy krąg odbiorców, i po drugie, w odniesieniu do wchodzących w grę towarów lub usług [zob. wyrok z dnia 7 czerwca 2005 r., Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/OHIM (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, pkt 26 i przytoczone tam orzecznictwo].

16 To w świetle powyższych rozważań należy zbadać, czy – jak twierdzi skarżąca – Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 poprzez uznanie, że zgłoszony znak towarowy ma charakter opisowy.

17 W pierwszej kolejności należy przypomnieć, że Izba Odwoławcza stwierdziła w pkt 15 i 16 zaskarżonej decyzji, że krąg odbiorców, którzy mogą dostrzec opisowy charakter zgłoszonego znaku towarowego, składa się z ogółu odbiorców posługujących się językiem niemieckim lub znających podstawowe słownictwo w języku niemieckim. Co się tyczy poziomu uwagi wykazywanego przez wskazany krąg odbiorców, Izba Odwoławcza uznała, że odbiorcy ci są właściwie poinformowani oraz dostatecznie uważni i rozsądni. Powyższe oceny nie są dotknięte błędem i nie zostały zakwestionowane przez skarżącą.

18 W drugiej kolejności Izba Odwoławcza stwierdziła w pkt 17–26 zaskarżonej decyzji, że określenia „Kloster” i „Stoff”, rozpatrywane razem i w danej kombinacji, mają charakter opisowy, w tym znaczeniu, iż zostaną zrozumiane przez właściwy krąg odbiorców jako odniesienie do produktów zawierających alkohol pochodzący z klasztoru lub wytwarzany w klasztorze. Po pierwsze, Izba Odwoławcza wskazała, powołując się na słownik Duden, że słowo „Stoff” oznacza alkohol, i uznała za bez znaczenia fakt, iż chodzi tu o potoczne znaczenie tego słowa. Również fakt wieloznaczności słowa „Stoff” został potraktowany przez Izbę Odwoławczą jako pozbawiony znaczenia, ponieważ słowo to przynajmniej w jednym ze swoich możliwych znaczeń odnosi się do rozpatrywanych towarów. Po drugie, Izba Odwoławcza wskazała, że właściwy krąg odbiorców jest przyzwyczajony do oglądania obrazów lub nazw klasztorów w zestawieniu z napojami alkoholowymi. Izba Odwoławcza wskazała zatem, że słowa „Klosterbrauerei” (browar klasztorny) i „Klosterbier” (piwo klasztorne) są znane znawcom piwa, ponieważ liczne rodzaje tego trunku są wytwarzane w klasztorach lub w opactwach. Wymieniła ona również trzy opactwa i klasztory, francuski, niemiecki i austriacki, wytwarzające alkohole wysokoprocentowe. Zdaniem Izby Odwoławczej wytwarzanie piwa i alkoholi

wysokoprocentowych w klasztorach jest zresztą udokumentowane od epoki średniowiecza. Z powyższych elementów Izba Odwoławcza wywiodła wyraźny związek między zgłoszonym oznaczeniem a rozpatrywanymi towarami. Na koniec uznała ona za bezskuteczny argument skarżącej, zgodnie z którym nazwa „Klosterstoff" nie ma zwyczajnego charakteru, ponieważ nie można wykluczyć, że w przyszłości to oznaczenie słowne nie będzie używane do określania rozpatrywanych towarów.

19 Skarżąca podnosi w istocie, że Izba Odwoławcza błędnie ustaliła opisowy charakter zgłoszonego znaku towarowego, opierając się na odrębnej analizie słów „Kloster" i „Stoff", bez wystarczającego uwzględnienia całościowego wrażenia wywieranego przez to oznaczenie słowne. Jej zdaniem owo oznaczenie, rozpatrywane całościowo, pozwala właściwemu kręgowi odbiorców zrozumieć zgłoszony znak towarowy jako nazwę fantazyjną i nietypową, która ogranicza się do wskazania pochodzenia rozpatrywanych towarów. Zgłoszony znak towarowy będzie zatem postrzegany jako wskazanie towaru – który nie jest precyzowany inaczej niż za pomocą słowa „Stoff", odnoszącego się jednak do czegoś znaczącego, oryginalnego i lokalnego – pochodzącego z klasztoru lub mającego z nim związek. Ponadto skarżąca twierdzi, że używanie słowa „Stoff" do określania napojów alkoholowych, w szczególności piwa, nie jest powszechne w krajach niemieckojęzycznych. To znaczenie słowa „Stoff" nie jest ponadto ujęte w przywoływanych przez nią kilku słownikach, serwisach internetowych i wynikach wyszukiwarek. Nawet słownik Duden, na który powołała się Izba Odwoławcza, poświadcza jedynie potoczne używanie słowa „Stoff", i to wyłącznie w odniesieniu do napojów o wysokiej zawartości alkoholu. Skarżąca uważa również, że przywoływana przez Izbę Odwoławczą tradycja wytwarzania piwa i alkoholi wysokoprocentowych w klasztorach nie jest znana przeciętnym konsumentom. Z powyższych uwag wynika, że właściwy krąg odbiorców nie dostrzeże bez głębszej refleksji bezpośredniego związku między określeniem „Klosterstoff" a rozpatrywanymi towarami. Ponieważ zgłoszony znak towarowy nie ma charakteru opisowego, konieczność pozostawienia tego oznaczenia do swobodnego używania, na którą powołuje się Izba Odwoławcza, nie znajduje zdaniem skarżącej zastosowania w niniejszej sprawie.

20 EUIPO podważa powyższe argumenty.

21 Po pierwsze, należy zauważyć, że Izba Odwoławcza przeprowadziła badanie każdego ze słów składających się na zgłoszony znak towarowy, opierając się na ich znaczeniu wynikającym ze słownika Duden, który również przez skarżącą uważany jest za najważniejszy i najbardziej znany słownik języka niemieckiego. Bezsporne jest również, że w niniejszej sprawie skarżąca nie podważa przyjętego przez Izbę Odwoławczą znaczenia słowa „Kloster".

22 Nie można natomiast uwzględnić argumentu skarżącej, zgodnie z którym, wbrew temu, co stwierdziła Izba Odwoławcza w pkt 17 zaskarżonej decyzji, słownik Duden ogranicza, jeżeli chodzi o napoje alkoholowe, znaczenie słowa „Stoff" wyłącznie do napojów o wysokiej zawartości alkoholów i nie nawiązuje do piwa i innych produktów browarniczych. Skarżąca nie przedłożyła Sądowi żadnego dowodu na poparcie tego twierdzenia. W rezultacie Izba Odwoławcza, nie popełniwszy błędu, stwierdziła, opierając się na wspomnianym słowniku, że słowo „Stoff" określa alkohol i będzie w ten sposób postrzegane przez właściwy krąg odbiorców.

23 Po drugie, powyższej oceny Izby Odwoławczej nie może podważyć fakt, że kilka słowników, serwisów internetowych i wyników wyszukiwarek, o których wspomniała skarżąca, nie wskazuje na związek słowa „Stoff" z alkoholem. Jednocześnie bez znaczenia pozostaje okoliczność, że takie znaczenie jest mało powszechne i ma w języku niemieckim charakter potoczny. Z orzecznictwa wynika bowiem, że rejestracji oznaczenia słownego należy odmówić wówczas, gdy przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń stanowi opis właściwości oznaczonych nim towarów lub usług [zob. wyrok z dnia 11 maja 2017 r., Bammer/EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, niepublikowany, EU:T:2017:331, pkt 18, 54 i przytoczone tam orzecznictwo].

24 A zatem w pkt 17 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, że właściwy krąg odbiorców będzie postrzegał zgłoszony znak towarowy jako wskazówkę opisową, ponieważ przeciętni konsumenci zrozumieją, że rozpatrywane towary zawierają alkohol pochodzący z klasztoru lub wytworzony w klasztorze. Jak wskazała Izba Odwoławcza w pkt 26 zaskarżonej decyzji, oznaczenie słowne Klosterstoff bezpośrednio wskazuje zatem właściwemu kręgowi odbiorców rodzaj i właściwości części wspomnianych towarów.

25 Po trzecie, Izba Odwoławcza przywołała w pkt 20 i 21 zaskarżonej decyzji sięgającą epoki średniowiecza tradycję wytwarzania piwa i alkoholi wysokoprocentowych w klasztorach. Jej zdaniem powyższe elementy dowodzą istnienia, z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców, konkretnego związku między zgłoszonym znakiem towarowym a rozpatrywanymi towarami.

26 W opinii skarżącej taka tradycja nie jest znana przeciętnemu konsumentowi. Nie sposób jednak przyjąć tej argumentacji. Przede wszystkim nie można całkowicie wykluczyć, że część ogółu odbiorców cechuje się wysokim poziomem ogólnej wiedzy na temat napojów alkoholowych [zob. podobnie wyrok z dnia 19 maja 2015 r., Granette & Starorežná Distilleries/OHIM – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42% vol.), T-607/13, niepublikowany, EU:T:2015:292, pkt 105]. Następnie – powszechnie wiadome jest, że konsumenci są przyzwyczajeni do oglądania obrazów lub nazw klasztorów w zestawieniu w szczególności z alkoholami wysokoprocentowymi i piwem [zob. podobnie wyrok z dnia 8 października 2015 r., Benediktinerabtei St. Bonifaz/OHIM – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, niepublikowany, EU:T:2015:768, pkt 27, 29]. Wreszcie nawet założenie, że zgłoszony znak towarowy nie może zostać powiązany z rzeczoną tradycją, nie może podważyć faktu, iż skonfrontowany z omawianym oznaczeniem słownym właściwy krąg odbiorców skojarzy, że chodzi tu o odniesienie do towarów zawierających alkohol pochodzących z klasztoru lub wytwarzanych w klasztorze.

27 Ponadto należy odrzucić argument skarżącej, zgodnie z którym owa tradycja piwowarska nie jest znana przeciętnym konsumentom pochodzącym z niektórych państw członkowskich, w szczególności z południa Europy i z Europy Wschodniej. Z art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 207/2009 wynika bowiem, że art. 7 ust. 1 tego aktu stosuje się bez względu na fakt, że podstawy odmowy rejestracji istnieją tylko w części Unii. W tym względzie Sąd orzekł już, że ową część Unii może w danym wypadku stanowić jedno państwo członkowskie [wyrok z dnia 27 czerwca 2017 r., Jiménez Gasalla/EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, niepublikowany, EU:T:2017:438, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo].

28 Należy zatem zauważyć, że Izba Odwoławcza prawidłowo ustaliła istnienie, z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców, konkretnego związku między zgłoszonym znakiem towarowym a całością rozpatrywanych towarów, w tym piwa. W rezultacie nie ma potrzeby ustosunkowania się do zawartego w pkt 20 zaskarżonej decyzji i zakwestionowanego przez skarżącą twierdzenia, że słowa „Klosterbrauerei" i „Klosterbier" są znane „znawcom piwa". Powyższy zarzut szczegółowy jest bezskuteczny, ponieważ nawet gdyby został uwzględniony, nie podważy on poprzedzających go stwierdzeń.

29 Po czwarte, skarżąca twierdzi, że zgłoszony znak towarowy stanowi nawiązanie do towaru – który nie jest precyzowany inaczej niż za pomocą słowa „Stoff", odnoszącego się jednak do czegoś znaczącego, oryginalnego i lokalnego – pochodzącego z klasztoru lub mającego z nim związek, nie określając jednak dokładnie tego konkretnego produktu. Rozpatrywane jako całość oznaczenie słowne Klosterstoff jest zatem jej zdaniem wystarczająco fantazyjne, jednak zarazem na tyle dalekie od typowych zwyczajów językowych właściwego kręgu odbiorców, by nie było przez tych odbiorców postrzegane jako czysto opisowe oznaczenie rozpatrywanych towarów.

30 Powyższy argument nie jest przekonujący. W tym względzie należy przypomnieć, że znak towarowy utworzony z neologizmu lub słowa złożonego z elementów, z których każdy opisuje właściwości towarów i usług, dla których wniesiono o rejestrację, sam opisuje towar i usługi w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009, chyba że istnieje dostrzegalna różnica pomiędzy owym

neologizmem lub słowem a zwykłą sumą znaczeń jego elementów składowych. Ma to miejsce w przypadku, gdy z powodu nietypowego charakteru połączenia neologizm lub słowo wywiera – w stosunku do wspomnianych towarów i usług – wrażenie wystarczająco odbiegające od wrażenia wywieranego przez zwykłe połączenie wskazówek, jakich dostarczają elementy składowe, z takim skutkiem, że jest ono czymś więcej aniżeli tylko sumą znaczeń tych elementów [zob. wyroki: z dnia 22 czerwca 2005 r., Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, pkt 27 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 22 maja 2008 r., Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/OHIM (RadioCom), T-254/06, niepublikowany, EU:T:2008:165, pkt 31 i przytoczone tam orzecznictwo].

31 Otóż należy stwierdzić, że omawiane oznaczenie słowne nie wykazuje struktury nietypowej względem reguł języka niemieckiego, wobec czego – jak słusznie zauważyła w istocie Izba Odwoławcza w pkt 17, 23 i 25 zaskarżonej decyzji – będzie ono wyraźnie informowało właściwy krąg odbiorców o tym, że rozpatrywane towary zawierają alkohol pochodzący z klasztoru lub wytwarzany w klasztorze.

32 W rezultacie Izba Odwoławcza nie popełniła błędu, sprzeciwiając się na podstawie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 rejestracji zgłoszonego znaku towarowego dla „piwa i produktów browarniczych; mieszanek napojów na bazie piwa, preparatów do sporządzania napojów", należących do klasy 32, oraz „napojów alkoholowych, z wyjątkiem piwa; alkoholi wysokoprocentowych i likierów, w szczególności whisky, brandy, piquette; mieszanek napojów alkoholowych, z wyjątkiem tych na bazie piwa; preparatów do sporządzania napojów alkoholowych", należących do klasy 33. Z powyższego wynika, że zarzut pierwszy należy oddalić.

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009

33 Skarżącą twierdzi w istocie, że Izba Odwoławcza popełniła błąd w ocenie, gdy stwierdziła, iż zgłoszony znak towarowy pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009.

34 EUIPO podważa powyższy argument.

35 Jak wynika z art. 7 ust. 1 rozporządzenia nr 207/2009, dla odmowy rejestracji danego oznaczenia w charakterze unijnego znaku towarowego wystarczy, aby znalazła zastosowanie jedna z bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji [wyroki: z dnia 19 września 2002 r., DKV/OHIM, C-104/00 P, EU:C:2002:506, pkt 29; z dnia 7 października 2015 r., Chypre/OHIM (ΧΑΛΛΟΥΜΙ i HALLOUMI), T-292/14 i T-293/14, EU:T:2015:752, pkt 74].

36 W konsekwencji, ponieważ z badania zarzutu pierwszego wynika, że w odniesieniu do rozpatrywanych towarów oznaczenie, które zostało zgłoszone do rejestracji, ma charakter opisowy w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 207/2009 oraz że już sama ta podstawa jest wystarczająca do podjęcia zaskarżonej decyzji o odmowie rejestracji, nie ma potrzeby analizowania zasadności zarzutu opartego na naruszeniu art. 7 ust. 1 lit. b) wspomnianego rozporządzenia (zob. podobnie postanowienie z dnia 13 lutego 2008 r., Indorata-Serviços e Gestão/OHIM, C-212/07 P, niepublikowany, EU:C:2008:83, pkt 28).

W przedmiocie zarzutu trzeciego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009

37 Skarżąca podnosi, że wbrew temu, co orzekła Izba Odwoławcza w swej decyzji, zgłoszony znak towarowy nie może zwieść odbiorców co do ujętych w klasie 32 towarów: „napoje bezalkoholowe, w szczególności piwa bezalkoholowe". W jej przekonaniu dla uważnego przeciętnego konsumenta oczywiste jest, że napoje bezalkoholowe nie zawierają piwa czy innego rodzaju alkoholu. Ponadto

podstawa odmowy rejestracji oparta na zwodniczym charakterze zgłoszonego znaku towarowego znajduje zastosowanie tylko wtedy, gdy może on zwieść odbiorców w odniesieniu do wszystkich oznaczonych nim towarów.

38 EUIPO kwestionuje powyższe argumenty.

39 Na wstępie należy zauważyć, że poprzez niniejszy zarzut skarżąca próbuje podważyć zaskarżoną decyzję w zakresie, w jakim zgłoszony znak towarowy został uznany przez Izbę Odwoławczą za zwodniczy dla ujętych w klasie 32 towarów „napoje bezalkoholowe, w szczególności piwa bezalkoholowe". Zarzut ten różni się zatem od dwóch pierwszych zarzutów, poprzez które skarżąca kwestionowała odmowę rejestracji wspomnianego znaku w odniesieniu do napojów alkoholowych należących do klas 32 i 33.

40 Ze względu na tę różnicę do niniejszego zarzutu nie znajduje zastosowania orzecznictwo przypomniane w pkt 35 i 36 powyżej. Ustalenie opisowego charakteru oznaczenia słownego Klosterstoff dla napojów alkoholowych nie może zwolnić Sądu z obowiązku przeanalizowania zwodniczego charakteru zgłoszonego znaku towarowego w zakresie, w jakim oznacza się nim inne rodzaje towarów, a mianowicie „napoje bezalkoholowe, w szczególności piwa bezalkoholowe".

41 Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009 nie są rejestrowane znaki towarowe, które ze względu na swój charakter mogą wprowadzać odbiorców w błąd, na przykład co do charakteru, jakości lub pochodzenia geograficznego towarów lub usługi.

42 W tym względzie należy wskazać, że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem przypadki odmowy rejestracji określone w art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009 zakładają, iż można przyjąć zaistnienie rzeczywistego wprowadzenia konsumenta w błąd lub zaistnienie dostatecznie wysokiego prawdopodobieństwa wprowadzenia go w błąd [zob. podobnie w odniesieniu art. 3 ust. 1 lit. g) pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. 1989, L 40, s. 1), którego brzmienie jest identyczne z art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009, wyroki: z dnia 4 marca 1999 r., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, pkt 41; z dnia 30 marca 2006 r., Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, pkt 47; zob. również wyroki: z dnia 8 czerwca 2017 r., W.F. Gözze Frottierweberei i Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, pkt 54 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 5 maja 2011 r., SIMS – École de ski internationale/OHIM – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, niepublikowany, EU:T:2011:200, pkt 49 i przytoczone tam orzecznictwo].

43 W niniejszym wypadku Izba Odwoławcza stwierdziła w pkt 35 i 36 zaskarżonej decyzji, że jeżeli przeciętni konsumenci zobaczą oznaczenie słowne Klosterstoff na opakowaniu rozpatrywanych towarów, czyli „napojów bezalkoholowych, w szczególności piw bezalkoholowych", zostaną skłonieni, z uwagi na obecność słowa „Stoff", do uznania, że są one wytwarzane na bazie alkoholu. W jej ocenie wynika stąd, że zgłoszony znak towarowy ma charakter zwodniczy, ponieważ przekazuje jasną informację, że oznaczone tym znakiem rozpatrywane towary są napojami alkoholowymi, podczas gdy towary „napoje bezalkoholowe, w szczególności piwa bezalkoholowe" nie zawierają alkoholu.

44 Zważywszy na rozważania poświęcone analizie zarzutu pierwszego, należy zgodzić się ze stanowiskiem Izby Odwoławczej, że przeciętni konsumenci będą kojarzyli słowo „Stoff" z alkoholem. W rezultacie Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, że zgłoszony znak towarowy stanowi mylącą wskazówkę, gdy jest stosowany do napojów bezalkoholowych.

45 Powyższego wniosku nie podważa fakt, że – jak podnosi skarżąca – skład wspomnianych napojów widnieje na samym produkcie. Po pierwsze, przyjęcie tej argumentacji wiązałoby się z uznaniem, że dla przeciętnego konsumenta znak traciłby swój zwodniczy charakter dopiero po lekturze etykiety wymieniającej składniki tych napojów. Wbrew temu, co twierdzi skarżąca, w żaden sposób nie jest oczywiste, że konsumenci będą świadomi faktu, iż napoje te nie zawierają alkoholu. Jak podkreśla

EUIPO, konsumenci mogą bowiem zostać skłonieni do nabycia tych towarów w pośpiechu, nie poświęcając czasu na analizę tekstu widniejącego na opakowaniu. Po drugie, z orzecznictwa wynika, że stworzona konsumentowi możliwość skontrolowania na etykiecie, jakie składniki były wykorzystywane przy produkcji napoju, nie stoi sama w sobie na przeszkodzie temu, by znak towarowy oznaczający te towary miał charakter zwodniczy [zob. podobnie wyrok z dnia 19 listopada 2009 r., Torresan/OHIM – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06, EU:T:2009:448, pkt 43].

46 Wreszcie nie można uwzględnić argumentu skarżącej, zgodnie z którym podstawa odmowy rejestracji określona w art. 7 ust. 1 lit. g) rozporządzenia nr 207/2009 znajduje zastosowanie wyłącznie w przypadku, gdy znak towarowy ma charakter zwodniczy w odniesieniu do wszystkich oznaczonych nim towarów. EUIPO może bowiem sprzeciwić się rejestracji znaku towarowego dla niektórych towarów, które znak ten oznacza, jeżeli zwodniczy charakter tego znaku dotyczy nie całości oznaczonych towarów, a wyłącznie tych określonych towarów [zob. podobnie wyroki: z dnia 27 października 2016 r. Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, niepublikowany, EU:T:2016:634, pkt 53, 54; z dnia 27 października 2016 r., Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, niepublikowany, EU:T:2016:635, pkt 48, 49].

47 Z powyższego wynika, że zarzut trzeci należy oddalić.

W przedmiocie zarzutu czwartego, dotyczącego niezastosowania się do wcześniejszej praktyki decyzyjnej EUIPO

48 Niniejszy zarzut dzieli się na dwa zarzuty szczegółowe. W ramach pierwszego zarzutu szczegółowego skarżąca podnosi, że Izba Odwoławcza, odmawiając zarejestrowania zgłoszonego znaku towarowego, w niewystarczającym stopniu umotywowała przyczyny, które uzasadniały odstąpienie od dotychczasowej praktyki decyzyjnej EUIPO. Otóż jej zdaniem liczne wcześniejsze słowne znaki towarowe zostały zarejestrowane przez EUIPO dla towarów należących do klas 32 i 33, mimo że zawierały element „Stoff". Takie znaki były też przedmiotem rejestracji krajowych i międzynarodowych w odniesieniu do wspomnianych towarów. Drugi zarzut szczegółowy, powołany po raz pierwszy przed Sądem, opiera się na naruszeniu prawa przez Izbę Odwoławczą poprzez to, że liczne wcześniejsze słowne znaki towarowe zostały zarejestrowane przez EUIPO dla towarów należących do klas 32 i 33, mimo że zawierały element „Kloster". Takie znaki były też przedmiotem rejestracji niemieckich i międzynarodowych w odniesieniu do wspomnianych towarów.

49 EUIPO kwestionuje powyższe argumenty.

50 Co się tyczy pierwszego zarzutu szczegółowego należy przypomnieć, że zgodnie z art. 75 zdanie pierwsze rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 94 zdanie pierwsze rozporządzenia 2017/1001) decyzje EUIPO zawierają określenie przyczyn, na których są oparte. Zgodnie z orzecznictwem obowiązek ten ma taki sam zakres jak w przypadku obowiązku uzasadnienia ustanowionego na mocy art. 296 akapit drugi TFUE i jego celem jest, po pierwsze, umożliwienie zainteresowanym stronom zapoznania się z motywami wydania danego aktu, tak by mieli oni możliwość obrony swoich praw, i po drugie, umożliwienie Sądowi przeprowadzenia kontroli zgodności z prawem decyzji [zob. wyrok z dnia 28 kwietnia 2004 r., Sunrider/OHIM – Vitakraft-Werke Wührmann i Friesland Brands (VITATASTE i METABALANCE 44), T-124/02 i T-156/02, EU:T:2004:116, pkt 72, 73 i przytoczone tam orzecznictwo].

51 Należy również przypomnieć, że wydawanie przez izby odwoławcze EUIPO na mocy rozporządzenia nr 207/2009 decyzji dotyczących rejestracji oznaczeń jako unijnych znaków towarowych wchodzi w zakres kompetencji ograniczonej, a nie uprawnień dyskrecjonalnych. Wobec tego zgodność tych decyzji izb odwoławczych z prawem należy oceniać wyłącznie na podstawie tego rozporządzenia, zgodnie z jego wykładnią dokonaną przez sąd Unii, nie zaś na podstawie praktyki decyzyjnej EUIPO [zob. podobnie wyroki: z dnia 26 kwietnia 2007 r., Alcon/OHIM, C-412/05 P, EU:C:2007:252, pkt 65;

z dnia 2 maja 2012 r., UniversalPHOLED, T-435/11, niepublikowany, EU:T:2012:210, pkt 37; z dnia 8 maja 2012 r., Mizuno/OHIM – Golfino (G), T-101/11, niepublikowany, EU:T:2012:223, pkt 77 i przytoczone tam orzecznictwo]. Ponadto z orzecznictwa wynika, że o ile, mając na uwadze zasadę równego traktowania i zasadę dobrej administracji, EUIPO musi przy rozpatrywaniu zgłoszenia unijnego znaku towarowego brać pod uwagę decyzje wydane już w odniesieniu do podobnych zgłoszeń i ze szczególną uwagą rozważyć, czy w danym przypadku rozstrzygnięcie winno brzmieć podobnie, o tyle stosowanie tych zasad należy jednak pogodzić z poszanowaniem zasady legalności [zob. wyrok z dnia 21 stycznia 2015 r., Sabores de Navarra/OHIM – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, niepublikowany, EU:T:2015:39, pkt 47 i przytoczone tam orzecznictwo].

52 Co więcej, unijny system znaków towarowych jest systemem autonomicznym, na który składa się określony zbiór norm, zmierzającym do osiągnięcia szczególnych dla niego celów, a jego stosowanie jest niezależne od wszelkich systemów krajowych. W konsekwencji zdolność rejestracyjna oznaczenia jako unijnego znaku towarowego powinna być oceniana wyłącznie na podstawie właściwych przepisów prawa. EUIPO i – w danym wypadku – sąd Unii nie są związane decyzjami wydanymi na poziomie państw członkowskich tudzież państw trzecich, chociaż mogą je brać pod uwagę, a żaden z przepisów rozporządzenia nr 207/2009 nie zobowiązuje EUIPO lub – w postępowaniu odwoławczym – Sądu do wydawania rozstrzygnięć identycznych z rozstrzygnięciami wydawanymi w podobnych okolicznościach przez krajowe organy administracji lub sądy [zob. wyrok z dnia 15 lipca 2015 r., Australian Gold/OHIM – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, pkt 60 i przytoczone tam orzecznictwo].

53 W niniejszej sprawie Izba Odwoławcza stwierdziła w pkt 38 zaskarżonej decyzji, że przywołane przez skarżącą unijne znaki towarowe, które zawierały określenie „Stoff”, nie pozwalają na podważenie oceny dokonanej przez eksperta. Ponadto w tym samym punkcie wskazała ona, że wspomniane znaki nie stanowiły porównywalnych oznaczeń, ponieważ jakkolwiek zawierały element „Stoff”, to stanowił on jednak część innych określeń. Co się tyczy znaków towarowych wpisanych do niemieckiego rejestru lub rejestru międzynarodowego, które to znaki również zawierały słowo „Stoff”, Izba Odwoławcza zauważyła w pkt 39 zaskarżonej decyzji, że rejestracje te nie były przedmiotem toczącego się przed nią postępowania i w żaden sposób nie zmieniały jej wniosku, że zgłoszony znak towarowy jest pozbawiony zdolności rejestracyjnej.

54 Wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, należy stwierdzić, że powyższe uzasadnienie jest wystarczające.

55 W odniesieniu do drugiego zarzutu szczegółowego EUIPO podnosi, że dokumenty zawarte w załączniku K 13 do skargi są niedopuszczalne, ponieważ zostały przedstawione po raz pierwszy w postępowaniu przed Sądem.

56 Załącznik ten stanowi opatrzony datą 23 listopada 2016 r. wyciąg z niemieckiego serwisu internetowego polymark. Wymienia on siedem słownych znaków towarowych zawierających element „Kloster”, które zostały zarejestrowane jako unijne znaki towarowe lub jako znaki niemieckie lub też stanowią przedmiot rejestracji międzynarodowej z rozciągnięciem ochrony na Unię.

57 Chociaż dokumenty te zostały przedstawione po raz pierwszy przed Sądem, nie stanowią one dowodów w ścisłym znaczeniu, zwłaszcza w rozumieniu art. 85 regulaminu postępowania przed Sądem, lecz dotyczą praktyki decyzyjnej EUIPO oraz innych organów krajowych i międzynarodowych, na którą strona ma prawo się powołać, nawet jeśli praktyka ta zaistniała po przeprowadzeniu postępowania przed EUIPO [zob. podobnie wyroki: z dnia 24 listopada 2005 r., Sadas/OHIM – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, pkt 20; z dnia 18 listopada 2014 r., Repsol/OHIM – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, niepublikowany, EU:T:2014:965, pkt 20; z dnia 24 listopada 2016 r., CG/EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, niepublikowany, EU:T:2016:677, pkt 18, 19]. Zarzut niedopuszczalności powinien zatem zostać oddalony.

58 Na podstawie orzecznictwa przytoczonego w pkt 51 i 52 powyżej wysunięty przez skarżącą zarzut szczegółowy należy jednak oddalić. W szczególności, jak zostało wskazane w pkt 32 i 44 powyżej, Izba Odwoławcza słusznie stwierdziła, że zgłoszony znak towarowy ma, po pierwsze, charakter opisowy względem towarów „piwo i produkty browarnicze; mieszanki napojów na bazie piwa, preparaty do sporządzania napojów", należących do klasy 32, oraz „napoje alkoholowe, z wyjątkiem piwa; alkohole wysokoprocentowe i likiery, w szczególności whisky, brandy, piquette; mieszanki napojów alkoholowych, z wyjątkiem tych na bazie piwa; preparaty do sporządzania napojów alkoholowych", należących do klasy 33 (zob. pkt 32 powyżej), i po drugie, może zwieść odbiorców, jeżeli jest używany w odniesieniu do napojów bezalkoholowych (zob. pkt 44 powyżej), wobec czego celem podważenia tego wniosku skarżąca nie może skutecznie powoływać się na wcześniejsze decyzje EUIPO [zob. podobnie wyrok z dnia 21 stycznia 2015 r., KIT, EL SABOR DE NAVARRA, T-46/13, niepublikowany, EU:T:2015:39, pkt 47 i przytoczone tam orzecznictwo]. Okoliczność, że znaki towarowe zawierające element „Kloster" były wcześniej rejestrowane, nie pozwala na podważenie opisowego i zwodniczego charakteru zgłoszonego znaku towarowego.

59 W świetle ogółu powyższych rozważań należy oddalić zarzut czwarty i co za tym idzie – skargę w całości.

W przedmiocie kosztów

60 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy – zgodnie z żądaniem EUIPO – obciążyć ją kosztami postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (dziewiąta izba)

orzeka, co następuje:

1) Skarga zostaje oddalona.

2) Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG zostaje obciążona kosztami postępowania.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 26 października 2017 r.

Podpisy