Oikeustapauskokoelma

UNIONIN YLEISEN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (yhdeksäs jaosto)

26 päivänä lokakuuta 2017 *

EU-tavaramerkki - Hakemus sanamerkin Klosterstoff rekisteröimiseksi EU-tavaramerkiksi - Ehdottomat hylkäysperusteet - Kuvailevuus - Tavaramerkki, joka on omiaan johtamaan yleisöä harhaan - Asetuksen (EY) N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan b, c ja g alakohta (josta on tullut asetuksen (EU) 2017/1001 7 artiklan 1 kohdan b, c ja g alakohta) - EUIPO:n aikaisempi käytäntö

Asiassa T-844/16,

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, kotipaikka Alpirsbach (Saksa), edustajinaan asianajajat W. Göpfert ja S. Hofmann,

kantajana,

vastaan

Euroopan unionin teollisoikeuksien virasto (EUIPO), asiamiehenään A. Schifko,

vastaajana,

jossa on kyse EUIPO:n viidennen valituslautakunnan 6.10.2016 tekemästä päätöksestä (asia R 2064/2015-5), joka koskee hakemusta sanamerkin Klosterstoff rekisteröimiseksi Euroopan unionin tavaramerkiksi, nostetusta kanteesta,

UNIONIN YLEINEN TUOMIOISTUIN (yhdeksäs jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja S. Gervasoni sekä tuomarit K. Kowalik-Bańczyk ja C. Mac Eochaidh (esittelevä tuomari),

kirjaaja: E. Coulon,

ottaen huomioon unionin yleisen tuomioistuimen kirjaamoon 29.11.2016 jätetyn kannekirjelmän,

ottaen huomioon unionin yleisen tuomioistuimen kirjaamoon 1.3.2017 jätetyn vastauskirjelmän,

ottaen huomioon sen, etteivät asianosaiset ole kolmen viikon kuluessa siitä, kun niille on ilmoitettu kirjallisen käsittelyn päättymisestä, pyytäneet järjestämään suullista käsittelyä, ja päätettyään unionin yleisen tuomioistuimen työjärjestyksen 106 artiklan 3 kohdan nojalla ratkaista asian ilman suullista käsittelyä,

on antanut seuraavan

* Oikeudenkäyntikieli: saksa.

tuomion

Asian tausta

1 Kantajana oleva Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG teki 13.4.2015 EU-tavaramerkiksi rekisteröimistä koskevan hakemuksen Euroopan unionin teollisoikeuksien virastolle (EUIPO) Euroopan unionin tavaramerkistä 26.2.2009 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 207/2009 (EUVL 2009, L 78, s. 1) perusteella, sellaisena kuin kyseinen asetus on muutettuna (asetus on korvattu Euroopan unionin tavaramerkistä 14.6.2017 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (EU) 2017/1001 (EUVL 2017, L 154, s. 1)). Tavaramerkki, jonka rekisteröintiä haettiin, oli sanamerkki Klosterstoff.

2 Tavarat, joita varten rekisteröintiä haettiin, kuuluvat tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan, 15.6.1957 tehtyyn Nizzan sopimukseen, sellaisena kuin se on tarkistettuna ja muutettuna, pohjautuvan luokituksen luokkiin 32 ja 33 ja vastaavat kummankin luokan osalta seuraavaa kuvausta:

– luokka 32: ”Olut ja panimotuotteet; olutpohjaiset juomasekoitukset, alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet; juomien valmistusaineet.”

– luokka 33: ”Alkoholijuomat (paitsi oluet); viinat ja likööorit, erityisesti whisky, brandy, rankkiviini; valmiiksi sekoitetut alkoholijuomat, muut kuin olutpohjaiset; alkoholijuomien valmistusaineet.”

3 Tutkija epäsi 4.9.2015 tekemällään päätöksellä haetun tavaramerkin rekisteröinnin asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan b, c ja g alakohdan (josta on tullut asetuksen 2017/1001 7 artiklan 1 kohdan b, c ja g alakohta) nojalla.

4 Kantaja valitti 13.10.2015 tutkijan päätöksestä EUIPO:ssa asetuksen N:o 207/2009 58–64 artiklan (joista on tullut asetuksen 2017/1001 66–71 artikla) nojalla.

5 EUIPO:n viides valituslautakunta hylkäsi valituksen 6.10.2016 tekemällään päätöksellä (jäljempänä riidanalainen päätös). Valituslautakunta totesi tältä osin ensinnäkin riidanalaisen päätöksen 15 ja 16 kohdassa, että siltä osin kuin haettu tavaramerkki muodostuu saksankielisistä sanoista, on otettava huomioon saksankielinen yleisö tai saksan kielen perussanaston hallitseva yleisö, joka on tavanomaistesti valistunut sekä kohtuullisen tarkkaavainen ja harkitseva. Toiseksi riidanalaisen päätöksen 17–26 kohdassa valituslautakunta totesi, että sana ”klosterstoff”, joka muodostuu sanoista ”kloster” ja ”stoff”, kuvaa alkoholia sisältäviä tuotteita, jotka ovat peräisin luostarista tai jotka on valmistettu sellaisessa paikassa. Valituslautakunnan mielestä haettu sanamerkki muodostuu pelkästä kahden sellaisen sanan asettamisesta rinnakkain, joiden yhdistelmä kuvaa luokkaan 32 kuuluvia tavaroita ”Olut ja panimotuotteet; olutpohjaiset juomasekoitukset, juomien valmistusaineet” ja luokkaan 33 kuuluvia tavaroita ”alkoholijuomat (paitsi oluet); viinat ja likööorit, erityisesti whisky, brandy, rankkiviini; valmiiksi sekoitetut alkoholijuomat, muut kuin olutpohjaiset; alkoholijuomien valmistusaineet”. Näin ollen se totesi riidanalaisen päätöksen 26 kohdassa, että tavaramerkin rekisteröinti on evättävä asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan nojalla kyseisten tavaroiden osalta. Kolmanneksi riidanalaisen päätöksen 27–33 kohdassa valituslautakunta katsoi, että haetulta tavaramerkiltä puuttuu myös mainitun asetuksen 7 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu erottamiskyky samojen tavaroiden osalta sen vuoksi, että se vain viestittää, että kyseiset tavarat sisältävät alkoholia, joka on peräisin luostarista tai valmistettu sellaisessa paikassa. Kuluttaja ei näin ollen voi päätellä kaupallista alkuperää merkin nähdessään. Neljänneksi valituslautakunta totesi riidanalaisen päätöksen 34–37 kohdassa, että haettu tavaramerkki on saman asetuksen 7 artiklan 1 kohdan g alakohdassa tarkoitetulla tavalla harhaanjohtava, koska se saattaa saada kuluttajat luulemaan, että alkoholittomat juomat sisältävät alkoholia, eikä sitä siis voida tästä syystä rekisteröidä luokkaan 32 sisältyviä tavaroita ”alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet” varten.

Viidenneksi valituslautakunta katsoi riidanalaisen päätöksen 38 ja 39 kohdassa, että se, että osan ”stoff” sisältäviä eri tavaramerkkejä on rekisteröity aiemmin, ei ole ratkaisevaa arvioitaessa haetun tavaramerkin rekisteröinnin lainmukaisuutta.

Asianosaisten vaatimukset

6 Kantaja vaatii, että unionin yleinen tuomioistuin

– kumoaa riidanalaisen päätöksen

– velvoittaa EUIPO:n korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

7 EUIPO vaatii, että unionin yleinen tuomioistuin

– hylkää kanteen ja

– velvoittaa valittajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

Oikeudellinen arviointi

8 Kantaja esittää kanteensa tueksi olennaisilta osin neljä kanneperustetta. Ensinnäkin valituslautakunta on kantajan mukaan rikkonut asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohtaa, kun se on katsonut, että haettu tavaramerkki kuvaa kyseisiä tavaroita. Toiseksi valituslautakunta on kantajan mukaan rikkonut asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan b alakohtaa, kun se on katsonut, että haetulta tavaramerkiltä puuttuu kyseisessä säännöksessä tarkoitettu erottamiskyky. Kolmanneksi valituslautakunta on kantajan mukaan virheellisesti todennut, että haettu tavaramerkki on asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohdassa tarkoitetulla tavalla harhaanjohtava tiettyjen kyseessä olevien tavaroiden osalta. Neljänneksi valituslautakunta ei ole kantajan mukaan noudattanut aikaisempaa päätöskäytäntöään.

Ensimmäinen kanneperuste, joka perustuu asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan virheelliseen soveltamiseen

9 Kantaja väittää lähinnä, että valituslautakunta on tehnyt arviointivirheen, kun se on katsonut, että haettu tavaramerkki on kyseessä olevia tuotteita kuvaileva asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla.

10 EUIPO kiistää tämän väitteen.

11 Asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaan rekisteröimättä on jätettävä ”tavaramerkit, jotka muodostuvat yksinomaan sellaisista merkeistä tai merkinnöistä, joita voidaan elinkeinotoiminnassa käyttää osoittamaan tavaroiden tai palvelujen lajia, laatua, määrää, käyttötarkoitusta, arvoa tai maantieteellistä alkuperää, tavaroiden valmistusajankohtaa tai palvelujen suoritusajankohtaa taikka muita tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia”. Saman asetuksen 7 artiklan 2 kohdassa (josta on tullut asetuksen 2017/1001 7 artiklan 2 kohta) säädetään, että mainitun asetuksen 7 artiklan 1 kohtaa sovelletaan, vaikka rekisteröinnin esteet olisivat olemassa ainoastaan osassa Euroopan unionia.

12 Oikeuskäytännön mukaan asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdalla estetään se, että ainoastaan yksi yritys saisi rekisteröinnin perusteella käyttää tavaramerkkinään tällaisia tässä säännöksessä tarkoitettuja merkkejä tai ilmauksia. Tällä säännöksellä pyritään siis siihen yleisen edun mukaiseen tavoitteeseen, että tällaisia merkkejä tai ilmauksia on jokaisen saatava vapaasti käyttää

(tuomio 27.2.2002, Ellos v. SMHV (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, 27 kohta; tuomio 2.5.2012, Universal Display v. SMHV (UniversalPHOLED), T-435/11, ei julkaistu, EU:T:2012:210, 14 kohta; ks. vastaavasti tuomio 23.10.2003, SMHV v. Wrigley, C-191/01 P, EU:T:2003:579, 31 kohta).

13 Lisäksi merkit tai ilmaukset, joita voidaan elinkeinotoiminnassa käyttää osoittamaan sen tavaran tai palvelun ominaisuuksia, jota varten rekisteröintiä on haettu, oletetaan asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan nojalla sellaisiksi, jotka eivät kykene täyttämään tavaramerkille asetettua perustehtävää eli yksilöimään tavaran tai palvelun alkuperää niin, että kyseisellä tavaramerkillä varustetun tavaran tai palvelun hankkinut kuluttaja voi myöhempiä hankintoja tehdessään hankkia sitä lisää, jos hän on pitänyt sitä hyvänä, tai valita jonkin toisen tavaran tai palvelun, jos hän ei ole ollut tyytyväinen siihen (tuomio 2.5.2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ei julkaistu, EU:T:2012:210, 15 kohta; ks. vastaavasti tuomio 23.10.2003, SMHV v. Wrigley, C-191/01 P, EU:T:2003:579, 30 kohta).

14 Tästä seuraa, että merkin kuuluminen asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan tarkoittaman kiellon soveltamisalaan edellyttää, että merkin ja niiden tavaroiden tai palvelujen välillä, joita varten rekisteröintiä haetaan, on olemassa riittävän suora ja konkreettinen yhteys, jotta kohdeyleisö voi heti ja asiaa tarkemmin pohtimatta havaita, että merkillä kuvaillaan kyseessä olevia tavaroita ja palveluja tai niiden tiettyä ominaisuutta (ks. tuomio 16.10.2014, Larrañaga Otaño v. SMHV (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, 16 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

15 On myös muistettava, että merkin kuvailevuutta on arvioitava vain suhteessa yhtäältä siihen, miten kohdeyleisö käsittää merkin, ja toisaalta suhteessa kyseessä oleviin tavaroihin ja palveluihin (ks. tuomio 7.6.2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft v. SMHV (MunichFinancial Services), T-316/03, EU:T:2005:201, 26 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

16 Näiden seikkojen valossa on tutkittava, rikkoiko valituslautakunta kantajan väittämin tavoin asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohtaa todetessaan, että haettu tavaramerkki on kuvaileva.

17 Ensinnäkin on muistutettava siitä, että valituslautakunta katsoi riidanalaisen päätöksen 15 ja 16 kohdassa, että haetun tavaramerkin kuvailevuuden havaitsemisen kohdeyleisö oli saksankielinen tai saksan kielen perussanaston hallitseva suuri yleisö. Kohdeyleisön huomion tasosta valituslautakunta on todennut, että kohdeyleisö oli tavanomaisesti valistunut sekä kohtuullisen tarkkaavainen ja harkitseva. Mainitut arviot ovat virheettömiä, eikä kantaja ole riitauttanut niitä.

18 Toiseksi valituslautakunta katsoi riidanalaisen päätöksen 17–26 kohdassa, että yhdessä ja rinnakkain asetettuina sanat ”kloster” ja ”stoff” ovat kuvailevia, koska kohdeyleisö ymmärtää niiden viittaavan alkoholia sisältäviin tuotteisiin, jotka ovat peräisin luostarista tai jotka on valmistettu sellaisessa paikassa. Valituslautakunta tukeutui yhtäältä Duden-sanakirjaan ja totesi, että sana ”stoff” merkitsee alkoholia, sekä katsoi, että sillä, että kyseessä on mainitun termin kansanomainen nimitys, ei ole merkitystä. Valituslautakunta piti kuitenkin sanan ”stoff” monimerkityksisyyttä merkityksettömänä, koska ainakin yksi kyseisen sanan mahdollisista merkityksistä tarkoittaa kyseisiä tavaroita. Toisaalta valituslautakunta totesi, että kohdeyleisö on tottunut näkemään luostarien kuvia tai nimiä yhdistettyinä alkoholijuomiin. Se totesi näin ollen, että olutharrastajat tunsivat sanat ”klosterbrauerei” (luostarin panimo) ja ”klosterbier” (luostarin olut), koska lukuisia oluita pantiin luostareissa. Se mainitsi myös kolme ranskalaista, saksalaista ja itävaltalaista luostaria, joissa valmistetaan viinaa. Sen mukaan oluiden ja viinan valmistus luostareissa on sitä paitsi osoitettu jo keskiajalta lukien. Valituslautakunta päätteli näistä seikoista, että haetun merkin ja kyseisten tavaroiden välillä on selvä yhteys. Lopuksi se piti tehottomana kantajan väitettä, jonka mukaan nimitys ”klosterstoff” ei ole yleisnimi, koska kyseisen sanamerkin käyttämistä kuvaamaan kyseisiä tavaroita ei voida sulkea pois tulevaisuudessa.

19 Kantaja tuo esiin lähinnä, että valituslautakunta on virheellisesti todennut, että haettu tavaramerkki on kuvaileva, tukeutumalla sanojen ”kloster” ja ”stoff” analysointiin erikseen, ja että se ei ole ottanut riittävästi huomioon kyseisestä sanamerkistä syntyvää kokonaisvaikutelmaa. Kokonaisuutena arvioituna

kyseinen sanamerkki saisi kohdeyleisön ymmärtämään haetun tavaramerkin epätavallisena kuvitteellisena nimenä, joka vain ilmoittaa kyseisten tavaroiden alkuperän. Haetun tavaramerkin miellettäisiin siis kuvaavan tavaraa – jota on täsmennetty vain sanalla ”stoff” mutta joka sisältää jotakin olennaista, omaperäistä ja vakaata – joka on peräisin luostarista tai liittyy luostariin. Kantaja väittää lisäksi, että sanan ”stoff” käyttäminen kuvaamaan alkoholijuomia ja etenkin olutta ei ole yleistä saksankielisissä maissa. Mainittu sanan ”stoff” merkitys on kantajan mukaan tuntematon useissa sanakirjoissa, internetsivustoilla ja hakukoneiden tuloksissa, joihin kantaja on vedonnut. Duden-sanakirjakin, johon valituslautakunta on vedonnut, tuntee kantajan mukaan sanan ”stoff” käyttämisen vain puhekielisessä merkityksessä ja vain vahvojen alkoholijuomien osalta. Kantaja katsoo myös, ettei keskivertokuluttaja tiedä luostareiden perinteisestä oluiden ja viinan tuotannosta, johon valituslautakunta on vedonnut. Näistä seikoista ilmenee kantajan mukaan, ettei kohdeyleisö asiaa tarkemmin pohtimatta muodosta suoraa yhteyttä sanan ”klosterstoff” ja kyseisten tavaroiden välille. Koska haettu tavaramerkki ei kantajan mukaan näin ollen ole kuvaileva, kyseisen sanamerkin saatavilla pitämisen välttämättömyyttä, johon valituslautakunta on vedonnut, ei kantajan mukaan voida soveltaa nyt käsiteltävässä asiassa.

20 EUIPO kiistää nämä väitteet.

21 Ensinnäkin on todettava, että valituslautakunta on tutkinut jokaisen sanan, josta haettu tavaramerkki muodostuu, tukeutuen Duden-sanakirjasta ilmeneviin merkityksiin ja että kantaja itse myöntää, että kyseinen sanakirja on tärkein ja tunnetuin saksan kielen sanakirja. On myös selvää, ettei kantaja riitauta merkitystä, jonka valituslautakunta on antanut sanalle ”kloster”.

22 Sitä vastoin on hylättävä kantajan väite, jonka mukaan – toisin kuin valituslautakunta on todennut riidanalaisen päätöksen 17 kohdassa – Duden-sanakirjassa rajattaisiin alkoholijuomien osalta sanan ”stoff” merkitys vain vahvoihin alkoholijuomiin niin, että se ei koskisi oluita ja muita panimotuotteita. Kantaja ei ole esittänyt unionin yleiselle tuomioistuimelle mitään näyttöä kyseisen väitteen tueksi. Näin ollen valituslautakunta ei ole tehnyt virhettä tukeutuessaan mainittuun sanakirjaan ja katsoessaan, että sana ”stoff” merkitsee alkoholia ja että kohdeyleisö mieltäisi sen niin.

23 Toiseksi kyseistä valituslautakunnan arviota ei voi saattaa kyseenalaiseksi se, että useissa kantajan mainitsemissa sanakirjoissa, internetsivustoilla ja hakukoneiden tuloksissa ei muodosteta yhteyttä ”stoffin” ja alkoholin välille. Samoin silläkään, että mainittu merkitys ei ole yleinen ja että se on saksan kielessä puhekielinen, ei ole merkitystä. Oikeuskäytännöstä nimittäin ilmenee, että sanamerkkiä ei voida rekisteröidä, jos ainakin yksi sen mahdollisista merkityksistä kuvaa kyseisten tavaroiden tai palvelujen ominaisuutta (ks. tuomio 11.5.2017, Bammer v. EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, ei julkaistu, EU:T:2017:331, 18 ja 54 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

24 Valituslautakunta on aivan oikein katsonut riidanalaisen päätöksen 17 kohdassa, että kohdeyleisö mieltää haetun tavaramerkin kuvailevaksi ilmaukseksi, koska keskivertokuluttajat ymmärtävät, että kyseiset tavarat sisältävät alkoholia, joka on peräisin luostarista tai joka on valmistettu sellaisessa paikassa. Kuten valituslautakunta on siis todennut riidanalaisen päätöksen 26 kohdassa, sanamerkki Klosterstoff ilmoittaa siis suoraan kohdeyleisölle osan mainituista tavaroista lajin ja laadun.

25 Kolmanneksi valituslautakunta on kuvannut riidanalaisen päätöksen 20 ja 21 kohdassa keskiajalta peräisin olevaa perinnettä, jonka mukaan luostareissa valmistetaan oluita ja viinaa. Valituslautakunnan mukaan mainitut seikat osoittavat, että kohdeyleisön näkökulmasta haetun tavaramerkin ja kyseisten tavaroiden välillä on konkreettinen yhteys.

26 Kantajan mukaan keskivertokuluttaja ei tunne mainittua perinnettä. Tämä väite ei kuitenkaan voi menestyä. Ensinnäkään ei voida sulkea täysin pois sitä, että osalla suuresta yleisöstä on laaja yleissivistys alkoholijuomien osalta (ks. vastaavasti tuomio 19.5.2015, Granette & Starorežná Distilleries v. SMHV – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42 %vol.), T-607/13, ei julkaistu, EU:T:2015:292, 105 kohta). Lisäksi on yleisesti tunnettua, että

kuluttajat ovat tottuneet näkemään luostareiden kuvia tai nimiä viinan tai oluiden yhteydessä (ks. vastaavasti tuomio 8.10.2015, Benediktinerabtei St. Bonifaz v. SMHV – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, ei julkaistu, EU:T:2015:768, 27 ja 29 kohta). Lopuksi on todettava, että vaikka oletettaisiin, ettei haettua tavaramerkkiä voida liittää mainittuun perinteeseen, kyseinen seikka ei voisi saattaa kyseenalaiseksi sitä, että kyseisen sanamerkin nähdessään kohdeyleisö ymmärtää, että kyseessä on viittaus alkoholia sisältäviin tuotteisiin, jotka ovat peräisin luostarista tai jotka on valmistettu sellaisessa paikassa.

27 Myös kantajan väite, jonka mukaan tietyistä jäsenvaltioista, erityisesti Etelä- ja Itä-Euroopan valtioista, peräisin olevat keskivertokuluttajat eivät edes tunne kyseistä panimoperinnettä. Asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 2 kohdan sanamuodosta nimittäin ilmenee, että mainitun asetuksen 7 artiklan 1 kohtaa sovelletaan, vaikka hylkäysperusteet olisivat olemassa vain osassa unionia. Tältä osin unionin yleinen tuomioistuin on jo todennut, että mainittu unionin osa voi tapauksen mukaan koostua yhdestä ainoasta jäsenvaltiosta (tuomio 27.6.2017, Jiménez Gasalla v. EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, ei julkaistu, EU:T:2017:438, 29 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

28 On siis huomautettava, että valituslautakunta on aivan oikein todennut, että kohdeyleisön näkökulmasta haetun tavaramerkin ja kaikkien kyseessä olevien tavaroiden, oluet mukaan lukien, välillä on konkreettinen yhteys. Näin ollen riidanalaisen päätöksen 20 kohdassa olevasta toteamuksesta, jonka kantaja on riitauttanut ja jonka mukaan ”olutharrastajat” tuntevat sanat ”klosterbrauerei ” ja ”klosterbier”, ei ole tarpeen lausua. Tämä väite on tehoton, koska vaikka se hyväksyttäisiin, se ei saattaisi edellä esitettyjä näkemyksiä kyseenalaisiksi.

29 Neljänneksi kantaja väittää, että haettu tavaramerkki sisältää viittauksia tiettyyn tavaraan – jota on täsmennetty vain sanalla ”stoff” mutta joka sisältää jotakin olennaista, omaperäistä ja vakaata – joka on peräisin luostarista tai liittyy luostariin, kuvaamatta tai kuvailematta mainittua erityistä esinettä kuitenkaan täsmällisesti. Kokonaisuutena arvioituna sanamerkki Klosterstoff on siis kantajan mukaan riittävän kuvitteellinen ja myös riittävän etäällä kohdeyleisön tavanomaisesta kielenkäytöstä, jotta sitä ei mielletä puhtaasti kyseisiä tavaroita kuvailevaksi ilmaukseksi.

30 Tämä väite ei ole vakuuttava. Tältä osin on muistutettava siitä, että tavaramerkki, joka muodostuu uudissanasta tai sanasta, joka puolestaan muodostuu osista, joista jokainen kuvailee niiden tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia, joita varten rekisteröintiä on haettu, itsekin kuvailee näiden tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla, paitsi jos on olemassa havaittavissa oleva ero yhtäältä kyseisen uudissanan tai sanan ja toisaalta niiden osien, joista kyseinen sana muodostuu, pelkän summan välillä. Tämä edellyttää sitä, että sen takia, että yhdistelmä on tavanomaisesta poikkeava kyseisten tavaroiden tai palvelujen osalta, kyseinen uudissana tai sana luo vaikutelman, joka on riittävän kaukana siitä vaikutelmasta, joka syntyy kyseisen uudissanan tai sanan muodostavien osien välittämien ilmausten pelkästä yhdistämisestä, jolloin uudissana tai sana on enemmän kuin kyseisten osien summa (ks. tuomio 22.6.2005, Metso Paper Automation v. SMHV (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, 27 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja tuomio 22.5.2008, Radio Regenbogen Hörfunk in Baden v. SMHV (RadioCom), T-254/06, ei julkaistu, EU:T:2008:165, 31 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

31 On kuitenkin todettava, ettei sanamerkki ole saksan kielen sääntöihin nähden rakenteeltaan tavanomaisesta poikkeava, joten – kuten valituslautakunta on olennaisilta osin katsonut aivan oikein riidanalaisen päätöksen 17, 23 ja 25 kohdassa – sanamerkki ilmaisee selvästi kohdeyleisölle, että kyseessä olevat tavarat sisältävät luostarista peräisin olevaa alkoholia tai alkoholia, joka on valmistettu sellaisessa paikassa.

32 Valituslautakunta on näin ollen virheettömästi voinut evätä haetun tavaramerkin rekisteröinnin asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan nojalla luokkaan 32 kuuluvien tavaroiden ”olut ja panimotuotteet; olutpohjaiset juomasekoitukset, juomien valmistusaineet” ja luokkaan 33

kuuluvien tavaroiden ”alkoholijuomat (paitsi oluet); viinat ja likööorit, erityisesti whisky, brandy, rankkiviini; valmiiksi sekoitetut alkoholijuomat, muut kuin olutpohjaiset; alkoholijuomien valmistusaineet” osalta. Näin ollen ensimmäinen kanneperuste on hylättävä.

Toinen kanneperuste, joka perustuu asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomiseen

33 Kantaja väittää lähinnä, että valituslautakunta on tehnyt arviointivirheen, kun se on katsonut, että haettu tavaramerkki ei ollut erottamiskykyinen asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitetulla tavalla.

34 EUIPO kiistää tämän väitteen.

35 Kuten asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdasta ilmenee, riittää, että jokin ehdottomista hylkäysperusteista on sovellettavissa, jotta merkin rekisteröinti EU-tavaramerkiksi on evättävä (tuomio 19.9.2002, DKV v. SMHV, C-104/00 P, EU:C:2002:506, 29 kohta ja tuomio 7.10.2015, Kypros v. SMHV (ΧΑΛΛΟΥΜΙ ja HALLOUMI), T-292/14 ja T-293/14, EU:T:2015:752, 74 kohta).

36 Tästä seuraa, että koska kyseisten tavaroiden osalta ensimmäisen kanneperusteen tutkimisesta ilmenee, että merkki, jonka rekisteröintiä on haettu, on asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla kuvaileva, ja koska kyseinen peruste yksinään oikeuttaa riitautettuun rekisteröinnin epäämiseen, ei missään tapauksessa ole hyödyllistä tutkia, onko mainitun asetuksen 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomiseen perustuva kanneperuste hyväksyttävissä (ks. vastaavasti määräys 13.2.2008, Indorata-Serviços e Gestão v. SMHV, C-212/07 P, ei julkaistu, EU:C:2008:83, 28 kohta).

Kolmas kanneperuste, joka perustuu asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohdan rikkomiseen

37 Kantaja väittää, että toisin kuin valituslautakunta on katsonut, haettu tavaramerkki ei ole omiaan johtamaan kohdeyleisöä harhaan luokkaan 32 kuuluvien tavaroiden ”alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet” osalta. Kantajan mukaan tarkkaavaiselle keskivertokuluttajalle on ilmeistä, että alkoholittomat juomat eivät sisällä olutta tai muunlaista alkoholia. Kantajan mukaan haetun tavaramerkin harhaanjohtavuuteen perustuvaa rekisteröinnin estettä voidaan soveltaa lisäksi vain, jos se on harhaanjohtava kaikkien niiden tavaroiden osalta, jotka tavaramerkki kattaa.

38 EUIPO kiistää nämä väitteet.

39 Aluksi on huomautettava, että nyt käsiteltävällä kanneperusteella kantaja pyrkii riitauttamaan riidanalaisen päätöksen siltä osin kuin valituslautakunta on katsonut haetun tavaramerkin harhaanjohtavaksi luokkaan 32 kuuluvien tavaroiden ”alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet” osalta. Se siis poikkeaa kahdesta ensimmäisestä kanneperusteesta, joissa kantaja on riitauttanut mainitun tavaramerkin rekisteröinnin epäämisen luokkiin 32 ja 33 kuuluvien alkoholijuomien osalta.

40 Kun tämä ero otetaan huomioon, edellä 35 ja 36 kohdassa mieleen palautettua oikeuskäytäntöä ei voida soveltaa tähän kanneperusteeseen. Se, että sanamerkin Klosterstoff on todettu kuvailevan alkoholijuomia, ei voi vapauttaa unionin yleistä tuomioistuinta tutkimasta haetun tavaramerkin väitettyä harhaanjohtavuutta siltä osin kuin kyseinen tavaramerkki kattaa toisenlaisen tavaran eli ”alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet”.

41 Asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohdan mukaan tavaramerkkejä, jotka ovat omiaan johtamaan yleisöä harhaan esimerkiksi tavaroiden tai palvelujen luonteen, laadun tai maantieteellisen alkuperän suhteen, ei rekisteröidä.

42 Tältä osin on todettava, että vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohdassa tarkoitetuissa rekisteröinnin epäämistapauksissa edellytetään, että voidaan katsoa, että merkki on tosiasiallisesti harhaanjohtava tai että on olemassa riittävän vakava kuluttajien harhaanjohtamista koskeva vaara (ks. vastaavasti jäsenvaltioiden tavaramerkkilainsäädännön lähentämisestä 21.12.1988 annetun ensimmäisen neuvoston direktiivin 89/104/ETY (EYVL 1989, L 40, s. 1) 3 artiklan 1 kohdan g alakohdan, jonka sanamuoto on sama kuin asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohdan, osalta tuomio 4.3.1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, 41 kohta ja tuomio 30.3.2006, Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, 47 kohta; ks. myös tuomio 8.6.2017, W. F. Gözze Frottierweberei ja Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, 54 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja tuomio 5.5.2011, SIMS – École de ski internationale v. SMHV – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, ei julkaistu, EU:T:2011:200, 49 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

43 Nyt käsiteltävässä asiassa valituslautakunta on katsonut riidanalaisen päätöksen 35 ja 36 kohdassa, että jos keskivertokuluttajat näkevät sanamerkin Klosterstoff kyseisten tavaroiden eli ”alkoholittomien juomien, muun muassa alkoholittomien oluiden” pakkauksessa, he päätyvät ajattelemaan, että kyseessä ovat alkoholijuomat, koska niissä on sana ”stoff”. Valituslautakunnan mukaan tästä seuraa, että haettu tavaramerkki on harhaanjohtava, koska se välittää selvän tiedon siitä, että kyseisen tavaramerkin kattamat tavarat ovat alkoholijuomia, kun taas tavarat ”alkoholittomat juomat, muun muassa alkoholittomat oluet” eivät sisällä alkoholia.

44 Kun otetaan huomioon ensimmäisen kanneperusteen yhteydessä esitetyt näkökohdat, on jaettava valituslautakunnan kanta, jonka mukaan keskivertokuluttajat liittävät sanan ”stoff” alkoholiin. Näin ollen valituslautakunta on aiheellisesti katsonut, että haetussa tavaramerkissä esitettiin harhaanjohtava ilmaus silloin, kun sitä käytettiin alkoholittomia juomia varten.

45 Tätä päätelmää ei voi kumota se, kuten kantaja väittää, että mainittujen juomien koostumus on ilmoitettu kyseisissä tavaroissa. Yhtäältä mainittujen perustelujen hyväksyminen merkitsisi sitä, että tavaramerkin harhaanjohtavuus poistuisi keskivertokuluttajan osalta vasta sellaisen etiketin lukemisella, jossa kyseisten juomien ainesosat mainitaan. Toisin kuin kantaja väittää, ei siis ole mitään näyttöä, jonka perusteella voitaisiin katsoa, että kuluttajat tietävät, etteivät kyseiset juomat sisällä alkoholia. Kuten EUIPO siis korostaa, kuluttajat voivat nimittäin päätyä ostamaan kyseisiä tavaroita kiireessä käyttämättä aikaa pakkauksessa olevan tekstin analysointiin. Toisaalta oikeuskäytännöstä ilmenee, että kuluttajalle tarjottu mahdollisuus tarkistaa etiketistä juoman valmistuksessa käytettävät aineet ei sellaisenaan merkitse, että kyseisiä tavaroita varten olevaa tavaramerkkiä ei voitaisi pitää harhaanjohtavana (ks. vastaavasti tuomio 19.11.2009, Torresan v. SMHV – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06, EU:T:2009:448, 43 kohta).

46 Lopuksi kantajan väitettä, jonka mukaan asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan g alakohtaan perustuvaa rekisteröinnin epäämisperustetta voidaan soveltaa vain, jos tavaramerkki on harhaanjohtava kaikkien niiden tavaroiden osalta, jotka se kattaa, ei voida hyväksyä. EUIPO voi nimittäin evätä tavaramerkin rekisteröinnin tiettyjen sen kattamien tavaroiden osalta, vaikka tavaramerkin harhaanjohtavuus koskee vain kyseisiä tavaroita eikä kaikkia tavaramerkin kattamia tavaroita (ks. vastaavasti tuomio 27.10.2016, Caffè Nero Group v. EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, ei julkaistu, EU:T:2016:634, 53 ja 54 kohta ja tuomio 27.10.2016, Caffè Nero Group v. EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, ei julkaistu, EU:T:2016:635, 48 ja 49 kohta).

47 Tästä seuraa, että kolmas kanneperuste on hylättävä.

Neljäs kanneperuste, joka perustuu siihen, ettei EUIPO:n aiempaa ratkaisukäytäntöä ole otettu huomioon

48 Tämä kanneperuste käsittää kaksi väitettä. Ensimmäisessä väitteessään kantaja tuo esiin, että evätessään haetun tavaramerkin rekisteröinnin valituslautakunta ei riittävästi perustellut syitä, joiden vuoksi EUIPO:n aiemmasta ratkaisukäytännöstä voitiin poiketa. Kantajan mukaan EUIPO on rekisteröinyt lukuisia aiempia sanamerkkejä tai niitä on rekisteröity kansallisesti tai kansainvälisesti luokkiin 32 ja 33 kuuluvia tavaroita varten, vaikka niihin sisältyi osa ”stoff”. Toinen väite, joka on esitetty ensimmäistä kertaa unionin yleisessä tuomioistuimessa, perustuu valituslautakunnan tekemään oikeudelliseen virheeseen siltä osin kuin EUIPO on rekisteröinyt lukuisia aiempia sanamerkkejä tai niitä on rekisteröity Saksassa tai kansainvälisesti luokkiin 32 ja 33 kuuluvia tavaroita varten, vaikka niihin sisältyi osa ”kloster”.

49 EUIPO kiistää nämä väitteet.

50 Ensimmäisestä väitteestä on muistutettava, että asetuksen N:o 207/2009 75 artiklan ensimmäisen virkkeen (josta on tullut asetuksen 2017/1001 94 artiklan ensimmäinen virke) mukaan EUIPO:n päätökset on perusteltava. Oikeuskäytännön mukaan tällä velvollisuudella on sama ulottuvuus kuin SEUT 296 artiklassa vahvistetulla velvollisuudella ja sen tavoitteena on yhtäältä antaa asianomaisille tieto toteutettujen toimenpiteiden perusteluista, jotta ne voisivat puolustaa oikeuksiaan, ja toisaalta antaa unionin tuomioistuimille mahdollisuus valvoa päätöksen laillisuutta (ks. tuomio 28.4.2004, Sunrider v. SMHV – Vitakraft-Werke Wührmann ja Friesland Brands (VITATASTE ja METABALANCE 44), T-124/02 ja T-156/02, EU:T:2004:116, 72 ja 73 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

51 On muistutettava myös, että päätökset, jotka EUIPO:n valituslautakuntien on tehtävä asetuksen N:o 207/2009 perusteella ja jotka koskevat merkin rekisteröintiä EU-tavaramerkiksi, kuuluvat sidotun harkinnan eivätkä vapaan harkinnan piiriin. Kyseisten päätösten laillisuutta on näin ollen arvioitava yksinomaan kyseisen asetuksen perusteella, sellaisena kuin unionin tuomioistuin on sitä tulkinnut, eikä EUIPO:n aikaisemman päätöksentekokäytännön perusteella (ks. vastaavasti tuomio 26.4.2007, Alcon v. SMHV, C-412/05 P, EU:C:2007:252, 65 kohta; tuomio 2.5.2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ei julkaistu, EU:T:2012:210, 37 kohta ja tuomio 8.5.2012, Mizuno v. SMHV – Golfino (G), T-101/11, ei julkaistu, EU:T:2012:223, 77 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Lisäksi on katsottu, että vaikka EUIPO:n on yhdenvertaisen kohtelun ja hyvän hallinnon periaatteiden mukaan otettava huomioon jo tehdyt ratkaisut ja pohdittava erityisen tarkasti kysymystä siitä, onko päätettävä samoin, mainittujen periaatteiden soveltaminen on kuitenkin sovitettava yhteen laillisuusperiaatteen noudattamisen kanssa (ks. tuomio 21.1.2015, Sabores de Navarra v. SMHV – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, ei julkaistu, EU:T:2015:39, 47 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

52 EU-tavaramerkkejä koskeva säännöstö on itsenäinen järjestelmä, joka muodostuu sen omien tavoitteiden ja sääntöjen kokonaisuudesta ja jonka soveltaminen on riippumaton kansallisista järjestelmistä. Sitä, onko merkki rekisteröitävissä EU-tavaramerkiksi, on näin ollen arvioitava yksinomaan merkityksellisen säännöstön perusteella. EUIPO:ta ja mahdollisesti unionin tuomioistuimia eivät siis sido jäsenvaltioiden tai kolmansien maiden tasolla tehdyt päätökset, vaikka ne voivat ottaa ne huomioon, eikä asetuksessa N:o 207/2009 ole ensimmäistäkään säännöstä, jossa velvoitettaisiin EUIPO tai unionin yleinen tuomioistuin muutoksenhaun yhteydessä päätymään samaan lopputulokseen kuin kansalliset viranomaiset tai tuomioistuimet vastaavassa tapauksessa (ks. tuomio 15.7.2015, Australian Gold v. SMHV – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, 60 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

53 Nyt käsiteltävässä asiassa valituslautakunta on katsonut riidanalaisen päätöksen 38 kohdassa, että EU-tavaramerkit, joihin kantaja on vedonnut ja joissa on käytetty sanaa ”stoff”, eivät saattaneet tutkijan arviointia kyseenalaiseksi. Se on muutoinkin todennut samassa kohdassa, että mainitut tavaramerkit eivät olleet vertailukelpoisia merkkejä, koska niihin tosin sisältyi osa ”stoff” mutta muiden

sanojen osana. Saksan rekisteriin tai kansainväliseen rekisteriin rekisteröidyistä tavaramerkeistä, joihin myös sisältyi sana ”stoff”, valituslautakunta totesi riidanalaisen päätöksen 39 kohdassa, että kyseiset rekisteröinnit eivät olleet siinä käytävän menettelyn kohteena eivätkä ne muuttaneet sen päätelmää siitä, että haettua tavaramerkkiä ei voitu rekisteröidä.

54 Toisin kuin kantaja väittää, on todettava, että tämä perustelu on riittävä.

55 Toisesta väitteestä EUIPO tuo esiin, että kannekirjelmän liitteeseen K 13 sisältyviä asiakirjoja ei voida ottaa tutkittaviksi, koska ne on esitetty ensimmäistä kertaa unionin yleisessä tuomioistuimessa.

56 Mainittu liite on 23.11.2016 päivätty ote polymarkin saksalaiselta internetsivustolta. Siinä luetellaan seitsemän sanamerkkiä, jotka sisältävät osan ”kloster” ja jotka on rekisteröity EU-tavaramerkeiksi tai saksalaisiksi tavaramerkeiksi tai rekisteröity tavaramerkeiksi kansainvälisesti siten, että suoja ulottuu unioniin.

57 Vaikka nämä asiakirjat onkin esitetty ensimmäistä kertaa unionin yleisessä tuomioistuimessa, ne eivät ole varsinaisia todisteita, joita tarkoitetaan muun muassa unionin yleisen tuomioistuimen työjärjestyksen 85 artiklassa, vaan niissä on kyse EUIPO:n ja kansallisten ja kansainvälisten viranomaisten ratkaisukäytännöstä, johon, vaikka mainittu käytäntö olisi EUIPO:ssa käytyä hallinnollista menettelyä myöhempää, osapuolella on oikeus vedota (ks. vastaavasti tuomio 24.11.2005, Sadas v. SMHV – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, 20 kohta; tuomio 18.11.2014, Repsol v. SMHV – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, ei julkaistu, EU:T:2014:965, 20 kohta ja tuomio 24.11.2016, CG v. EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, ei julkaistu, EU:T:2016:677, 18 ja 19 kohta). Tutkimatta jättämistä koskeva väite on näin ollen hylättävä.

58 Edellä 51 ja 52 kohdassa mainitun oikeuskäytännön mukaan kantajan esittämä väite on kuitenkin hylättävä. On erityisesti huomattava, kuten edellä 32 ja 44 kohdassa on todettu, että valituslautakunta on aivan oikein katsonut, että haettu tavaramerkki yhtäältä kuvasi luokkaan 32 kuuluvia tavaroita ”olut ja panimotuotteet; olutpohjaiset juomasekoitukset, juomien valmistusaineet” ja luokkaan 33 kuuluvia tavaroita ”alkoholijuomat (paitsi oluet); viinat ja likööorit, erityisesti whisky, brandy, rankkiviini; valmiiksi sekoitetut alkoholijuomat, muut kuin olutpohjaiset; alkoholijuomien valmistusaineet” ja toisaalta, että se oli omiaan johtamaan yleisöä harhaan silloin, kun sitä käytettiin alkoholittomia juomia varten (ks. edellä 44 kohta), joten kantaja ei voi tehokkaasti vedota kyseisen päätelmän kumoamiseksi EUIPO:n aiempiin päätöksiin (ks. vastaavasti tuomio 21.1.2015, KIT, EL SABOR DE NAVARRA, T-46/13, ei julkaistu, EU:T:2015:39, 47 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Se seikka, että aiemmin on rekisteröity tavaramerkkejä, jotka sisältävät osan ”kloster”, ei voi saattaa kyseenalaiseksi haetun tavaramerkin kuvailevuutta eikä harhaanjohtavuutta.

59 Näiden seikkojen perusteella neljäs kanneperuste ja siten kanne kokonaisuudessaan on hylättävä.

Oikeudenkäyntikulut

60 Unionin yleisen tuomioistuimen työjärjestyksen 134 artiklan 1 kohdan mukaan asianosainen, joka häviää asian, velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut, jos vastapuoli on sitä vaatinut. Koska kantaja on hävinnyt asian ja EUIPO on vaatinut oikeudenkäyntikulujensa korvaamista, kantaja on velvoitettava korvaamaan EUIPO:n oikeudenkäyntikulut.

Näillä perusteilla

UNIONIN YLEINEN TUOMIOISTUIN (yhdeksäs jaosto)

on ratkaissut asian seuraavasti:

1) Kanne hylätään.

2) Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Julistettiin Luxemburgissa 26 päivänä lokakuuta 2017.

Allekirjoitukset