Zbornik sudske prakse

PRESUDA OPĆEG SUDA (deveto vijeće)

26. listopada 2017.*

„Žig Europske unije – Prijava verbalnog žiga Europske unije Klosterstoff – Apsolutni razlozi za odbijanje – Opisni karakter – Žig koji može dovesti javnost u zabludu – Članak 7. stavak 1. točke (b), (c) i (g) Uredbe (EZ) br. 207/2009 (koji je postao članak 7. stavak 1. točke (b), (c) i (g) Uredbe (EU) 2017/1001) – Ranija praksa EUIPO-a”

U predmetu T-844/16,

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, sa sjedištem u Alpirsbachu (Njemačka), koji zastupaju W. Göpfert i S. Hofmann, odvjetnici,

tužitelj,

protiv

Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO), koji zastupa A. Schifko, u svojstvu agenta,

tuženika,

povodom tužbe protiv odluke petog žalbenog vijeća EUIPO-a od 6. listopada 2016. (predmet R 2064/2015-5), koja se odnosi na prijavu za registraciju verbalnog znaka Klosterstoff kao žiga Europske unije,

OPĆI SUD (deveto vijeće)

u sastavu: S. Gervasoni, predsjednik, K. Kowalik-Bańczyk i C. Mac Eochaidh (izvjestitelj), suci,

tajnik: E. Coulon,

uzimajući u obzir tužbu podnesenu tajništvu Općeg suda 29. studenoga 2016.,

uzimajući u obzir odgovor na tužbu podnesen tajništvu Općeg suda 1. ožujka 2017.,

uzimajući u obzir da stranke nisu podnijele zahtjev za zakazivanje rasprave u roku od tri tjedna od dostave obavijesti o zatvaranju pisanog dijela postupka i da je stoga odlučeno, u skladu s člankom 106. stavkom 3. Poslovnika Općeg suda, da se odluka donese bez provođenja usmenog dijela postupka,

donosi sljedeću

* Jezik postupka: njemački

Presudu

Okolnosti spora

1 Tužitelj Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG je na temelju Uredbe Vijeća (EZ) br. 207/2009 od 26. veljače 2009. o žigu Zajednice (SL 2009., L 78, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, svezak 17., poglavlje 1., str. 226.), kako je izmijenjena (zamijenjena Uredbom (EU) 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije (SL 2017., L 154, str. 1.)), podnio Uredu Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) 13. travnja 2015. prijavu za registraciju žiga Europske unije. Žig za koji je podnesena prijava za registraciju verbalni je znak Klosterstoff.

2 Proizvodi za koje je zatražena registracija pripadaju razredima 32. i 33. u smislu Nicanskog sporazuma o međunarodnoj klasifikaciji proizvoda i usluga radi registracije žigova od 15. lipnja 1957., kako je revidiran i izmijenjen, a koji, za svaki od tih razreda, odgovaraju sljedećem opisu:

– razred 32.: „pivo i pivarski proizvodi; miješana pića na bazi piva; bezalkoholna pića, osobito bezalkoholna piva; pripravci za proizvodnju piva”;

– razred 33.: „alkoholna pića osim piva; žestoka alkoholna pića i likeri, osobito viski, rakija, pića od tropa; unaprijed pomiješana alkoholna pića, osim onih na bazi piva; pripravci za pripravljanje alkoholnih pića”.

3 Odlukom od 4. rujna 2015. ispitivač je na temelju članka 7. stavka 1. točaka (b), (c) i (g) Uredbe br. 207/2009 (koji je postao članak 7. stavak 1. točke (b), (c) i (g) Uredbe br. 2017/1001) odbio registrirati žig za koji je podnesena prijava za registraciju.

4 Tužitelj je na temelju članaka 58. do 64. Uredbe br. 207/2009 (koji su postali članci 66. do 71. Uredbe br. 2017/1001) podnio žalbu EUIPO-u 13. listopada 2015. protiv odluke ispitivača.

5 Peto žalbeno vijeće EUIPO-a je odlukom od 6. listopada 2016. (u daljnjem tekstu: pobijana odluka) odbilo žalbu. Žalbeno vijeće je s tim u vezi navelo, kao prvo, u točkama 15. i 16. pobijane odluke da, s obzirom na to da se žig za koji je podnesena prijava za registraciju sastoji od njemačkih riječi, treba uzeti u obzir članove javnosti koji pripadaju njemačkom govornom području i one koji vladaju osnovnim rječnikom njemačkog jezika, uobičajeno obaviještene i razumno pažljive i oprezne. Kao drugo, u točkama 17. do 26. pobijane odluke žalbeno vijeće je navelo da riječ „klosterstoff”, koja se sastoji od riječi „kloster” i „stoff”, označava proizvode koji sadržavaju alkohol i koji su podrijetlom iz samostana ili su proizvedeni na takvom mjestu. Prema njegovu mišljenju, verbalni znak za koji je podnesena prijava za registraciju sastoji se od dva pojma stavljena jedan do drugoga koji zajedno opisuju svojstva proizvoda: „pivo i pivarski proizvodi; miješana pića na bazi piva; pripravci za proizvodnju pića” iz razreda 32. i „alkoholna pića osim piva; žestoka alkoholna pića i likeri, osobito viski, rakija, pića od tropa; unaprijed pomiješana alkoholna pića, osim onih na bazi piva; pripravci za pripravljanje alkoholnih pića” iz razreda 33. Stoga je ono u točki 26. pobijane odluke zaključilo da na temelju članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009 treba odbiti prijavu za registraciju žiga u vezi s tim proizvodima. Kao treće, u točkama 27. do 33. pobijane odluke žalbeno vijeće je zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju u odnosu na te proizvode nema ni razlikovni karakter u smislu članka 7. stavka 1. točke (b) te uredbe, s obrazloženjem da se on ograničava na jednostavnu poruku da predmetni proizvodi sadržavaju alkohol podrijetlom iz samostana ili proizveden na takvom mjestu. Potrošač stoga ne može identificirati komercijalni izvor tog znaka. Kao četvrto, žalbeno vijeće je u točkama 34. do 37. pobijane odluke zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju dovodi javnost u zabludu u smislu članka 7. stavka 1. točke (g) te uredbe jer dovodi do toga da potrošači za bezalkoholna pića misle da sadržavaju alkohol i da se stoga ne može registrirati na tom temelju za „bezalkoholna pića, osobito bezalkoholna piva” iz razreda 32. Kao peto, žalbeno vijeće je u

točkama 38. i 39. pobijane odluke ocijenilo da činjenica da su ranije registrirani različiti žigovi koji sadržavaju element „stoff” nije odlučujuća za ocjenu zakonitosti registracije žiga za koji je podnesena prijava.

Zahtjevi stranaka

6 Tužitelj od Općeg suda zahtijeva da:

– poništi pobijanu odluku;

– naloži EUIPO-u snošenje troškova.

7 EUIPO od Općeg suda zahtijeva da:

– odbije tužbu;

– naloži tužitelju snošenje troškova.

Pravo

8 U prilog svojoj tužbi tužitelj u biti iznosi četiri tužbena razloga. Kao prvo, žalbeno vijeće je povrijedilo članak 7. stavak 1. točku (c) Uredbe br. 207/2009 kada je zaključilo da je žig za koji je podnesena prijava za registraciju opisan u odnosu na predmetne proizvode. Kao drugo, žalbeno vijeće je povrijedilo članak 7. stavak 1. točku (b) Uredbe br. 207/2009 kada je zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju nije imao razlikovni karakter u smislu te odredbe. Kao treće, žalbeno vijeće je pogrešno zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju dovodi u zabludu, u smislu članka 7. stavka 1. točke (g) Uredbe br. 207/2009, u vezi s određenim predmetnim proizvodima. Kao četvrto, žalbeno vijeće u biti nije postupalo u skladu sa svojom ranijom praksom odlučivanja.

Prvi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009

9 Tužitelj u biti smatra da je žalbeno vijeće počinilo pogrešku u ocjeni kada je zaključilo da je žig za koji je podnesena prijava za registraciju opisan u odnosu na predmetne proizvode u smislu članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009.

10 EUIPO osporava taj argument.

11 U skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (c) Uredbe br. 207/2009, neće se registrirati „žigovi koji se sastoje isključivo od oznaka ili podataka koji u trgovini mogu služiti za označavanje vrste, kakvoće, količine, namjene, vrijednosti, zemljopisnog podrijetla ili vremena proizvodnje proizvoda ili pružanja usluge ili nekih drugih obilježja proizvoda ili usluga”. Članak 7. stavak 2. te uredbe (koji je postao članak 7. stavak 2. Uredbe 2017/1001) propisuje da se članak 7. stavak 1. te uredbe primjenjuje neovisno o tome što razlozi za nemogućnost registracije postoje samo u jednom dijelu Europske unije.

12 Prema sudskoj praksi članak 7. stavak 1. točka (c) Uredbe br. 207/2009 sprječava to da znakovi ili podaci na koje se odnosi budu rezervirani za jednog poduzetnika kao posljedica njihove registracije kao žiga. Ta odredba želi ostvariti cilj od općeg interesa, koji podrazumijeva da se svi mogu slobodno koristiti takvim znakovima ili podacima (presude od 27. veljače 2002., Ellos/OHIM (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, t. 27. i od 2. svibnja 2012., Universal Display/OHIM (UniversalPHOLED), T-435/11, neobjavljena, EU:T:2012:210, t. 14.; vidjeti u tom smislu presudu od 23. listopada 2003., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, t. 31.).

13 Nadalje, za znakove ili podatke, koji u trgovini mogu služiti za označavanje obilježja proizvoda ili usluge za koje je podnesena prijava, smatra se na temelju članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009 da nisu u stanju izvršavati glavnu funkciju žiga, a to je pokazivanje komercijalnog izvora proizvoda ili usluge, kako bi se potrošaču koji stječe taj proizvod ili uslugu koja je označena žigom omogućilo da pri kasnijem stjecanju učini isti izbor, ako se iskustvo pokazalo pozitivnim, ili drugi izbor, ako se ono pokazalo negativnim (presuda od 2. svibnja 2012., UniversalPHOLED, T-435/11, neobjavljena, EU:T:2012:210, t. 15.; vidjeti u tom smislu presudu od 23. listopada 2003., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, t. 30.).

14 Iz toga slijedi da je potrebno, kako bi neki znak potpao pod zabranu iznesenu u članku 7. stavku 1. točki (c) Uredbe 207/2009, da on ima dovoljno izravnu i konkretnu vezu s proizvodima ili uslugama o kojima je riječ, a koja je takve prirode da omogućuje dotičnoj javnosti da odmah i bez dodatnog promišljanja opazi opis proizvoda ili usluga o kojima je riječ, ili jedno od njihovih obilježja (vidjeti presudu od 16. listopada 2014., Larrañaga Otaño/OHIM (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, t. 16. i navedenu sudsku praksu).

15 Naposljetku, valja podsjetiti da se ocjena opisnog karaktera znaka može provesti samo, s jedne strane, u odnosu na percepciju relevantne javnosti i, s druge strane, u odnosu na proizvode ili usluge o kojima je riječ (vidjeti presudu od 7. lipnja 2005., Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/OHIM (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, t. 26. i navedenu sudsku praksu).

16 U skladu s izloženim, valja ispitati je li, kao što to ističe tužitelj, žalbeno vijeće povrijedilo članak 7. stavak 1. točku (c) Uredbe br. 207/2009 zaključivši da žig za koji je podnesena prijava ima opisni karakter.

17 Kao prvo, treba podsjetiti da je žalbeno vijeće u točkama 15. i 16. pobijane odluke zaključilo da se relevantna javnost u vezi s percepcijom opisnog karaktera žiga za koji je podnesena prijava za registraciju sastoji od široke javnosti koja pripada njemačkom govornom području ili koja vlada osnovnim rječnikom njemačkog jezika. Žalbeno vijeće je u vezi sa stupnjem pažnje uključene javnosti odlučilo da je riječ o javnosti koja je uobičajeno obaviještena i razumno pažljiva. Ti zaključci nisu pogrešni i tužitelj ih ne osporava.

18 Kao drugo, žalbeno vijeće je u točkama 17. do 26. pobijane odluke ocijenilo da su, kada se zajedno uzmu u obzir i stave jedan pored drugoga, pojmovi „kloster” i „stoff” opisni u smislu da ih relevantna javnost razumije kao upućivanje na proizvode koji sadržavaju alkohol i koji su podrijetlom iz samostana ili proizvedeni na takvom mjestu. S jedne strane, žalbeno vijeće je temeljeći svoj zaključak na rječniku *Duden* navelo da riječ „stoff” označava alkohol i zaključilo da nije bitno to što se radi o uobičajenom značenju tog pojma. Ono je smatralo da višeznačnost pojma „stoff” nije bitna s obzirom na to da se barem jedno od potencijalnih značenja tog pojma odnosi na predmetne proizvode. S druge strane, žalbeno vijeće je napomenulo da je relevantna javnost naviknuta na prikaze ili imena samostana povezane s alkoholnim pićima. Ono je tako napomenulo da su riječi „klosterbrauerei” (samostanska pivovara) i „klosterbier” (samostansko pivo) poznate poznavateljima piva s obzirom na to da se brojna piva proizvode u samostanima ili opatijama. Također je navelo tri francuske, njemačke i austrijske opatije i samostana koji proizvode žestoka alkoholna pića. Prema njegovu mišljenju, dokazano je da se piva i žestoka alkoholna pića u opatijama i samostanima proizvode od srednjega vijeka. Žalbeno vijeće je na temelju tih elemenata zaključilo da postoji jasna veza između znaka za koji je podnesena prijava i predmetnih proizvoda. Naposljetku je zaključilo da je bespredmetna tvrdnja tužitelja da naziv „klosterstoff” nije uobičajen jer se ne može isključiti buduća uporaba tog verbalnog znaka za označavanje predmetnih proizvoda.

19 Tužitelj u biti navodi da je žalbeno vijeće pogrešno zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju ima opisni karakter temeljeći svoju ocjenu na odvojenoj analizi riječi „kloster” i „stoff” a da nije dostatno uzelo u obzir cjelokupni dojam koji se stječe na temelju tog verbalnog znaka. Potonji dovodi to toga da javnost razumije žig za koji je podnesena prijava za registraciju na način da je riječ

o izmišljenom i neuobičajenom nazivu koji je ograničen na označavanje podrijetla predmetnih proizvoda. Za žig za koji je podnesena prijava se stoga smatra da označava proizvod – koji je pobliže određen samo riječju „stoff”, ali predstavlja nešto određenije, originalno i određenog podrijetla – koji proizvodi samostan ili je s njim povezan. Među ostalim, tužitelj tvrdi da se riječ „stoff” u zemljama njemačkog govornog područja ne upotrebljava u svakodnevnom govoru za označavanje alkoholnih pića, a osobito piva. To značenje riječi „stoff” ne navodi se u mnogim rječnicima, na internetskim stranicama i u tražilicama koje on navodi. Čak je i u rječniku *Duden*, na koji je uputilo žalbeno vijeće, navedena uporaba pojma „stoff” samo u uobičajenom smislu i samo za jaka alkoholna pića. Tužitelj također smatra da tradicija proizvodnje piva i žestokih alkoholnih pića u samostanima, koju navodi žalbeno vijeće, nije poznata prosječnim potrošačima. Iz tih elemenata proizlazi da relevantna javnost, bez dodatnog promišljanja, ne može zaključiti da postoji bilo kakva izravna veza između pojma „klosterstoff” i predmetnih proizvoda. Uvjet raspoloživosti tog verbalnog znaka na koji se poziva žalbeno vijeće se prema tužiteljevu mišljenju ne može primijeniti u ovom predmetu s obzirom na to da žig za koji je podnesena prijava za registraciju nije opisan.

20 EUIPO osporava taj argument.

21 Kao prvo, treba napomenuti da je žalbeno vijeće ispitalo svaki pojam od kojeg se sastoji žig za koji je podnesena prijava za registraciju temeljeći svoju ocjenu na značenjima koja proizlaze iz rječnika *Duden*, za koji i sam tužitelj priznaje da je najvažniji i najpoznatiji rječnik njemačkog jezika. Također je nesporno to da tužitelj ne dovodi u pitanje značenje koje pojmu „kloster” pripisuje žalbeno vijeće.

22 Nasuprot tomu treba odbaciti argument tužitelja prema kojem, suprotno utvrđenjima žalbenog vijeća iz točke 17. pobijane odluke, rječnik *Duden* u vezi s alkoholnim pićima ograničava značenje pojma „stoff” samo na žestoka alkoholna pića i ne navodi pivo ni druge pivarske proizvode. Tužitelj Općem sudu nije podnio nijedan dokaz u prilog toj tvrdnji. Stoga je žalbeno vijeće, a da pritom nije pogriješilo, pozivajući se na taj rječnik zaključilo da riječ „stoff” označava alkohol i da je relevantna javnost doživljava u tom smislu.

23 Kao drugo, tu ocjenu žalbenog vijeća ne može dovesti u pitanje to što se u određenim rječnicima, na internetskim stranicama i u rezultatima tražilica koje navodi tužitelj ne uspostavlja veza između pojma „stoff” i alkohola. Isto tako, nije važno to što to značenje nije suvremeno i uobičajeno u njemačkom jeziku. Iz sudske prakse naime proizlazi da je potrebno odbiti registraciju verbalnog znaka ako makar u jednom od svojih mogućih značenja on označava obilježje proizvoda ili usluga o kojima je riječ (vidjeti presudu od 11. svibnja 2017., Bammer/EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, neobjavljenu, EU:T:2017:331, t. 18. i 54. i navedenu sudsku praksu).

24 Žalbeno vijeće je stoga pravilno zaključilo u točki 17. pobijane odluke da relevantna javnost doživljava žig za koji je podnesena prijava za registraciju kao opisnu oznaku jer prosječni potrošači razumiju da predmetni proizvodi sadržavaju alkohol podrijetlom iz samostana ili proizveden na takvom mjestu. Kao što je to žalbeno vijeće navelo u točki 26. pobijane odluke, verbalni znak Klosterstoff relevantnu javnost dakle izravno upućuje na vrstu i kvalitetu jednog dijela tih proizvoda.

25 Kao treće, žalbeno vijeće je u točkama 20. i 21. pobijane odluke navelo da postoji tradicija proizvodnje piva i žestokih alkoholnih pića u samostanima koja seže u srednji vijek. Prema njegovu mišljenju, ti elementi kod relevantne javnosti stvaraju konkretnu vezu između žiga za koji je podnesena prijava za registraciju i predmetnih proizvoda.

26 Tužitelj smatra da takva tradicija nije poznata prosječnom potrošaču. Ta se argumentacija međutim ne može prihvatiti. Prije svega ne može se potpuno isključiti mogućnost da određeni dio široke javnosti ima znatnu opću kulturu u vezi s alkoholnim pićima (vidjeti u tom smislu presudu od 19. svibnja 2015., Granette & Starorežná Distilleries/OHIM – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42 %vol.), T-607/13, neobjavljenu, EU:T:2015:292, t. 105.). Nadalje, opće je poznato da su potrošači naviknuti na prikaze ili imena samostana osobito u vezi sa žestokim

alkoholnim pićima i pivima (vidjeti u tom smislu presudu od 8. listopada 2015., Benediktinerabtei St. Bonifaz/OHIM – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, neobjavljenu, EU:T:2015:768, t. 27. i 29.). Naposljetku, čak i pod pretpostavkom da žig za koji je podnesena prijava za registraciju ne pripada toj tradiciji, ta okolnost ne dovodi u pitanje činjenicu da će relevantna javnost suočena s predmetnim verbalnim znakom razumjeti da je riječ o upućivanju na proizvode koji sadržavaju alkohol podrijetlom iz samostana ili proizveden na takvom mjestu.

27 Treba nadalje odbaciti argument da ta pivarska tradicija nije poznata prosječnim potrošačima iz određenih država članica, osobito iz južne i istočne Europe. Naime, sam tekst članka 7. stavka 2. Uredbe br. 207/2009 predviđa da se članak 7. stavak 1. te odredbe primjenjuje neovisno o tome što razlozi za nemogućnost registracije postoje u samo jednom dijelu Unije. Opći sud je s tim u vezi već presudio da se taj dio Unije može ovisno o slučaju sastojati od samo jedne države članice (presuda od 27. lipnja 2017., Jiménez Gasalla/EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, neobjavljena, EU:T:2017:438, t. 29. i navedena sudska praksa).

28 Treba dakle zaključiti da je pravilan zaključak žalbenog vijeća u skladu s kojim iz perspektive relevantne javnosti postoji stvarna veza između žiga za koji je podnesena prijava za registraciju i svih predmetnih proizvoda, uključujući pivo. Stoga ne treba donijeti odluku u vezi s utvrđenjem iz točke 20. pobijane odluke, koje tužitelj osporava, prema kojem su riječi „klosterbrauerei” i „klosterbier” poznate „poznavateljima piva”. Taj prigovor je bespredmetan jer, čak i da ga treba prihvatiti, ne dovodi u pitanje prethodna razmatranja.

29 Kao četvrto, tužitelj navodi da žig za koji je podnesena prijava za registraciju sadržava upućivanja na određeni proizvod – koji je pobliže određen samo riječju „stoff”, ali koji upućuje na nešto konkretno, originalno i određenog podrijetla – koji proizvodi samostan ili je s njim povezan a da pritom precizno ne određuje niti opisuje taj posebni predmet. Cijeli verbalni znak Klosterstoff je dovoljno izmišljen, ali i udaljen od svakodnevne jezične uporabe relevantne javnosti da ga ta javnost ne doživljava kao isključivo opisnu oznaku predmetnih proizvoda.

30 Taj argument nije uvjerljiv. S tim u vezi treba napomenuti da žig sastavljen od neologizma ili riječi nastale od elemenata od kojih svaki opisuje karakteristike proizvoda ili usluga za koje se zahtijeva registracija sâm opisuje karakteristike tih proizvoda ili usluga u smislu članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009, osim u slučaju da postoji uočljiva razlika između neologizma ili predmetne riječi i pukog zbroja njezinih elemenata. To podrazumijeva da, zbog neobičnog karaktera kombinacije u odnosu na navedene proizvode i usluge, neologizam ili predmetna riječ stvaraju dojam koji je dovoljno drukčiji od onog koji nastane samo spajanjem podataka iz elemenata koji ih čine, na način da imaju prednost pred zbrojem svojih elemenata (vidjeti presude od 22. lipnja 2005., Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, t. 27. i navedenu sudsku praksu i od 22. svibnja 2008., Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/OHIM (RadioCom), T-254/06, neobjavljenu, EU:T:2008:165, t. 31. i navedenu sudsku praksu).

31 Međutim, treba utvrditi da struktura verbalnog znaka nije neuobičajena s obzirom na pravila njemačkoga jezika tako da će, kao što je to žalbeno vijeće pravilno zaključilo u točkama 17., 23. i 25. pobijane odluke, jasno informirati relevantnu javnost o tome da predmetni proizvodi sadržavaju alkohol koji je podrijetlom iz samostana ili je proizveden na takvom mjestu.

32 Žalbeno vijeće je stoga pravilno odbilo registraciju žiga za koji je podnesena prijava za registraciju u skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (c) Uredbe br. 207/2009 za „pivo i pivarske proizvode; miješana pića na bazi piva; pripravke za proizvodnju pića” iz razreda 32. i „alkoholna pića osim piva; žestoka alkoholna pića i likere, osobito viski, rakija, pića od tropa; unaprijed pomiješana alkoholna pića, osim onih na bazi piva; pripravke za pripravljanje alkoholnih pića” iz razreda 33. Stoga prvi tužbeni razlog treba odbiti.

Drugi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 207/2009

33 Tužitelj u biti smatra da je žalbeno vijeće počinilo pogrešku u ocjeni kada je zaključilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju nema razlikovni karakter u smislu članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 207/2009.

34 EUIPO osporava taj argument.

35 Kao što to proizlazi iz članka 7. stavka 1. Uredbe br. 207/2009, dovoljno je da se može primijeniti jedan od apsolutnih razloga za odbijanje da se sporni znak ne može registrirati kao žig Europske unije (presude od 19. rujna 2002., DKV/OHIM, C-104/00 P, EU:C:2002:506, t. 29. i od 7. listopada 2015., Cipar/OHIM (ΧΑΛΛΟΥΜΙ i HALLOUMI), T-292/14 i T-293/14, EU:T:2015:752, t. 74.).

36 Stoga, budući da iz ispitivanja prvog tužbenog razloga za predmetne proizvode proizlazi da znak za koji je ponesena prijava za registraciju ima opisni karakter u smislu članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 207/2009 i da taj razlog sam po sebi opravdava odbijanje sporne registracije, nikako nema smisla ocjenjivati osnovanost tužbenog razloga koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (b) te uredbe (u tom smislu vidjeti rješenje od 13. veljače 2008., Indorta-Serviços e Gestão/OHIM, C-212/07 P, neobjavljeno, EU:C:2008:83, t. 28.).

Treći tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (g) Uredbe br. 207/2009

37 Tužitelj navodi da, suprotno odluci žalbenog vijeća, žig za koji je podnesena prijava za registraciju nije mogao dovesti relevantnu javnost u zabludu u vezi s „bezalkoholnim pićima, osobito bezalkoholnim pivima” iz razreda 32. Prema njegovu mišljenju, prosječno pažljivom potrošaču jasno je da bezalkoholna pića ne sadržavaju pivo ili druge vrste alkohola. Među ostalim, razlog za odbijanje registracije koji se temelji na tome da žig za koji je podnesena prijava za registraciju dovodi u zabludu primjenjivao bi se samo u slučaju da on dovodi u zabludu u vezi sa svim proizvodima koje označava.

38 EUIPO osporava te argumente.

39 Prije svega treba primijetiti da ovim tužbenim razlogom tužitelj pobijanu odluku želi osporiti u dijelu u kojem je žalbeno vijeće odlučilo da žig za koji je podnesena prijava za registraciju dovodi u zabludu u vezi s „bezalkoholnim pićima, osobito bezalkoholnim pivima” iz razreda 32. Ovaj razlog se razlikuje od prvih dvaju razloga kojima je tužitelj osporavao odbijanje registracije tog žiga u dijelu u kojem se odnosi na alkoholna pića iz razreda 32. i 33.

40 Zbog te razlike sudska se praksa iz točaka 35. i 36. ove presude ne primjenjuje na ovaj tužbeni razlog. To što je utvrđeno da verbalni znak Klosterstoff u odnosu na alkoholna pića ima opisni karakter ne oslobađa Opći sud obveze ispitivanja okolnosti da žig za koji je podnesena prijava za registraciju navodno dovodi javnost u zabludu u dijelu u kojem označava drugu vrstu proizvoda, odnosno „bezalkoholna pića, osobito bezalkoholna piva”.

41 U skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (g) Uredbe br. 207/2009, neće se registrirati žigovi koji mogu javnost dovesti u zabludu, primjerice u odnosu na vrstu, kakvoću ili zemljopisno podrijetlo proizvoda ili usluga.

42 U tom pogledu treba napomenuti da u skladu s ustaljenom sudskom praksom, slučajevi odbijanja registracije iz članka 7. stavka 1. točke (g) Uredbe br. 207/2009 pretpostavljaju da je moguće utvrditi postojanje stvarne zablude ili dovoljno značajne vjerojatnosti dovođenja u zabludu potrošača (vidjeti u tom smislu u vezi s člankom 3. stavkom 1. točkom (g) Prve direktive Vijeća 89/104/EEZ od 21. prosinca 1988. o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima (SL 1989., L 40, str. 1.), čiji je tekst istovjetan tekstu članka 7. stavka 1. točke (g) Uredbe br. 207/2009, presude od 4. ožujka

1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, t. 41. i od 30. ožujka 2006., Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, t. 47.; vidjeti također presude od 8. lipnja 2017., W. F. Gözze Frottierweberei i Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, t. 54. i navedenu sudsku praksu te od 5. svibnja 2011., SIMS – École de ski internationale/OHIM – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, neobjavljenu, EU:T:2011:200, t. 49. i navedenu sudsku praksu).

43 U ovom predmetu žalbeno vijeće je u točkama 35. i 36. pobijane odluke zaključilo da će prosječni potrošači kada vide verbalni znak Klosterstoff na ambalaži predmetnih proizvoda, odnosno „bezalkoholnih pića, osobito bezalkoholnih piva" zbog prisutnosti riječi „stoff" pomisliti da su ta pića na bazi alkohola. Iz toga prema mišljenju žalbenog vijeća slijedi da žig za koji je podnesena prijava za registraciju dovodi u zabludu s obzirom na to da prenosi jasnu informaciju da su predmetni proizvodi označeni tim žigom alkoholna pića, dok „bezalkoholna pića, osobito bezalkoholna piva" ne sadržavaju alkohol.

44 S obzirom na argumente iz prvog tužbenog razloga, treba se složiti sa zaključkom žalbenog vijeća u skladu s kojim prosječni potrošači povezuju riječ „stoff" s alkoholom. Stoga je žalbeno vijeće pravilno zaključilo da je žig za koji je podnesena prijava oznaka koja dovodi u zabludu kada se primjenjuje na bezalkoholna pića.

45 Taj zaključak ne ugrožava činjenica da je, kako navodi tužitelj, sastav tih pića naveden na tim proizvodima. S jedne strane, slijediti tu argumentaciju bi podrazumijevalo to da se okolnost da žig dovodi u zabludu u odnosu na prosječnog potrošača otklanja samo čitanjem etikete na kojoj su navedeni sastojci tog proizvoda. Suprotno navodima tužitelja, ne postoje nikakvi dokazi u prilog tomu da su potrošači svjesni toga da ta pića ne sadržavaju alkohol. Kako navodi i EUIPO, potrošači se mogu naći u situaciji da kupuju taj proizvod u žurbi a da pritom ne uzmu vremena za analizu teksta koji se nalazi na ambalaži. S druge strane, iz sudske prakse proizlazi da to što potrošač ima mogućnost provjeriti na etiketi koji su sastojci korišteni u proizvodnji pića nije samo po sebi suprotno tomu da žig koji označava te proizvode dovodi u zabludu (vidjeti u tom smislu presudu od 19. studenoga 2009., Torresan/OHIM – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06, EU:T:2009:448, t. 43.).

46 Naposljetku, ne može se prihvatiti argument tužitelja prema kojem se razlog za isključenje iz članka 7. stavka 1. točke (g) Uredbe br. 207/2009 primjenjuje samo u slučaju kada žig dovodi u zabludu u vezi sa svim proizvodima koje označava. Naime, EUIPO može odbiti registraciju žiga za određene proizvode koje on označava i ako se okolnost da dovodi u zabludu odnosi samo na te proizvode, a ne na sve proizvode koje označava (vidjeti u tom smislu presude od 27. listopada 2016., Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, neobjavljenu, EU:T:2016:634, t. 53. i 54. te od 27. listopada 2016., Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, neobjavljenu, EU:T:2016:635, t. 48. i 49.).

47 Iz toga proizlazi da treći tužbeni razlog treba odbiti.

Četvrti tužbeni razlog, koji se temelji na nepoznavanju prijašnje EUIPO-ove prakse odlučivanja

48 Ovaj tužbeni razlog temelji se na dvama prigovorima. Prvim prigovorom tužitelj tvrdi da je time što je odbilo registrirati žig za koji je podnesena prijava za registraciju žalbeno vijeće popustilo dostatno obrazložiti razloge kojima bi se opravdavalo odstupanje od EUIPO-ove prijašnje prakse odlučivanja. Međutim, prema njegovu mišljenju, brojni raniji verbalni žigovi registrirani su na nacionalnoj i međunarodnoj razini za proizvode iz razreda 32. i 33. iako su sadržavali element „stoff". Drugi prigovor, koji je prvi put iznesen pred Općim sudom, temelji se na pogrešci koja se tiče prava žalbenog vijeća, u smislu da je EUIPO registrirao brojne ranije žigove ili da su bili predmet registracije u Njemačkoj ili međunarodne registracije za proizvode iz razreda 32. i 33. iako su sadržavali element „kloster".

49 EUIPO osporava te argumente.

50 U vezi s prvim prigovorom treba podsjetiti da u skladu s prvom rečenicom članka 75. Uredbe br. 207/2009 (koja je postala prva rečenica članka 94. Uredbe 2017/1001), EUIPO-ove odluke trebaju biti obrazložene. Prema sudskoj praksi ta obveza ima isti doseg kao i obveza iz članka 296. UFEU-a i njezina svrha je omogućiti, s jedne strane, zainteresiranoj osobi da sazna razloge poduzimanja mjere kako bi obranila svoja prava i, s druge strane, sudu Unije da obavlja dužnost kontrole nad zakonitosti odluka (vidjeti presudu od 28. travnja 2004., Sunrider/OHIM – Vitakraft-Werke Wührmann i Friesland Brands (VITATASTE i METABALANCE 44), T-124/02 i T-156/02, EU:T:2004:116, t. 72. i 73. i navedenu sudsku praksu).

51 Treba također podsjetiti da se odluke koje EUIPO-ova žalbena vijeća trebaju donijeti na temelju Uredbe br. 207/2009 donose u odnosu na registraciju znaka kao žiga Europske unije na temelju ograničene nadležnosti, a ne diskrecijskih ovlasti. Stoga se zakonitost tih odluka treba ocjenjivati samo na temelju te uredbe kako je tumače sudovi u Europskoj uniji, a ne na temelju ranije EUIPO-ove prakse odlučivanja (vidjeti u tom smislu presude od 26. travnja 2007., Alcon/OHIM, C-412/05 P, EU:C:2007:252, t. 65.; od 2. svibnja 2012., UniversalPHOLED, T-435/11, neobjavljenu, EU:T:2012:210, t. 37. i od 8. svibnja 2012., Mizuno/OHIM – Golfino (G), T-101/11, neobjavljenu, EU:T:2012:223, t. 77. i navedenu sudsku praksu). Štoviše, presuđeno je da s obzirom na načela jednakosti postupanja i dobre uprave EUIPO treba uzeti u obzir već donesene odluke po sličnim zahtjevima i s posebnom se pozornošću zapitati o tome treba li ili ne odlučiti u istom smislu, primjena tih načela treba ipak biti pomirena s poštovanjem načela zakonitosti (vidjeti presudu od 21. siječnja 2015., Sabores de Navarra/OHIM – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, neobjavljenu, EU:T:2015:39, t. 47. i navedenu sudsku praksu).

52 Osim toga, sustav žigova Europske unije autonoman je sustav koji se sastoji od skupa pravila i koji slijedi svoje posebne ciljeve, a primjenjuje se neovisno o bilo kojem nacionalnom sustavu. Shodno tomu, prikladnost znaka za registraciju kao žiga Europske unije treba ocijeniti samo na temelju relevantnih propisa. EUIPO i, ovisno o slučaju, sud Unije ne vezuju, iako ih oni mogu uzeti u obzir, odluke donesene na temelju nacionalnog zakonodavstva odnosno zakonodavstva treće zemlje i nijedna odredba Uredbe br. 207/2009 ne obvezuje EUIPO ili, povodom tužbe, Opći sud da dođu do istih rezultata kao nacionalna upravna tijela ili nacionalni sudovi u sličnoj situaciji (vidjeti presudu od 15. srpnja 2015., Australian Gold/OHIM – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, t. 60. i navedenu sudsku praksu).

53 Žalbeno vijeće je u ovom slučaju u točki 38. pobijane odluke zaključilo da žigovi Europske unije na koje se poziva tužitelj i koji koriste pojam „stoff” ne dovode u pitanje ocjenu ispitivača. Ono je u istoj točki usto navelo da ti žigovi nisu usporedivi znakovi, s obzirom na to da uz element „stoff” sadržavaju i dio drugih pojmova. Žalbeno vijeće je u vezi sa žigovima iz njemačkoga ili međunarodnog registra koji također sadržavaju riječ „stoff” u točki 39. pobijane odluke navelo da te registracije nisu predmet postupka u kojem ono odlučuje i da nisu promijenile njegov zaključak u vezi s neprikladnošću za registraciju žiga za koji je podnesena prijava.

54 Suprotno onomu što navodi tužitelj, treba utvrditi da je to obrazloženje dostatno.

55 EUIPO u vezi s drugim prigovorom navodi da su dokazi iz priloga K 13 tužbi nedopušteni jer su podneseni prvi put pred Općim sudom.

56 Taj prilog sastoji se od izvatka s njemačke internetske stranice polymarka od 23. studenoga 2016. Na njemu se nalazi sedam verbalnih žigova koji sadržavaju element „kloster” koji su registrirani kao žigovi Europske unije ili kao njemački žigovi, ili su bili predmet međunarodne registracije s proširenjem zaštite na područje Unije.

57 Iako su prvi put podneseni pred Općim sudom, ti dokumenti nisu dokazi u pravom smislu riječi, osobito u smislu članka 85. Poslovnika Općeg suda, već se odnose na EUIPO-ovu praksu odlučivanja kao i praksu drugih nacionalnih i međunarodnih tijela, na koju se stranka ima pravo pozvati i kada je

ta praksa nastala nakon provođenja postupka pred EUIPO-om (vidjeti u tom smislu presude od 24. studenoga 2005., Sadas/OHIM – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, t. 20.; od 18. studenoga 2014., Repsol/OHIM – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, neobjavljenu, EU:T:2014:965, t. 20. i od 24. studenoga 2016., CG/EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, neobjavljenu, EU:T:2016:677, t. 18. i 19.). Prigovor nedopuštenosti stoga treba odbiti.

58 Na temelju sudske prakse iz točaka 51. i 52. ove presude, ipak treba odbiti prigovor koji je iznio tužitelj. Žalbeno vijeće je osobito pravilno zaključilo, kako je navedeno u točkama 32. i 44. ove presude, da je žig za koji je podnesena prijava za registraciju opisnog karaktera u odnosu na proizvode „pivo i pivarski proizvodi; miješana pića na bazi piva; pripravci za proizvodnju pića" iz razreda 32. i „alkoholna pića osim piva; žestoka alkoholna pića i likeri, osobito viski, rakija, pića od tropa; unaprijed pomiješana alkoholna pića, osim onih na bazi piva; pripravci za pripravljanje alkoholnih pića" iz razreda 33. (vidjeti točku 32. ove presude) i, s druge strane, takav da javnost dovodi u zabludu kada se primjenjuje na bezalkoholna pića (vidjeti točku 44. ove presude), tako da se tužitelj ne može za osporavanje tog zaključka učinkovito pozivati na EUIPO-ove prijašnje odluke (vidjeti u tom smislu presudu od 21. siječnja 2015., KIT, EL SABOR DE NAVARRA, T-46/13, neobjavljenu, EU:T:2015:39, t. 47. i navedenu sudsku praksu). Okolnost da su se žigovi koji sadržavaju element „kloster" prije registrirali ne dopušta to da se dovede u pitanje opisni karakter žiga za koji je podnesena prijava za registraciju kao ni okolnost da on dovodi javnost u zabludu.

59 S obzirom na sva ta razmatranja, treba odbiti četvrti tužbeni razlog i stoga tužbu u cijelosti.

Troškovi

60 Sukladno članku 134. stavku 1. Poslovnika, stranka koja ne uspije u postupku dužna je, na zahtjev protivne stranke, snositi troškove. Budući da tužitelj nije uspio u postupku, treba mu naložiti da snosi troškove, sukladno zahtjevu EUIPO-a

Slijedom navedenoga,

OPĆI SUD (deveto vijeće),

proglašava i presuđuje:

1. Tužba se odbija.

2. Društvu Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG nalaže se snošenje troškova.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Objavljeno na javnoj raspravi u Luxembourgu 26. listopada 2017.

Potpisi