Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (deveti senat)

z dne 26. oktobra 2017 *

„Znamka Evropske unije – Prijava besedne znamke Evropske unije Klosterstoff – Absolutni razlogi za zavrnitev – Opisnost – Znamka, ki lahko zavaja javnost – Člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe (ES) št. 207/2009 (postal člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe (EU) 2017/1001) – Prejšnja praksa EUIPO“

V zadevi T-844/16,

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG s sedežem v Alpirsbachu (Nemčija), ki jo zastopata W. Göpfert in S. Hofmann, odvetnika,

tožeča stranka,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa A. Schifko, agent,

tožena stranka,

zaradi tožbe zoper odločbo petega odbora za pritožbe pri EUIPO z dne 6. oktobra 2016 (zadeva R 2064/2015-5) v zvezi z zahtevo za registracijo besednega znaka Klosterstoff kot znamke Evropske unije,

SPLOŠNO SODIŠČE (deveti senat),

v sestavi S. Gervasoni, predsednik, K. Kowalik-Bańczyk, sodnica, in C. Mac Eochaidh (poročevalec), sodnik,

sodni tajnik: E. Coulon,

na podlagi tožbe, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložene 29. novembra 2016,

na podlagi odgovora na tožbo, v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vloženega 1. marca 2017,

ker stranki v roku treh tednov od obvestila o koncu pisnega dela postopka nista vložili predloga za razpis obravnave in je Splošno sodišče v skladu s členom 106(3) Poslovnika odločilo, da ne bo opravilo ustnega dela postopka,

izreka naslednjo

* Jezik postopka: nemščina.

Sodbo

Dejansko stanje

1 Tožeča stranka, družba Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, je 13. aprila 2015 pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena (nadomeščena z Uredbo (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)), vložila zahtevo za registracijo znamke Evropske unije. Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je besedni znak Klosterstoff.

2 Proizvodi, za katere je bila zahtevana registracija, spadajo v razreda 32 in 33 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, in za vsakega od razredov ustrezajo temu opisu:

– razred 32: „Pivo in pivovarski proizvodi; mešane pijače na osnovi piva, brezalkoholne pijače, zlasti brezalkoholno pivo; pripravki za proizvodnjo pijač“;

– razred 33: „Alkoholne pijače, razen piva; žgane pijače in likerji, zlasti whisky, brendi, vino iz tropin; vnaprej pripravljene mešanice alkoholnih pijač, ki niso na osnovi piva; pripravki za proizvodnjo alkoholnih pijač“.

3 Z odločbo z dne 4. septembra 2015 je preizkuševalec na podlagi člena 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe št. 207/2009 (postal člen 7(1)(b), (c) in (g) Uredbe 2017/1001) zavrnil registracijo prijavljene znamke.

4 Tožeča stranka je 13. oktobra 2015 zoper odločbo preizkuševalca pri EUIPO vložila pritožbo na podlagi členov od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009 (postali členi od 66 do 71 Uredbe 2017/1001).

5 Peti odbor za pritožbe pri EUIPO je z odločbo z dne 6. oktobra 2016 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) pritožbo zavrnil. V zvezi s tem je odbor za pritožbe prvič, v točkah 15 in 16 izpodbijane odločbe navedel, da je treba, ker je prijavljena znamka sestavljena iz nemških besed, upoštevati normalno obveščeno ter razumno pozorno in preudarno nemško govorečo javnost ali javnost, ki pozna osnovno besedišče nemškega jezika. Drugič, v točkah od 17 do 26 izpodbijane odločbe je poudaril, da beseda „klosterstoff“, ki jo sestavljata besedi „kloster“ in „stoff“, označuje proizvode, ki vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju. Po njegovem mnenju je prijavljeni besedni znak zgolj postavitev dveh izrazov enega ob drugem, ki skupaj opisujeta proizvode „pivo in pivovarski proizvodi; mešane pijače na osnovi piva; pripravki za proizvodnjo pijač“ iz razreda 32 in „alkoholne pijače, razen piva; žgane pijače in likerji, zlasti whisky, brendi, vino iz tropin; vnaprej pripravljene mešanice alkoholnih pijač, ki niso na osnovi piva; pripravki za proizvodnjo alkoholnih pijač“ iz razreda 33. Zato je v točki 26 izpodbijane odločbe sklenil, da je treba registracijo znamke za navedene proizvode na podlagi člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 zavrniti. Tretjič, odbor za pritožbe je v točkah od 27 do 33 izpodbijane odločbe presodil, da je prijavljena znamka tudi brez razlikovalnega učinka za te proizvode v smislu člena 7(1)(b) navedene uredbe, ker zgolj sporoča, da zadevni proizvodi vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju. Potrošnik zato na podlagi videza znaka ne more ugotoviti trgovskega izvora. Četrtič, odbor za pritožbe je v točkah od 34 do 37 izpodbijane odločbe menil, da je prijavljena znamka zavajajoča v smislu člena 7(1)(g) iste uredbe, ker bi lahko potrošniki na njeni podlagi mislili, da brezalkoholne pijače vsebujejo alkohol, in da ga zato ni mogoče registrirati za „brezalkoholne pijače, zlasti brezalkoholno pivo“ iz razreda 32. Petič, v točkah 38 in 39 izpodbijane odločbe je presodil, da to, da so bile predhodno registrirane različne znamke, ki vsebujejo element „stoff“, ni odločilno za presojo zakonitosti registracije prijavljene znamke.

Predlogi strank

6 Tožeča stranka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– EUIPO naloži plačilo stroškov.

7 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

8 Tožeča stranka v utemeljitev tožbe v bistvu navaja štiri tožbene razloge. Prvič, odbor za pritožbe naj bi s tem, da je štel, da je prijavljena znamka opisna za zadevne proizvode, kršil člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009. Drugič, odbor za pritožbe naj bi kršil člen 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009 s tem, da je štel, da prijavljena znamka nima razlikovalnega učinka v smislu te določbe. Tretjič, odbor za pritožbe naj bi napačno ugotovil, da je prijavljena znamka za nekatere zadevne proizvode zavajajoča v smislu člena 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009. Četrtič, odbor za pritožbe naj v bistvu ne bi spoštoval svoje prejšnje prakse odločanja.

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009

9 Tožeča stranka v bistvu trdi, da je odbor za pritožbe s tem, da je štel, da je prijavljena znamka za zadevne proizvode opisna v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, storil napako pri presoji.

10 EUIPO to trditev izpodbija.

11 V skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 se kot znamka ne registrirajo „znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve“. Člen 7(2) te uredbe (postal člen 7(2) Uredbe 2017/1001) določa, da se člen 7(1) navedene uredbe uporablja ne glede na to, da razlogi proti registraciji obstajajo le v delu Evropske unije.

12 V skladu s sodno prakso člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 preprečuje, da bi bili znaki ali označbe, ki so v njem navedeni, zaradi svoje registracije kot znamka pridržani le enemu podjetju. Ta določba tako sledi cilju v splošnem interesu, ki zahteva, da lahko vsakdo prosto uporablja take znake ali navedbe (sodbi z dne 27. februarja 2002, Ellos/UUNT (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, točka 27, in z dne 2. maja 2012, Universal Display/UUNT (UniversalPHOLED), T-435/11, neobjavljena, EU:T:2012:210, točka 14; glej v tem smislu sodbo z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 31).

13 Poleg tega se znaki ali navedbe, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo lastnosti proizvoda ali storitve, za katero se zahteva registracija, v skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 štejejo za neustrezne za izpolnitev bistvene vloge znamke, in sicer identifikacijo trgovskega izvora proizvoda ali storitve, da bi s tem potrošniku, ki je pridobil proizvod ali storitev, ki sta označena z znamko, omogočila, da pri poznejšem nakupu ponovi izbiro, če je bila izkušnja pozitivna, ali izbere drugače, če

je bila ta negativna (sodba z dne 2. maja 2012, UniversalPHOLED, T-435/11, neobjavljena, EU:T:2012:210, točka 15; glej v tem smislu sodbo z dne 23. oktobra 2003, UUNT/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, točka 30).

14 Iz tega izhaja, da mora imeti znak za to, da se zanj uporablja prepoved iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, dovolj neposredno in konkretno zvezo z zadevnimi proizvodi ali s storitvami, tako da zadevni javnosti omogoča, da nemudoma in brez pomisleka prepozna opis zadevnih proizvodov ali storitev ali ene od njihovih lastnosti (glej sodbo z dne 16. oktobra 2014, Larrañaga Otaño/UUNT (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, točka 16 in navedena sodna praksa).

15 Nazadnje, opozoriti je treba, da je presoja opisnosti znaka možna le glede na to, kako ga zaznava upoštevna javnost na eni strani, in glede na zadevne proizvode ali storitve na drugi strani (glej sodbo z dne 7. junija 2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/UUNT (MunichFinancial Services), T-316/03, EU:T:2005:201, točka 26 in navedena sodna praksa).

16 Glede na te ugotovitve je treba preučiti, ali je odbor za pritožbe, kot trdi tožeča stranka, kršil člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 s tem, da je ugotovil, da je prijavljena znamka opisna.

17 Prvič, opozoriti je treba, da je odbor za pritožbe v točkah 15 in 16 izpodbijane odločbe presodil, da je upoštevna javnost za zaznavanje opisnosti prijavljene znamke splošna nemško govoreča javnost ali javnost, ki pozna osnovno besedišče nemškega jezika. Glede stopnje pozornosti zadevne javnosti je odbor za pritožbe presodil, da je ta normalno obveščena ter razumno pozorna in preudarna. Te presoje niso napačne in tožeča stranka jih ne izpodbija.

18 Drugič, odbor za pritožbe je v točkah od 17 do 26 izpodbijane odločbe presodil, da sta izraza „kloster“ in „stoff“ kot celota in s postavitvijo drug ob drugem opisna, ker naj bi ju upoštevna javnost razumela kot sklicevanje na proizvode, ki vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju. Na eni strani se je oprl na slovar *Duden* in navedel, da beseda „stoff“ označuje alkohol, in štel, da ni upoštevno, da gre za pogovorni pomen te besede. Odbor za pritožbe je štel za brezpredmetno tudi večpomenskost besede „stoff“, ker se je vsaj eden od morebitnih pomenov tega izraza nanašal na zadevne proizvode. Na drugi strani je poudaril, da je upoštevna javnost vajena videti prikaze ali imena samostanov v povezavi z alkoholnimi pijačami. Tako je poudaril, da sta besedi „klosterbrauerei“ (samostanska pivovarna) in „klosterbier“ (samostansko pivo) poznavalcem piva znani, ker so bila številna piva varjena v samostanih ali opatijah. Navedel je tudi tri opatije in samostane iz Francije, Nemčije in Avstrije, ki proizvajajo žgane pijače. Po njegovih navedbah je sicer proizvodnja piva in žganih pijač v samostanih dokazana od srednjega veka. Odbor za pritožbe je na podlagi teh elementov sklepal na jasno zvezo med prijavljenim znakom in zadevnimi proizvodi. Nazadnje je štel trditev tožeče stranke, da poimenovanje „klosterstoff“ ni običajno, za brezpredmetno, ker ni mogoče izključiti uporabe tega besednega znaka za označevanje zadevnih proizvodov v prihodnosti.

19 Tožeča stranka v bistvu trdi, da je odbor za pritožbe na podlagi ločene analize besed „kloster“ in „stoff“ brez ustreznega upoštevanja celotnega vtisa, ki ga ustvarja ta besedni znak, napačno sklepal o opisnosti prijavljene znamke. Če bi se razlagal kot celota, bi ta znak upoštevni javnosti omogočal, da prijavljeno znamko razume kot izmišljeno in neobičajno ime, ki zgolj navaja izvor zadevnih proizvodov. Za prijavljeno znamko naj bi se zato razumelo, da označuje proizvod, ki je natančneje pojasnjen zgolj z besedo „stoff“, vendar ponazarja nekaj bistvenega, izvirnega in regionalnega ter izvira iz samostana ali je povezan z njim. Tožeča stranka poleg tega trdi, da se beseda „stoff“ v nemško govorečih državah ne uporablja pogosto za označbo alkoholnih pijač in zlasti piva. Tega razumevanja besede „stoff“ naj poleg tega ne bi poznalo več slovarjev, internetnih strani in rezultatov iskalnikov, na katere se je sklicevala. Celo slovar *Duden*, na katerega se je skliceval odbor za pritožbe, naj bi uporabo izraza „stoff“ potrjeval zgolj v pogovornem smislu in izključno za alkoholne pijače z visoko vsebnostjo alkohola. Tožeča stranka tudi meni, da naj povprečni potrošniki ne bi poznali tradicije proizvodnje piva in žganih pijač v samostanih, na katero je spomnil odbor za pritožbe. Iz tega naj bi izhajalo, da upoštevna javnost naj ne bi brez pomisleka vzpostavila neposredne zveze med izrazom „klosterstoff“

in zadevnimi proizvodi. Ker naj prijavljena znamka ne bi bila opisna, se zahteva po razpoložljivosti tega besednega znaka, na katero se je skliceval odbor za pritožbe, naj ne bi uporabljala za obravnavani primer.

20 EUIPO te trditve prereka.

21 Prvič, poudariti je treba, da je odbor za pritožbe vsak izraz, ki sestavlja prijavljeno znamko, preučil na podlagi pomenov iz slovarja *Duden*, za katerega tudi tožeča stranka priznava, da je najpomembnejši in najbolj znan slovar nemškega jezika. Prav tako ni sporno, da tožeča stranka ne izpodbija pomena izraza „kloster“, ki ga je sprejel odbor za pritožbe.

22 Nasprotno pa je treba zavrniti trditev tožeče stranke, da je v slovarju *Duden* – v nasprotju s trditvami odbora za pritožbe v točki 17 izpodbijane odločbe – pomen besede „stoff“ glede alkoholnih pijač omejen na tiste z visoko vsebnostjo alkohola in da se z njim ne omenjajo pivo in drugi pivovarski proizvodi. Tožeča stranka Splošnemu sodišču ni predložila nobenega dokaza v podporo tej trditvi. Odbor za pritožbe zato ni storil napake s tem, da je na podlagi navedenega slovarja štel, da beseda „stoff“ označuje alkohol in ga upoštevna javnost zaznava kot takega.

23 Drugič, te presoje odbora za pritožbe ni mogoče omajati s tem, da naj več slovarjev, internetnih strani in rezultatov iskalnikov, ki jih je navedla tožeča stranka, besede „stoff“ ne bi povezovalo z alkoholom. Prav tako ni pomembno, da je to razumevanje v nemškem jeziku redko in pogovorno. Iz sodne prakse Sodišča namreč izhaja, da je treba registracijo besednega znaka zavrniti, če najmanj eden izmed mogočih pomenov označuje lastnost zadevnih blaga ali storitev (glej sodbo z dne 11. maja 2017, Bammer/EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, neobjavljena, EU:T:2017:331, točki 18 in 54 ter navedena sodna praksa).

24 Odbor za pritožbe je zato v točki 17 izpodbijane odločbe pravilno presodil, da bi upoštevna javnost prijavljeno znamko zaznavala kot opisno označbo, ker bi povprečni potrošniki razumeli, da zadevni proizvodi vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju. Kot je poudaril v točki 26 izpodbijane odločbe, besedni znak Klosterstoff torej upoštevni javnosti neposredno sporoča vrsto in kakovost dela navedenih proizvodov.

25 Tretjič, odbor za pritožbe je v točkah 20 in 21 izpodbijane odločbe navedel tradicijo proizvodnje piva in žganih pijač v samostanih, ki izvira iz srednjega veka. Po njegovem mnenju ti elementi dokazujejo obstoj konkretne zveze med prijavljenim znakom in zadevnimi proizvodi z vidika upoštevne javnosti.

26 Po mnenju tožeče stranke naj povprečni potrošnik ne bi poznal te tradicije. Vendar ta utemeljitev ne more uspeti. Najprej, ni mogoče povsem izključiti, da ima del splošne javnosti široko splošno izobrazbo glede alkoholnih pijač (glej v tem smislu sodbo z dne 19. maja 2015, Granette & Starorežná Distilleries/UUNT – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42 %vol.), T-607/13, neobjavljena, EU:T:2015:292, točka 105). Poleg tega je splošno znano, da so potrošniki prikaze ali imena samostanov vajeni videti zlasti za žgane pijače in pivo (glej v tem smislu sodbo z dne 8. oktobra 2015, Benediktinerabtei St. Bonifaz/UUNT – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, neobjavljena, EU:T:2015:768, točki 27 in 29). Nazadnje, tudi ob predpostavki, da prijavljene znamke ni mogoče povezati s to tradicijo, ta okoliščina ne more omajati tega, da bo upoštevna javnost pri zadevnem besednem znaku razumela, da gre za sklicevanje na proizvode, ki vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju.

27 Zavrniti je treba tudi trditev tožeče stranke, da povprečni potrošniki iz nekaterih držav članic, zlasti iz južne in vzhodne Evrope, ne poznajo te tradicije. Iz člena 7(2) Uredbe št. 207/2009 namreč izhaja, da se člen 7(1) te uredbe uporablja ne glede na to, da razlogi proti registraciji obstajajo le v delu Unije.

V zvezi s tem je Splošno sodišče že razsodilo, da je lahko navedeni del Unije tudi samo ena država članica (sodba z dne 27. junija 2017, Jiménez Gasalla/EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, neobjavljena, EU:T:2017:438, točka 29 in navedena sodna praksa).

28 Zato je treba navesti, da je odbor za pritožbe utemeljeno ugotovil obstoj konkretne zveze z vidika upoštevne javnosti med prijavljeno znamko in vsemi zadevnimi proizvodi, vključno s pivom. Zato ni treba odločati o navedbi v točki 20 izpodbijane odločbe, ki jo tožeča stranka izpodbija, da naj bi bili besedi „klosterbrauerei“ in „klosterbier“ poznani poznavalcem piva. Ta očitek je brezpredmeten, ker tudi če bi ga bilo treba sprejeti, ne bi omajal zgornjih preudarkov.

29 Četrtič, tožeča stranka trdi, da prijavljena znamka namiguje na neki proizvod, ki je natančneje pojasnjen zgolj z besedo „stoff“, vendar naj bi ponazarjal nekaj bistvenega, izvirnega in regionalnega, ki izvira iz samostana ali je povezan z njim, ne da bi natančno označila ali opisala ta poseben predmet. Kot celota naj bi bil zato besedni znak Klosterstoff dovolj izmišljen in tudi oddaljen od običajne jezikovne rabe upoštevne javnosti, da ga ta ne bi zaznavala kot zgolj opisno označbo zadevnih proizvodov.

30 Ta trditev ni prepričljiva. V zvezi s tem je treba opozoriti, da znamka, ki je sestavljena iz neologizma ali iz besede, ki je sestavljena iz elementov, od katerih vsak opisuje značilnosti proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, opisuje značilnosti teh proizvodov ali storitev v skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, razen če obstaja opazna razlika med zadevnim neologizmom ali besedo in zgolj skupkom elementov, ki jo sestavljajo. To predpostavlja, da zaradi neobičajnosti kombinacije v zvezi z navedenimi proizvodi ali storitvami zadevni neologizem ali beseda ustvarja dovolj drugačen vtis od tistega, ki nastane zgolj z združitvijo označb, ki jih vsebujejo elementi, ki jo sestavljajo, tako da ima prednost pred skupkom navedenih elementov (glej sodbi z dne 22. junija 2005, Metso Paper Automation/UUNT (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, točka 27 in navedena sodna praksa, in z dne 22. maja 2008, Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/UUNT (RadioCom), T-254/06, neobjavljena, EU:T:2008:165, točka 31 in navedena sodna praksa).

31 Ugotoviti pa je treba, da besedni znak nima neobičajne strukture glede na pravila nemškega jezika, zato bo, kot je v bistvu pravilno ugotovil odbor za pritožbe v točkah 17, 23 in 25 izpodbijane odločbe, upoštevno javnost jasno obveščal, da zadevni proizvodi vsebujejo alkohol, ki izvira iz samostana ali je proizveden na takem kraju.

32 Odbor za pritožbe zato ni storil napake s tem, da je v skladu s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 zavrnil registracijo prijavljene znamke za „pivo in pivovarske proizvode; mešane pijače na osnovi piva; pripravke za proizvodnjo pijač“ iz razreda 32 in za „alkoholne pijače, razen piva; žgane pijače in likerje, zlasti whisky, brendi, vino iz tropin; vnaprej pripravljene mešanice alkoholnih pijač, ki niso na osnovi piva; pripravke za proizvodnjo alkoholnih pijač“ iz razreda 33. Iz tega izhaja, da je treba prvi tožbeni razlog zavrniti.

Drugi tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009

33 Tožeča stranka v bistvu trdi, da je odbor za pritožbe z ugotovitvijo, da prijavljena znamka ni razlikovalna v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009, storil napako pri presoji.

34 EUIPO to trditev izpodbija.

35 Kot izhaja iz člena 7(1) Uredbe št. 207/2009, za zavrnitev registracije znaka kot znamke Evropske unije zadošča, da se uporabi eden od absolutnih razlogov za zavrnitev (sodbi z dne 19. septembra 2002, DKV/UUNT, C-104/00 P, EU:C:2002:506, točka 29, in z dne 7. oktobra 2015, CIPER/UUNT (ΧΑΛΛΟΥΜΙ in HALLOUMI), T-292/14 in T-293/14, EU:T:2015:752, točka 74).

36 Ker iz preizkusa prvega tožbenega razloga glede zadevnih proizvodov izhaja, da je prijavljeni znak opisen v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, in ker ta razlog sam po sebi zadošča za zavrnitev sporne registracije, nikakor ni koristno preizkusiti utemeljenosti tožbenega razloga, ki se nanaša na kršitev člena 7(1)(b) navedene uredbe (glej v tem smislu sklep z dne 13. februarja 2008, Indorata-Serviços e Gestão/UUNT, C-212/07 P, neobjavljen, EU:C:2008:83, točka 28).

Tretji tožbeni razlog: kršitev člena 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009

37 Tožeča stranka trdi, da v nasprotju z odločitvijo odbora za pritožbe prijavljena znamka glede „brezalkoholnih pijač, zlasti brezalkoholnega piva“ iz razreda 32 ne more zavajati upoštevne javnosti. Po njenem mnenju je povprečno pozornemu potrošniku jasno, da brezalkoholne pijače ne vsebujejo piva ali drugih vrst alkohola. Poleg tega naj bi se razlog za zavrnitev registracije, ki se nanaša na zavajajočo naravo prijavljene znamke, uporabil le, če bi bila ta zavajajoča glede vseh proizvodov, ki jih označuje.

38 EUIPO te trditve prereka.

39 Uvodoma je treba navesti, da želi tožeča stranka s tem tožbenim razlogom izpodbijano odločbo izpodbijati v delu, v katerem je odbor za pritožbe presodil, da je prijavljena znamka zavajajoča glede „brezalkoholnih pijač, zlasti brezalkoholnega piva“ iz razreda 32. Tako se loči od prvih dveh tožbenih razlogov, s katerima je tožeča stranka izpodbijala zavrnitev registracije navedene znamke glede alkoholnih pijač iz razredov 32 in 33.

40 Ob upoštevanju te razlike sodne prakse, navedene zgoraj v točkah 35 in 36, ni mogoče uporabiti za ta tožbeni razlog. Ugotovitev, da je besedni znak Klosterstoff opisen za alkoholne pijače, Splošnega sodišča ne odveže od presoje zatrjevane zavajajoče narave prijavljene znamke v delu, v katerem označuje drugo vrsto proizvodov, in sicer „brezalkoholne pijače, zlasti brezalkoholno pivo“.

41 V skladu s členom 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009 se kot znamka ne registrirajo znamke, ki lahko zavajajo javnost, na primer glede narave, kakovosti ali geografskega izvora blaga ali storitve.

42 V zvezi s tem je treba navesti, da se v skladu z ustaljeno sodno prakso pri primerih zavrnitve registracije iz člena 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009 predpostavlja, da je mogoče ugotoviti obstoj dejanskega zavajanja ali dovolj resne nevarnosti zavajanja potrošnika (glej v tem smislu, glede člena 3(1)(g) prve Direktive Sveta 89/104/EGS z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 17, zvezek 1, str. 92), katerega besedilo je enako besedilu člena 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009, sodbi z dne 4. marca 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, točka 41, in z dne 30. marca 2006, Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, točka 47; glej tudi sodbi z dne 8. junija 2017, W. F. Gözze Frottierweberei in Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, točka 54 in navedena sodna praksa, in z dne 5. maja 2011, SIMS – École de ski internationale/UUNT – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, neobjavljena, EU:T:2011:200, točka 49 in navedena sodna praksa).

43 V obravnavani zadevi je odbor za pritožbe v točkah 35 in 36 izpodbijane odločbe štel, da bi lahko povprečni potrošniki, če bi na embalaži zadevnih proizvodov, to je „brezalkoholnih pijač, zlasti brezalkoholnega piva“, videli besedni znak Klosterstoff, zaradi navzočnosti besede „stoff“ mislili, da so na osnovi alkohola. Iz tega po njegovem mnenju izhaja, da je prijavljena znamka zavajajoča, ker posreduje jasno informacijo, da so zadevni proizvodi, ki jih označuje ta znamka, alkoholne pijače, čeprav proizvodi „brezalkoholne pijače, zlasti brezalkoholno pivo“ ne vsebujejo alkohola.

44 Ob upoštevanju ugotovitev, navedenih v okviru prvega tožbenega razloga, se je treba strinjati s stališčem odbora za pritožbe, da povprečni potrošniki besedo „stoff“ povezujejo z alkoholom. Zato je odbor za pritožbe pravilno štel, da prijavljena znamka vsebuje zavajajočo oznako, kadar se uporablja za brezalkoholne pijače.

45 Te ugotovitve ne omaje to, da je sestava navedenih pijač – kot trdi tožeča stranka – navedena na teh proizvodih. Na eni strani bi sledenje tej utemeljitvi pomenilo, da bi povprečni potrošnik zavajajoč značaj znamke razkril šele ob branju etikete, na kateri so navedene sestavine teh pijač. V nasprotju s trditvami tožeče stranke zato sploh ni mogoče šteti, da se bodo potrošniki zavedali, da te pijače ne vsebujejo alkohola. Kot poudarja EUIPO, lahko namreč potrošniki te proizvode kupijo v naglici, ne da bi si vzeli čas za analizo besedila, ki je na embalaži. Na drugi strani iz sodne prakse izhaja, da možnost, ki je dana potrošniku, da na etiketi preveri, katere sestavine so bile uporabljene pri izdelavi pijače, sama po sebi ne preprečuje, da bi bila znamka, ki označuje te proizvode, zavajajoča (glej v tem smislu sodbo z dne 19. novembra 2009, Torresan/UUNT – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06, EU:T:2009:448, točka 43).

46 Nazadnje, ni mogoče sprejeti trditve tožeče stranke, da se razlog za izključitev iz člena 7(1)(g) Uredbe št. 207/2009 lahko uporablja le takrat, ko je znamka zavajajoča glede vseh proizvodov, ki jih označuje. EUIPO lahko namreč registracijo znamke za nekatere proizvode, ki jih označuje, zavrne, tudi če je ta zavajajoča zgolj glede navedenih proizvodov, ne pa glede vseh proizvodov, ki jih označuje (glej v tem smislu sodbi z dne 27. oktobra 2016, Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, neobjavljena, EU:T:2016:634, točki 53 in 54, in z dne 27. oktobra 2016, Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, neobjavljena, EU:T:2016:635, točki 48 in 49).

47 Iz tega izhaja, da je treba tretji tožbeni razlog zavrniti.

Četrti tožbeni razlog: kršitev prejšnje prakse odločanja EUIPO

48 Ta tožbeni razlog temelji na dveh očitkih. Tožeča stranka s prvim očitkom trdi, da odbor za pritožbe z zavrnitvijo registracije prijavljene znamke ni zadostno obrazložil razlogov, ki naj bi utemeljevali odstop od prejšnje prakse odločanja EUIPO. Po njenem mnenju naj bi EUIPO registriral številne prejšnje besedne znamke ali pa so te bile, čeprav so vsebovale element „stoff“, predmet nacionalne in mednarodne registracije za proizvode iz razredov 32 in 33. Drugi očitek, ki je bil prvič naveden pred Splošnim sodiščem, se nanaša na to, da je odbor za pritožbe napačno uporabil pravo, ker naj bi EUIPO registriral številne prejšnje besedne znamke ali pa so bile te, čeprav so vsebovale element „kloster“, predmet nemške in mednarodne registracije za proizvode iz razredov 32 in 33.

49 EUIPO te trditve prereka.

50 V zvezi s prvim očitkom je treba opozoriti, da je treba na podlagi člena 75, prvi stavek, Uredbe št. 207/2009 (postal člen 94, prvi stavek, Uredbe 2017/1001) odločbe EUIPO obrazložiti. V skladu s sodno prakso ima ta obveznost enak obseg kot obveznost, določena s členom 296 PDEU, njen cilj pa je na eni strani omogočiti, da se zainteresirane osebe seznanijo z razlogi za sprejeti ukrep, zato da lahko branijo svoje pravice, in na drugi, da lahko sodišče Evropske unije izvaja nadzor nad zakonitostjo odločitve (glej sodbo z dne 28. aprila 2004, Sunrider/UUNT – Vitakraft-Werke Wührmann in Friesland Brands (VITATASTE in METABALANCE 44), T-124/02 in T-156/02, EU:T:2004:116, točki 72 in 73 ter navedena sodna praksa).

51 Poudariti je treba tudi, da se odločbe odborov za pritožbe pri EUIPO o registraciji znaka kot znamke Evropske unije v skladu z Uredbo št. 207/2009 sprejemajo na podlagi izvajanja vezane pristojnosti, in ne pravice do prostega preudarka. Zato se mora zakonitost teh odločb presojati zgolj na podlagi te uredbe, kot jo razlaga sodišče Unije, in ne na podlagi prejšnje prakse odločanja EUIPO (glej v tem smislu sodbe z dne 26. aprila 2007, Alcon/UUNT, C-412/05 P, EU:C:2007:252, točka 65; z dne 2. maja

2012, UniversalPHOLED, T-435/11, neobjavljena, EU:T:2012:210, točka 37, in z dne 8. maja 2012, Mizuno/UUNT – Golfino (G), T-101/11, neobjavljena, EU:T:2012:223, točka 77 in navedena sodna praksa). Razsojeno je bilo tudi, da mora EUIPO glede na načeli enakega obravnavanja in dobrega upravljanja sicer upoštevati že sprejete odločbe in posvetiti posebno pozornost vprašanju, ali je treba odločiti v enakem smislu, vendar mora biti uporaba teh načel usklajena s spoštovanjem načela zakonitosti (glej sodbo z dne 21. januarja 2015, Sabores de Navarra/UUNT – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, neobjavljena, EU:T:2015:39, točka 47 in navedena sodna praksa).

52 Poleg tega je sistem znamk Evropske unije avtonomen sistem, sestavljen iz celote pravil, ki uresničuje posebne cilje, pri čemer uporaba tega sistema ni odvisna od slehernega nacionalnega sistema. Zato se lastnost znaka, ki se lahko registrira kot znamka Evropske unije, lahko presoja samo na podlagi upoštevnih predpisov. EUIPO in, odvisno od primera, sodišče Unije nista zavezana, čeprav jih lahko upoštevata, z odločbami, izdanimi na ravni držav članic ali v tretji državi, in nobena določba Uredbe št. 207/2009 ne zavezuje EUIPO, oziroma, v zvezi s tožbo, Splošnega sodišča, da pride do enakih ugotovitev, kot so ugotovitve nacionalnih upravnih ali sodnih organov v podobnem položaju (glej sodbo z dne 15. julija 2015, Australian Gold/UUNT – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, točka 60 in navedena sodna praksa).

53 V obravnavanem primeru je odbor za pritožbe v točki 38 izpodbijane odločbe štel, da znamke Evropske unije, na katere se je sklicevala tožeča stranka in ki uporabljajo izraz „stoff“, ne ovržejo presoje preizkuševalca. Poleg tega je v isti točki navedel, da navedene znamke niso imele primerljivih znakov, ker so sicer vsebovale element „stoff“, vendar kot del drugih izrazov. Glede znamk, ki so bile registrirane v nemškem registru ali v mednarodnem registru in prav tako vsebujejo besedo „stoff“, je v točki 39 izpodbijane odločbe navedel, da te registracije niso predmet postopka, ki je bil sprožen pri njem, in da ne spreminjajo njegove ugotovitve glede tega, da prijavljene znamke ni mogoče registrirati.

54 V nasprotju s trditvami tožeče stranke je treba ugotoviti, da je ta obrazložitev zadostna.

55 V zvezi z drugim očitkom EUIPO trdi, da dokazila iz priloge K 13 k tožbi niso dopustna, ker so bila prvič predložena pred Splošnim sodiščem.

56 Ta priloga je izpisek nemškega spletnega mesta polymark z dne 23. novembra 2016. Na njem je navedenih sedem besednih znamk, ki vsebujejo element „kloster“, ki so bile registrirane kot znamke Evropske unije ali kot nemške znamke ali pa so bile predmet mednarodne registracije z razširitvijo varstva na Unijo.

57 Čeprav so bili prvič predloženi pred Splošnim sodiščem, ti dokumenti niso dokazi v pravem pomenu besede, zlasti v smislu člena 85 Poslovnika Splošnega sodišča, ampak zadevajo prakso odločanja EUIPO in drugih nacionalnih in mednarodnih organov, na katero se ima stranka pravico sklicevati tudi po postopku pred EUIPO (glej v tem smislu sodbe z dne 24. novembra 2005, Sadas/UUNT – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, točka 20; z dne 18. novembra 2014, Repsol/UUNT – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, neobjavljena, EU:T:2014:965, točka 20, in z dne 24. novembra 2016, CG/EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, neobjavljena, EU:T:2016:677, točki 18 in 19). Ugovor nedopustnosti je zato treba zavrniti.

58 V skladu s sodno prakso, navedeno zgoraj v točkah 51 in 52, je treba očitek tožeče stranke kljub temu zavrniti. Natančneje, kot je bilo navedeno zgoraj v točkah 32 in 44, odbor za pritožbe je pravilno menil, da je prijavljena znamka na eni strani opisna glede proizvodov „pivo in pivovarski proizvodi; mešane pijače na osnovi piva; pripravki za proizvodnjo pijač“ iz razreda 32 in „alkoholne pijače, razen piva; žgane pijače in likerji, zlasti whisky, brendi, vino iz tropin; vnaprej pripravljene mešanice alkoholnih pijač, ki niso na osnovi piva; pripravki za proizvodnjo alkoholnih pijač“ iz razreda 33 (glej točko 32 zgoraj), in da na drugi zavaja javnost, če se uporablja za brezalkoholne pijače (glej točko 44 zgoraj), zaradi česar se tožeča stranka za to, da bi izpodbila to ugotovitev, ne more učinkovito sklicevati na prejšnje odločbe EUIPO (glej v tem smislu sodbo z dne 21. januarja 2015,

KIT, EL SABOR DE NAVARRA, T-46/13, neobjavljena, EU:T:2015:39, točka 47 in navedena sodna praksa). Okoliščina, da so bile predhodno registrirane znamke, ki vsebujejo element „kloster“, ne more ovreči opisne in zavajajoče narave prijavljene znamke.

59 Glede na vse te ugotovitve je treba četrti tožbeni razlog in zato tožbo v celoti zavrniti.

Stroški

60 V skladu s členom 134(1) Poslovnika se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki. V obravnavanem primeru tožeča stranka ni uspela, zato se ji v skladu s predlogi EUIPO naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (deveti senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Družbi Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG se naloži plačilo stroškov.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Razglašeno na obravnavi v Luxembourgu, 26. oktobra 2017.

Podpisi