Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (četrti senat)

z dne 15. januarja 2013*

„Blagovna znamka Skupnosti — Prijava besedne blagovne znamke Skupnosti ecoDoor — Absolutni razlog za zavrnitev — Opisnost — Člen 7(1)(c) Uredbe (ES) št. 207/2009“

V zadevi T-625/11,

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH s sedežem v Münchnu (Nemčija), ki jo zastopa S. Biagosch, odvetnik,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopa D. Walicka, zastopnica,

tožena stranka,

zaradi tožbe zoper odločbo prvega odbora za pritožbe UUNT z dne 22. septembra 2011 (zadeva R 340/2011-1) glede prijave za registracijo besednega znaka ecoDoor kot znamke Skupnosti,

SPLOŠNO SODIŠČE (četrti senat),

v sestavi I. Pelikánová (poročevalka), predsednica, K. Jürimäe, sodnica, in M. van der Woude, sodnik,

sodna tajnica: C. Kristensen, administratorka,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Splošnega sodišča 2. decembra 2011,

na podlagi odgovora na tožbo, vloženega v sodnem tajništvu Splošnega sodišča 1. marca 2012,

na podlagi obravnave z dne 13. novembra 2012

izreka naslednjo

* Jezik postopka: nemščina.

Sodbo

Dejansko stanje

1 Tožeča stranka, družba BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, je 8. julija 2010 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Skupnosti (UL L 78, str. 1) vložila prijavo za registracijo blagovne znamke Skupnosti.

2 Blagovna znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je besedni znak ecoDoor.

3 Registracija se zahteva za stroje in naprave, ki spadajo v razrede 7, 9 in 11 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, v revidirani in spremenjeni obliki, in za dele teh strojev in naprav.

4 Preizkuševalec je z odločbo z dne 22. decembra 2010 zavrnil prijavo za registracijo za te proizvode:

— razred 7: „Električni gospodinjski in kuhinjski stroji in naprave (ki jih obsega razred 7), stroji in naprave za pripravo napitkov in/ali jedi, črpalke za postrežbo ohlajenih pijač za uporabo v kombinaciji z napravami za hlajenje pijač; pomivalni stroji; električni stroji in naprave za obdelavo perila in oblačil (ki jih obsega razred 7), vključno s pralnimi stroji in centrifugami za perilo“;

— razred 9: „Aparati za razdeljevanje pijač ali hrane, prodajni avtomati“;

— razred 11: „Naprave za ogrevanje, proizvodnjo pare in kuhanje, zlasti pečice, aparati za peko, sušenje in peko na žaru, opekači kruha, aparati za odmrzovanje in gretje hrane, grelniki vode, hladilni aparati, zlasti hladilniki, zamrzovalniki, hladilne vitrine, aparati za hlajenje pijač v povezavi s hladilnikom/zamrzovalnikom, zamrzovalne naprave, naprave za pripravo sorbetov in izdelavo sladoleda; sušilne naprave, zlasti tudi sušilci perila, stroji za sušenje perila v pralnicah.“

5 Po mnenju preizkuševalca je zahtevana blagovna znamka v zvezi s proizvodi, naštetimi v točki 4 zgoraj, opisna v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 in nima razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) navedene uredbe.

6 Tožeča stranka je zoper odločbo preizkuševalca pri UUNT vložila pritožbo v skladu s členi od 58 do 64 Uredbe št. 207/2009.

7 Prvi odbor za pritožbe UUNT je z odločbo z dne 22. septembra 2011 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) zavrnil pritožbo. Prvič, po njegovem mnenju so upoštevna javnost povprečni angleško govoreči potrošniki. Drugič, ugotovil je, da naj bi omenjena javnost v zvezi z zahtevano blagovno znamko razlikovala med elementom „eco“, ki naj bi ga razumela v smislu „ekološki“, na eni strani in elementom „door“, ki pomeni „vrata“, na drugi strani. Javnost naj bi zato po mnenju odbora za pritožbe zahtevano blagovno znamko zaznavala v smislu „ekovrata“ ali „vrata z ekološko izdelavo in ekološkim načinom delovanja“. Tretjič, ker proizvodi, našteti v točki 4 zgoraj, lahko vključujejo vrata in porabljajo energijo, je odbor za pritožbe menil, da zahtevana blagovna znamka daje informacije o njihovi energetski učinkovitosti in njihovi ekološkosti ter s tem opisuje njihovo vrsto, namen in naravo v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009. Četrtič, odbor za pritožbe meni, da izraz „ecodoor“, ker napotuje na to, da so zadevni proizvodi opremljeni z ekološkimi vrati, ni primeren za razlikovanje med proizvodi tožeče stranke in proizvodi drugih podjetij ter zato nima razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 207/2009.

Predlogi strank

8 Tožeča stranka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

— izpodbijano odločbo razveljavi;

— UUNT naloži plačilo stroškov.

9 UUNT Splošnemu sodišču predlaga, naj:

— tožbo zavrne;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

10 Tožeča stranka tožbo opira na dva tožbena razloga, in sicer na kršitev člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 in na kršitev člena 7(1)(b) iste uredbe.

11 Tožeča stranka v prvem tožbenem razlogu trdi, da je odbor za pritožbe napačno ocenil, da je zahtevana blagovna znamka opisna za proizvode, ki so našteti v točki 4 zgoraj.

12 UUNT oporeka utemeljenosti trditev tožeče stranke.

13 Člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 določa, da se kot blagovna 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 oziroma druge lastnosti blaga ali storitve. Za take opisne znake namreč velja, da ne morejo opravljati bistvene naloge blagovne znamke, torej ne morejo označevati izvora (sodba Sodišča z dne 23. oktobra 2003 v zadevi UUNT proti Wrigley, C-191/01 P, Recueil, str. I-12447, točki 29 in 30).

14 Člen 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009 sledi cilju v splošnem interesu, ki zahteva, da lahko vsakdo prosto uporablja znake in podatke, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo lastnosti proizvodov in storitev, za katere se zahteva registracija. Ta določba tako preprečuje, da bi bili ti znaki ali podatki z registracijo kot blagovna znamka pridržani za eno samo podjetje (glej v tem smislu sodbo Sodišča z dne 12. januarja 2006 v zadevi Deutsche SiSi-Werke proti UUNT, C-173/04 P, ZOdl., str. I-551, točka 62 in navedena sodna praksa).

15 Znaki in podatki, določeni v členu 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, so s tega vidika tisti, ki lahko pri običajni uporabi s stališča potrošnika služijo za opis, neposredno ali z omembo ene izmed bistvenih značilnosti proizvoda ali storitve, kot je proizvod, za katerega je bila zahtevana registracija (sodba Sodišča z dne 20. septembra 2001 v zadevi Procter & Gamble proti UUNT, C-383/99 P, Recueil, str. I-6251, točka 39, in sodba Splošnega sodišča z dne 22. junija 2005 v zadevi Metso Paper Automation proti UUNT (PAPERLAB), T-19/04, ZOdl., str. II-2383, točka 24).

16 Iz tega izhaja, da mora imeti znak za to, da spada v okvir prepovedi, določene s členom 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, z zadevnimi proizvodi ali storitvami dovolj neposredno in dejansko vez, ki zadevni javnosti omogoča, da takoj in brez pomislekov prepozna opis zadevnih proizvodov ali storitev oziroma ene od njihovih značilnosti (zgoraj v točki 15 navedena sodba PAPERLAB, točka 25).

17 Opisnost blagovne znamke je treba presojati glede proizvodov ali storitev, za katere je bila zahtevana registracija, in glede zaznave upoštevne javnosti, ki jo sestavljajo potrošniki teh proizvodov ali storitev (sodba Splošnega sodišča z dne 14. junija 2007 v zadevi Europig proti UUNT (EUROPIG), T-207/06, ZOdl., str. II-1961, točka 30).

18 Najprej je treba navesti, da večina dejanskih ugotovitev odbora za pritožbe v izpodbijani odločbi, ki so navedene v točki 7 zgoraj, ni spornih. Tožeča stranka tako ne oporeka, prvič, temu, kako je odbor za pritožbe opredelil upoštevno javnost, drugič, ugotovitvi, da bo ta javnost v zahtevani blagovni znamki razlikovala med elementoma „eco“ in „door“, tretjič, dejstvu, da pojem „door“ v angleščini pomeni „vrata“, in četrtič, ugotovitvi, da lahko proizvodi, našteti v točki 4 zgoraj, vključujejo vrata in porabljajo energijo.

19 Ker so te ugotovitve tudi pravilne, je treba preučiti le vprašanji, kako upoštevna javnost zaznava na eni strani element „eco“ in na drugi strani zahtevano blagovno znamko kot celoto ter ali je zahtevani znak, kot ga zaznava upoštevna javnost, glede proizvodov, naštetih v točki 4 zgoraj, opisen.

20 Prvič, tožeča stranka glede zaznavanja elementa „eco“ zatrjuje, da ga upoštevna javnost ne bo takoj enačila s pojmoma „okolju prijazno“ ali „energetsko učinkovito“.

21 Kot pa je pravilno poudaril odbor za pritožbe, se predpona „eco“ običajno uporablja kot okrajšava angleške besede „ecological“, ki pomeni „ekološki“. Navedba „eco“ se pogosto uporablja pri trženju blaga in storitev ob navedbi ekološkega izvora proizvoda ali tega, da njegova uporaba nima vpliva na okolje (sodba Splošnega sodišča z dne 24. aprila 2012 v zadevi Leifheit proti UUNT (EcoPerfect), T-328/11, neobjavljena v ZOdl., točki 25 in 45).

22 Zato je odbor za pritožbo pravilno menil, da bi upoštevna javnost element „eco“ zaznavala v smislu pomena „ekološki“.

23 Drugič, tožeča stranka trdi, da je pomen zahtevane blagovne znamke, če se zaznava celovito, nejasen.

24 Ker pa bo na eni strani element „eco“ zaznavan v smislu pomena „ekološki“, tako kot je razvidno iz točk od 20 do 22 zgoraj, in bo na drugi strani element „door“ razlagan tako, da napotuje na „vrata“, je odbor za pritožbe pravilno odločil, da bo upoštevna javnost besedo „ecodoor“ takoj razumela v smislu pomena „ekovrata“ ali „vrata z ekološko izdelavo in ekološkim načinom delovanja“.

25 Tretjič, tožeča stranka glede opisnosti zahtevane blagovne znamke meni, da se, ker je v tožbi omejila seznam proizvodov, navedena blagovna znamka ne nanaša več na dele strojev in naprav, kot so vrata, temveč le na stroje in naprave kot take. Zato naj zahtevana blagovna znamka ne bi bila opisna za proizvode, ki jih pokriva, med katerimi so proizvodi, našteti v točki 4 zgoraj, ampak kvečjemu enega od njihovih delov.

26 V zvezi s tem lahko znak, ki opisuje značilnost dela, ki je vgrajen v proizvod, opisuje tudi sam proizvod. To velja v primeru, kadar lahko z vidika zaznavanja upoštevne javnosti značilnost navedenega dela, ki ga opisuje znak, pomembno vpliva na bistvene značilnosti samega proizvoda. V tem primeru bo namreč upoštevna javnost takoj in brez pomislekov značilnost dela, ki ga opisuje znak, izenačila z bistveno značilnostjo zadevnega proizvoda.

27 V obravnavanem primeru je iz točk od 20 do 24 zgoraj razvidno, da bo upoštevna javnost zahtevano blagovno znamko razlagala v smislu pomena „ekovrata“ ali „vrata z ekološko izdelavo in ekološkim načinom delovanja“.

28 Kot je odbor za pritožbe navedel v točki 17 izpodbijane odločbe, tožeča stranka pa tej ugotovitvi ni oporekala, lahko proizvodi, našteti v točki 4 zgoraj, vključujejo vrata. Zato lahko zahtevana blagovna znamka opisuje ekološke značilnosti vrat, s katerimi je opremljen zadevni proizvod.

29 Podobno kot je bilo ugotovljeno v točkah 19 in 20 izpodbijane odločbe glede proizvodov, naštetih v točki 4 zgoraj, so ekološke značilnosti vrat pomembne za ekološkost proizvoda, v katerega so vgrajene.

30 Potrošniki pa so čedalje bolj pozorni na ekološko kakovost proizvodov, med drugim na energetsko porabo, in na postopke izdelave, ki so okolju prijazni (glej v tem smislu zgoraj v točki 21 navedeno sodbo EcoPerfect, točka 45). To še posebej velja za proizvode, kakršni so našteti v točki 4 zgoraj, zlasti glede na to, da porabljajo energijo. Zato je, kot priznava sama tožeča stranka, ekološkost bistvena značilnost teh istih proizvodov.

31 V teh okoliščinah je odbor za pritožbe lahko upravičeno štel, da upoštevna javnost zahtevano blagovno znamko zaznava kot opis bistvene značilnosti proizvodov, ki so našteti v točki 4 zgoraj, namreč njihove ekološkosti, in sicer v delu, v katerem opisuje ekološke značilnosti vrat, s katerimi so ti proizvodi opremljeni.

32 Tožeča stranka še zatrjuje, da zahtevana blagovna znamka ne dopušča ugotovitve, katera konkretna značilnost ali cilj v zvezi z okoljem sta zajeta. V zvezi s tem naj bi bilo namreč več možnosti, kot so okolju prijazna proizvodnja, uporaba naravnih materialov, možnost okolju prijaznega odstranjevanja odpadkov ali okolju prijazno delovanje.

33 Glede tega zadošča ugotovitev, da se vse možnosti, ki jih je navedla tožeča stranka, nanašajo na dejstvo, da je proizvod, ki ga zajema zahtevana blagovna znamka, ekološki zaradi kakovosti vrat, s katerimi je opremljen. V teh okoliščinah bo zahtevana blagovna znamka, ne glede na njeno natančno razlago s strani upoštevne javnosti, zaznavana, kot da neposredno opisuje bistveno značilnost zadevnih proizvodov.

34 Glede na navedeno je odbor za pritožbe pravilno menil, da je zadevna znamka opisna glede proizvodov, ki so našteti v točki 4 zgoraj, v smislu člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009.

35 Zato je treba prvi tožbeni razlog zavrniti kot neutemeljen.

36 Poleg tega je iz člena 7(1) Uredbe št. 2007/2009 razvidno, da za to, da se znak ne registrira kot blagovna znamka Skupnosti, zadošča, da je podan eden od absolutnih razlogov za zavrnitev, naštetih v tej določbi (glej v tem smislu sodbo Sodišča z dne 19. septembra 2002 v zadevi DKV proti UUNT, C-104/00 P, Recueil, str. I-7561, točka 29, in sodbo Splošnega sodišča z dne 14. septembra 2004 v zadevi Applied Molecular Evolution proti UUNT (APPLIED MOLECULAR EVOLUTION), T-183/03, ZOdl., str. II-3113, točka 29). V teh okoliščinah je treba ob upoštevanju ugotovitve iz točke 34 zgoraj tožbo v celoti zavrniti, ne da bi bilo treba preučiti drugi tožbeni razlog v zvezi s kršitvijo člena 7(1)(b) navedene uredbe.

Stroški

37 V skladu s členom 87(2) Poslovnika Splošnega sodišča se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. Ker tožeča stranka s svojimi predlogi ni uspela, se ji v skladu s predlogi UUNT naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (četrti senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Družbi BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH se naloži plačilo stroškov.

Pelikánová Jürimäe Van der Woude

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 15. januarja 2013.

Podpisi