SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (četrti senat)

z dne 23. maja 2007 *

V združenih zadevah T-241/05, od T-262/05 do T-264/05, T-346/05, T-347/05 in od T-29/06 do T-31/06,

The Procter & Gamble Company, s sedežem v Cincinnatiju, Ohio (Združene države Amerike), ki jo zastopa G. Kuipers, odvetnica,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga je sprva zastopal D. Schennen, nato G. Schneider, zastopnika,

tožena stranka,

zaradi devetih tožb zoper odločbe prvega odbora za pritožbe UUNT z dne 14. aprila 2005 (zadeva R 843/2004-1), z dne 3. maja 2005 (zadeva R 845/2004-1), z dne 4. maja 2005 (zadeva R 849/2004-1), z dne 1. junija 2005 (zadeva R 1184/2004-1), z dne 6. julija 2005 (zadevi R 1188/2004-1 in R 1182/2004-1), z dne 16. novembra 2005

* Jezik postopka: angleščina.

(zadeva R 1183/2004-1), z dne 21. novembra 2005 (zadeva R 1072/2004-1) in z dne 22. novembra 2005 (zadeva R 1071/2004-1) glede prijave tridimenzionalnih znamk,

SODIŠČE PRVE STOPNJE
EVROPSKIH SKUPNOSTI (četrti senat),

v sestavi H. Legal, predsednik, V. Vadapalas in N. Wahl, sodnika,

sodna tajnica: C. Kantza, administratorka,

na podlagi tožb, vloženih pri sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 29. junija (zadeva T-241/05), 18. julija (zadeve od T-262/05 do T-264/05), 12. septembra 2005 (zadevi T-346/05 in T-347/05) in 24. januarja 2006 (zadeve od T-29/06 do T-31/06),

na podlagi odgovorov na tožbe, vloženih pri sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 30. septembra (zadeve T-241/05 in od T-262/05 do T-264/05), 26. oktobra 2005 (zadevi T-346/05 in T-347/05) ter 18. maja 2006 (zadeve od T-29/06 do T-31/06),

na podlagi združitve zadev z dne 24. oktobra 2006,

na podlagi obravnave z dne 13. decembra 2006

izreka naslednjo

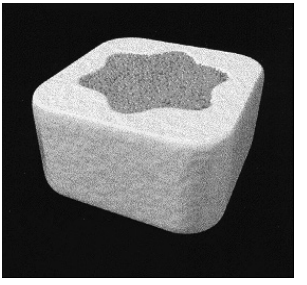
Sodbo

Dejansko stanje

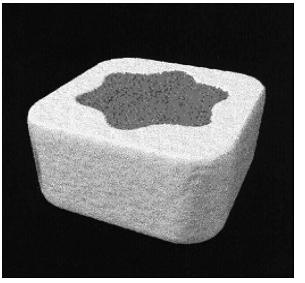
1 Tožeča stranka je 31. maja 2000 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) vložila devet prijav znamk Skupnosti na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kot je bila spremenjena.

2 Znamke, za katere je bila zahtevana registracija in so prikazane tu spodaj, sestavlja tridimenzionalna oblika:

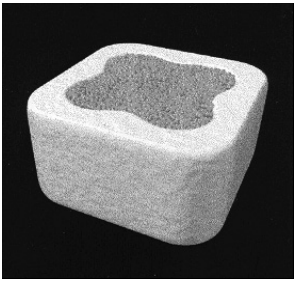
— bele kvadratne tablete z vijoličnim cvetličnim vzorcem s šestimi cvetnimi listi (zadeva T-241/05):



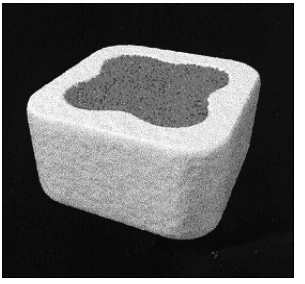
— bele kvadratne tablete z zelenim cvetličnim vzorcem s šestimi cvetnimi listi (zadeva T-262/05):



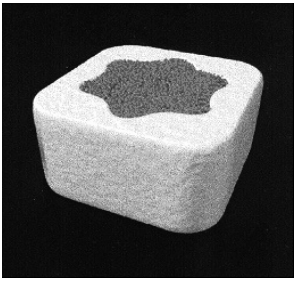
— bele kvadratne tablete z vijoličnim cvetličnim vzorcem s štirimi cvetnimi listi (zadeva T-263/05):



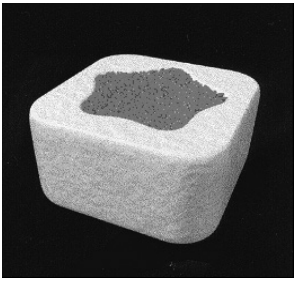
— bele kvadratne tablete z zelenim cvetličnim vzorcem s štirimi cvetnimi listi (zadeva T-264/05):



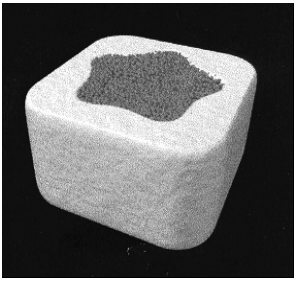
— bele kvadratne tablete z modrim cvetličnim vzorcem s šestimi cvetnimi listi (zadeva T-346/05):



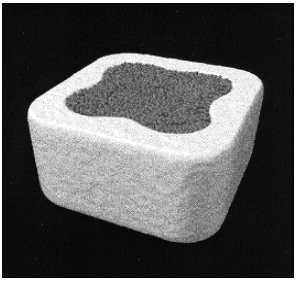
— kvadratne bele tablete z zelenim cvetličnim vzorcem s petimi cvetnimi listi (zadeva T-347/05):



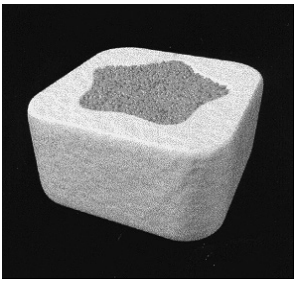
— bele kvadratne tablete z modrim cvetličnim vzorcem s petimi cvetnimi listi (zadeva T-29/06):



— bele kvadratne tablete z modrim cvetličnim vzorcem tablete s štirimi cvetnimi listi (zadeva T-30/06):



— bele kvadratne tablete z vijoličnim cvetličnim vzorcem s petimi cvetnimi listi (zadeva T-31/06):



3 Proizvodi, za katere je bila zahtevana registracija znamke, sodijo v razred 3 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil dopolnjen in spremenjen, in ustrezajo naslednjemu opisu, ki je enak za vse prijave: „pripravki za beljenje in druge snovi za pranje; pripravki za čiščenje, poliranje, razmaščevanje in brušenje; pripravki za pranje, čiščenje in vzdrževanje posode; mila“.

4 Z devetimi odločbami, sprejetimi med 28. julijem in 8. novembrom 2004, je preizkuševalec UUNT zavrnil prijave za registracijo na podlagi člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

5 Tožeča stranka je na podlagi členov od 57 do 62 Uredbe št. 40/94 pri UUNT zoper te odločbe vložila devet pritožb.

6 Z devetimi odločbami z dne 14. aprila (zadeva T-241/05), 3. maja (zadeva T-263/05), 4. maja (zadeva T-264/05), 1. junija (zadeva T-262/05), 6. julija (zadevi T-346/05 in T-347/05), 16. novembra (zadeva T-31/06), 21. novembra (zadeva T-30/06) in 22. novembra 2005 (zadeva T-29/06) (v nadaljevanju za vse skupaj: izpodbijane odločbe) je prvi odbor za pritožbe UUNT zavrnil te pritožbe z obrazložitvijo, da so prijavljene znamke brez vsakršnega razlikovalnega učinka v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

Predlogi strank

7 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— izpodbijane odločbe razveljavi;

— UUNT naloži plačilo stroškov.

8 UUNT Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— tožbe zavrne;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

Trditve strank

9 Tožeča stranka v zvezi z vsako zadevo navaja le en tožbeni razlog, in sicer kršitev člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94.

10 Glede zadevnih potrošnikov navaja, da naj bi bili obravnavani proizvodi namenjeni tistim, ki nakupe opravljajo dnevno in ki so tako pozornejši. Še več, tablete naj bi spadale med najdražje proizvode kategorije proizvodov za pranje in pomivanje, ki se prodajajo v veleblagovnicah, tako da naj bi bila stopnja pozornosti, ki jo njihovi obliki in vzorcu posvečajo potrošniki, višja.

11 Poleg tega naj bi bili vsi proizvajalci, ki so prisotni na zadevnem trgu, za katerega je značilna močna konkurenca, zainteresirani za razlikovanje videza njihovih proizvodov v razmerju do proizvodov konkurentov, da bi pritegnili pozornost potrošnikov, kot naj bi to izkazovale številne prijave za registracijo oblik tablet za pranje

ali pomivanje kot znamk. Primeri televizijskega oglaševanja, ki so priloženi tožbam v zadevah od T-29/06 do T-31/06, naj bi potrjevali trditev, v skladu s katero naj bi proizvajalci tablete uporabljali v različne namene. Te trditve naj bi izkazovale, da so potrošniki popolnoma sposobni zaznati tableto kot označbo trgovskega izvora proizvoda. To značilnost pa naj bi potrjevala raznolikost tablet za pranje ali pomivanje, ki jih je mogoče dobiti na trgu.

12 V okviru presoje navad zadevnih potrošnikov naj odbor za pritožbe ne bi ravnal pravilno, ko je upošteval dejstvo, da se obravnavani proizvodi na splošno prodajajo v embalaži, na kateri je določeno število besednih in figurativnih elementov. Okoliščine nameravane uporabe prijavljenih znamk naj ne bi mogle vplivati na presojo razlikovalnega učinka (sodba Sodišča prve stopnje z dne 20. marca 2002 v zadevi DaimlerChrysler proti UUNT (TELE AID), T-355/00, Recueil, str. II-1939, točka 42). Na primer, čeprav se tablete prodajajo embalirane, bi bile lahko vendarle narisane na embalaži, prodajale bi se lahko v prozorni embalaži ali v embalaži z obliko prijavljene znamke. Model tablete bi bilo mogoče pritrditi na embalažo proizvoda.

13 Poleg tega, tudi če bi odbor za pritožbe lahko upošteval okoliščine nameravane uporabe prijavljenih znamk, bi moral prav tako upoštevati druge okoliščine, kot sta cena proizvoda, ki je višja od cene za tekoča pralna sredstva in pralna sredstva v obliki praška, ter način, na katerega je tableta predstavljena v oglasih.

14 Glede prijavljenih znamk naj odbor za pritožbe ne bi upošteval vseh posebnosti, in sicer:

— široke pravokotne, skoraj kockaste oblike tablete z dvema kvadratnima stranema z zaobljenimi robovi;

— dveh precej različnih barv; bele in – glede na tableto – vijolične, zelene ali modre;

— razvrstitve barv, pri čemer je ena od barv uporabljena v vzorcu na sredini tablete in ne na različnih plasteh, ki jo sestavljajo;

— oblike vzorca na tableti.

15 Na podlagi teh elementov naj bi se prijavljene znamke jasno razlikovale od tablet za pranje ali pomivanje, ki jih je mogoče dobiti na trgu. V podporo tej trditvi je tožeča stranka predložila prikaz tablet, ki so bile v prodaji ob vložitvi prijav zadevnih znamk.

16 Odbor za pritožbe naj bi napačno menil, da so zadevni elementi v sektorju običajni ali da jih celo narekujejo praktični razlogi, zaradi česar naj ne bi bistveno spreminjali videza tablete. Ta odbor naj bi zlasti opustil presojo dejstva, da so za tablete značilne kockasta oblika, ki se razlikuje od bolj ploščatih pravokotnih oblik tablet, ki so prisotne na trgu, ter različni barvi, ki sta razporejeni tako, da pritegneta pozornost. Odbor za pritožbe naj ne bi dokazal, da je bila v času prijave znamk na trgu tableta, ki bi imela primerljive lastnosti.

17 Poleg teh značilnih elementov naj bi prijavljene znamke na sredini tablete vsebovale vzorec, ki naj bi pomenil dodaten predstavitveni in razlikovalni element v smislu sodb Sodišča prve stopnje z dne 19. septembra 2001 v zadevah Procter & Gamble proti UUNT (Kvadratna tableta z intarzijo) (T-128/00, Recueil, str. II-2785, točka 60)

in Procter & Gamble proti UUNT (Pravokotna tableta z intarzijo) (T-129/00, Recueil, str. II-2793, točka 60). Ob upoštevanju tega elementa naj prijavljenih znamk ne bi bilo mogoče obravnavati kot znakov, ki jih sestavlja samo oblika in barve zadevnega proizvoda brez vsakršnega grafičnega elementa.

18 Zadevni vzorci naj bi predstavljali cvetlični motiv ali zvezdo s štirimi, petimi ali šestimi cvetnimi listi. Nobena od tablet na trgu naj ne bi vsebovala vzorca z natančnimi potezami. Odbor za pritožbe naj bi napačno razumel ta element s tem, da je menil, da je primerljiv z osnovnimi geometrijskimi oblikami, kot sta pravokotna in trikotna intarzija, ki se jih je presojalo v zadevah, v katerih sta bili izdani zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo in Pravokotna tableta z intarzijo.

19 Poleg tega naj bi bil odbor za pritožbe s tem, da je menil, da naj znamke, ki so bile prijavljene za registracijo, ne bi vsebovale „posebnega, izjemnega ali neobičajnega vzorca“, preveč zahteven glede minimalnega razlikovalnega učinka, ki se zahteva za registracijo znamke.

20 Glede znamk naj bi bilo mogoče šteti, da se razlikujejo na podlagi samih vzorcev, ki so primerljivi z logom ali znakom. Tožeča stranka se glede tega sklicuje na figurativne znamke, ki jih je registriral UUNT ter so jih sestavljale cvetlična podoba (št. 692897) in celo enostavne geometrijske oblike (št. 2359776, 1868165, 3422631 in 1648120).

21 Poleg tega naj bi vzorec s šestimi cvetnimi listi spominjal na logo Ariela tožeče stranke, ki je registriran kot znamka Skupnosti (št. 814780). Vzorec s štirimi cvetnimi listi naj bi bil primerljiv z drugo figurativno znamko Skupnosti, ki pripada tožeči stranki (št. 715904).

22 Odbor za pritožbe s tem, da je prijavljene znamke opisal kot povezavo dveh osnovnih geometrijskih oblik, naj prav tako ne bi upošteval celostnega vtisa, ki ga daje vsaka od prijavljenih znamk. Nobena tableta na trgu naj ne bi imela iste oblikovne in barvne kombinacije ter razporeditve, kot jo imajo tablete, ki so bile predložene za registracijo; še več, te naj bi vsebovale vzorec.

23 Tožeča stranka opozarja, da je UUNT registriral znake, ki jih sestavlja pravokotna tableta s črko „s“ (št. 1860170), in znake, ki jih sestavljata okrogli tableti, ki vsebujeta vzorec „jin-jang“ (št. 1207455) oziroma podobo, ki spominja na kapljo vode (št. 1207869).

24 Tožeča stranka prav tako navaja registracijo določenih znamk, prijavljenih pri Uradu Beneluksa za znamke.

25 Nazadnje tožeča stranka graja to, da je bila v sedmih izpodbijanih odločbah upoštevana zahteva, da je osnovne geometrijske oblike treba pustiti proste za promet. Navaja, da je bilo to upoštevano tudi v obrazložitvi drugih dveh odločb, vendar ne izrecno, in sicer v izpodbijanih odločbah v zadevah T-346/05 in T-347/05. V obravnavanem primeru naj to glede na veliko število mogočih oblikovnih, barvnih in vzorčnih kombinacij tablet ne bi bilo utemeljeno. Poleg tega naj ne bi bilo upoštevno v okviru presoje razlikovalnega učinka znaka (sodba Sodišča z dne 16. septembra 2004 v zadevi SAT.1 proti UUNT, C-329/02 P, ZOdl., str. I-8317, točka 36).

26 UUNT navaja, da je v izpodbijanih odločbah sodna praksa Skupnosti s tega področja pravilno uporabljena.

27 Glede upoštevne javnosti naj bi odbor za pritožbe upravičeno štel, da jo sestavljajo povprečni potrošniki. Ti potrošniki naj bi izbiro usmerili na proizvajalca, nato na način priprave, vendar pa naj ne bi imeli nikakršnega razloga, da bi pozorno pregledali tableto.

28 Da bi ugotovili, kako tablete za pranje ali pomivanje zaznavajo takšni povprečni potrošniki, bi bilo treba zadevne znake presojati tudi ob upoštevanju običajnih načinov trženja teh proizvodov, na primer ob upoštevanju dejstva, da se prodajajo v embalaži. Tudi možnost prodaje tablete v embalaži, ki bi imela obliko prijavljene znamke, ali možnost njene uporabe kot priponke, pripete na embalažo, naj ne bi bila upoštevna, saj bi povprečni potrošniki tako predstavitev zaznali kot enostaven opis ali predstavitev proizvodov, ki jih vsebuje embalaža. Prijavljenih znamk naj torej ne bi bilo mogoče zamenjati s tridimenzionalno znamko, ki nima nobene zveze z zadevnim proizvodom.

29 Glede presoje prijavljenih znamk naj tožeča stranka ne bi izpodbijala dejstva, da ustrezajo zadevnim proizvodom, torej sredstvom za pranje ali pomivanje, stisnjenim v tablete. V teh okoliščinah in glede na to, da ni drugih elementov, ki bi individualizirali zadevne tablete, naj bi jih povprečni potrošniki zaznavali kot mogočo in običajno obliko proizvodov, ne pa kot označbo njihovega trgovskega izvora.

30 V obravnavanem primeru naj bi zadevne tablete predstavljale le drugo kombinacijo različnih elementov, glede katerih je že bilo razsojeno, da nimajo razlikovalnega učinka, to je pravokotno obliko z zaobljenimi robovi, več plasti različnih barv in intarzijo (sodba Sodišča prve stopnje z dne 19. septembra 2001 v zadevi Henkel proti UUNT (Zelena in bela pravokotna tableta), T-336/99, Recueil, str. II-2589, in zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo in Pravokotna tableta z intarzijo).

31 Oblika zadevnih tablet, pravokotnih ali kockastih, naj bi bila osnovna oblika, na katero se običajno pomisli v zvezi s tabletami za pranje ali pomivanje, in naj bi bila na tržišču običajna. Geometrijsko razmerje različnih robov kocke in zaobljenost robov naj bi bila le enostavni različici te oblike in naj ne bi bila upoštevna.

32 Uporaba različnih barv, ki naj bi potrošnikom dala namig o prisotnosti več aktivnih sestavin, naj bi ustrezala funkcionalnemu cilju. V obravnavanem primeru naj bi šlo poleg tega za osnovne barve, kot so zelena, modra in vijolična.

33 Dodana intarzija na sredini tablete naj bi bila naravna kombinacija različnih aktivnih sestavin. Osnovna funkcija intarzije naj bi bila pokazati prisotnost dodatne aktivne sestavine. Iz sodne prakse naj bi izhajalo, da uporaba trikotne oblike za take intarzije znamki ne daje razlikovalnega učinka (zgoraj navedena sodba Kvadratna tableta z intarzijo, točki 59 in 60). Oblika zadevne intarzije s štirimi, petimi ali šestimi cvetnimi listi naj bi bila tako kot trikotna oblika tudi osnovna geometrijska oblika.

34 Čeprav bi bilo treba zadevno obliko razlagati, kot da je cvetlični vzorec, kar naj bi zahtevalo precejšnjo pozornost potrošnikov, naj bi se jo zaznalo le kot okrasni element. Poleg tega naj bi cvetlična oblika v razmerju do drugih proizvodov za pranje pomenila sklicevanje na svežino, čistočo in prijeten vonj. Bila naj bi torej neupoštevna sprememba intarzije v tableti, ne pa razlikovalni vzorec.

35 Obstoj figurativnih znamk Skupnosti, ki imajo obliko, primerljivo z zadevno intarzijo, naj ne bi omajal navedene ugotovitve. Upoštevna javnost naj figurativnih znamk, ki niso odvisne od oblike zadevnih proizvodov, kot so znamke, ki jih navaja tožeča

stranka, in elementov tridimenzionalnih znamk, ki jih sestavlja videz proizvoda, kot so te v obravnavanem primeru, ne bi zaznavala enako.

36 Elementi prijavljenih znamk, naj se jih presoja ločeno ali skupaj, naj ne bi bili dovolj nenavadni in razlikovalni, da bi se jih zaznavalo drugače kot le povezavo barv ter osnovnih in vsakdanjih oblik, torej le kot tableto za pranje ali pomivanje.

37 Na prejšnje odločbe UUNT o drugih tabletah naj se tožeča stranka ne bi mogla uspešno sklicevati (sodba Sodišča prve stopnje z dne 27. februarja 2002 v zadevi Streamserve proti UUNT (STREAMSERVE), T-106/00, Recueil, str. II-723, točka 67). Poleg tega naj bi UUNT s tem, da je dopustil registracijo tablete s črko „s“, stilizirane z vzorcem „jin-jang“, menil, da naj navedenih elementov ne bi bilo mogoče zaznati kot funkcionalnih elementov, ki predstavljajo drugo aktivno sestavino.

38 Dejstvo, da so bili zadevni znaki registrirani v Beneluksu, naj ne bi zavezovalo UUNT. Poleg tega naj bi bile navedene registracije opravljene pred izrekom prve sodbe Sodišča prve stopnje o tabletah za pranje ali pomivanje.

39 Nazadnje, glede ugotovitve v zvezi z zahtevo, da je osnovne geometrijske oblike treba pustiti proste za promet, je odbor za pritožbe glede teh oblik uporabil sodno prakso Sodišča o barvah (sodba Sodišča z dne 6. maja 2003 v zadevi Libertel, C-104/01, Recueil, str. I-3793). Sicer pa zaradi zatrjevane neupoštevnosti navedenih trditev izpodbijane odločbe ni mogoče razveljaviti, saj so bile te trditve navedene le za dodatno obrazložitev.

Presoja Sodišča prve stopnje

40 V skladu s členom 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 se ne registrirajo znamke, „ki so brez slehernega razlikovalnega učinka“.

41 Razlikovalni učinek znamke v smislu tega člena pomeni, da je ta znamka primerna, da proizvode, za katere se zahteva registracija, označuje kot proizvode, ki izhajajo iz določenega podjetja in jih tako razlikuje od proizvodov drugih podjetij. Ta razlikovalni učinek je treba presojati glede na proizvode ali storitve, za katere se zahteva registracija, in glede na to, kako ga dojema upoštevna javnost (glej sodbo Sodišča z dne 29. aprila 2004 v združenih zadevah Procter & Gamble proti UUNT, C-473/01 P in C-474/01 P, Recueil, str. I-5173, točki 32 in 33 ter navedena sodna praksa).

42 V obravnavanem primeru je treba navesti, da vsako prijavljeno znamko sestavljajo oblika, barvi in vzorec proizvoda, za katerega se zahteva registracija znamke, torej kvadratna bela tableta za pranje ali pomivanje z barvnim vzorcem na sredini sprednje strani.

43 V skladu z ustaljeno sodno prakso so merila za presojo razlikovalnega učinka tridimenzionalnih znamk, ki imajo videz proizvoda samega, enaka tistim, ki se uporabljajo za druge kategorije znamk, Vendar je v okviru uporabe teh meril treba upoštevati dejstvo, da zaznava povprečnih potrošnikov pri tridimenzionalni znamki, ki ima videz proizvoda samega, ni nujno enaka zaznavi besedne ali figurativne znamke, ki jo sestavlja znak, ki ni odvisen od podobe proizvodov, ki jih znamka označuje. Namreč, kadar ni nobenega figurativnega ali besednega elementa, povprečni potrošniki

običajno ne sklepajo o izvoru proizvoda na podlagi oblike proizvodov ali njihove embalaže, zato je težje dokazati razlikovalni učinek take tridimenzionalne znamke kot pa razlikovalni učinek besedne ali figurativne znamke (glej zgoraj navedeno sodbo Procter & Gamble proti UUNT, točka 36, in sodbo Sodišča z dne 22. junija 2006 v zadevi Storck proti UUNT, C-24/05 P, ZOdl., str. I-5677, točki 24 in 25 ter navedena sodna praksa).

44 V teh okoliščinah ima le znamka, ki se zelo razlikuje od standarda ali navad sektorja in zaradi tega izpolnjuje bistveno nalogo označbe izvora, tudi razlikovalni učinek v smislu člena 7(1)(b) Uredbe št. 40/94 (glej zgoraj navedeno sodbo Storck proti UUNT, točka 26 in navedena sodna praksa).

45 Ob upoštevanju tega je treba najprej presoditi trditve tožeče stranke glede stopnje pozornosti zadevnih potrošnikov v zvezi z videzom tablet za pranje ali pomivanje in nato trditve glede presoje vsake prijavljene znamke.

Stopnja pozornosti zadevnih potrošnikov

46 Glede zadevnih potrošnikov je odbor za pritožbe navedel, da so zadevni proizvodi proizvodi za široko potrošnjo, namenjeni vsem potrošnikom.

47 Te ugotovitve ne more omajati trditev tožeče stranke, ki je ne podpira nikakršno natančnejše dejstvo in v skladu s katero naj bi te proizvode, čeprav se široko uporabljajo, kupovala omejena javnost, ki jo sestavljajo potrošniki, ki naj bi nakupe opravljali dnevno.

48 Torej je razlikovalni učinek prijavljene znamke treba presojati ob upoštevanju domnevnega pričakovanja običajno osveščenih ter razumno pozornih in preudarnih povprečnih potrošnikov (v tem smislu glej zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo, točka 52, in Pravokotna tableta z intarzijo, točka 52, potrjeni z zgoraj navedeno sodbo Procter & Gamble proti UUNT, točki 33 in 35).

49 Stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov se lahko spreminja glede na kategorijo zadevnih proizvodov ali storitev (sodba Sodišča z dne 22. junija 1999 v zadevi Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, str. I-3819, točka 26). Glede tega je Sodišče prve stopnje že ugotovilo, da stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov v zvezi s proizvodi dnevne potrošnje glede oblike in vzorca tablet za pranje in pomivanje ni povišana (zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo, točka 53, in Pravokotna tableta z intarzijo, točka 53).

50 V obravnavanem primeru je odbor za pritožbe poudaril, da stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov glede videza zadevnih proizvodov ni povišana (točka 23 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05 in ustrezne točke drugih izpodbijanih odločb).

51 Te ugotovitve ne more omajati trditev tožeče stranke, ki temelji na cenovnih razlikah med proizvodi za pranje ali pomivanje, ki so naprodaj v obliki tablet, ter tekočimi proizvodi za pranje ali pomivanje in tistimi v obliki praška ali med tabletami za pranje ali pomivanje in drugimi proizvodi dnevne potrošnje. Tožeča stranka namreč ne navaja zakaj – čeprav je zadevni proizvod za pranje ali pomivanje proizvod tekoče potrošnje – naj bi cena tega proizvoda upravičevala drugačen zaključek glede stopnje pozornosti povprečnih potrošnikov.

52 Poleg tega je treba v okviru presoje navad zadevnih potrošnikov upoštevati tudi običajne načine trženja zadevnega proizvoda (v tem smislu glej sodbo Sodišča prve

stopnje z dne 5. marca 2003 v zadevi Unilever proti UUNT (Tableta jajčaste oblike), T-194/01, Recueil, str. II-383, točka 48). V nasprotju s tem, kar zatrjuje tožeča stranka, upoštevanje načinov trženja, ki običajno prevladujejo na zadevnem trgu, ne privede do odstopanja od sodne prakse, v skladu s katero je koncept posebnega trženja, ki ga namerava izpeljati prijavitelj znamke in je torej odvisen od izbire zadevnega podjetja ter ga je mogoče spremeniti po registraciji, dejavnik, ki ne more vplivati na presojo značaja znamke, ki se lahko registrira (zgoraj navedena sodba TELE AID, točka 42).

53 V obravnavanem primeru je odbor za pritožbe torej lahko legalno upošteval dejstvo, da se tablete za pranje ali pomivanje običajno prodajajo v embalaži, ki nosi ime proizvoda in na kateri so pogosto besedne ali figurativne znamke ali drugi figurativni elementi, med katerimi je lahko podoba proizvoda (točka 24 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05 in ustrezne točke drugih izpodbijanih odločb).

54 Iz sodne prakse izhaja, da stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov glede videza proizvodov, ki se tržijo na tak način, na splošno ni povišana. V teh okoliščinah je prijavitelj znamke tisti, ki mora s konkretnimi in z utemeljenimi navedbami izkazati, da so navade potrošnikov na zadevnem trgu drugačne (zgoraj navedena sodba Tableta jajčaste oblike, točka 48).

55 Zato je treba presoditi, ali je tožeča stranka s konkretnimi in z utemeljenimi navedbami izkazala, da so potrošniki na zadevnem trgu navajeni zaznavati videz tablete za pranje ali pomivanje kot označbo njenega trgovskega izvora.

56 Najprej, trditev tožeče stranke – da naj bi imeli zadevni proizvajalci interes, da se videz njihovih proizvodov razlikuje od drugih –, ki jo ponazarjata raznolikost tablet, ki se pojavljajo na trgu, in število prijav tridimenzionalnih znamk, ki se vlagajo v tem sektorju, ne zadošča za zaključek, da zadevni potrošniki videz teh proizvodov običajno zaznavajo kot označbo njihovega trgovskega izvora (v tem smislu glej zgoraj navedeno sodbo Tableta jajčaste oblike, točka 50).

57 Nadalje je treba v zvezi s trditvijo tožeče stranke, da se tablete lahko pritrdijo na embalažo, se prodajajo v prozorni embalaži ali embalaži, ki ima obliko tablete, pripomniti, da tožeča stranka ne navaja, da se ti načini predstavitve proizvodov običajno uporabljajo na zadevnem trgu. Ta trditev torej ne omogoča upoštevanja navad zadevnih potrošnikov.

58 Poleg tega je glede trditve tožeče stranke, v skladu s katero so lahko tablete narisane na njihovi embalaži, treba pripomniti, da embalaža običajno vsebuje veliko število besednih in figurativnih elementov, med drugimi ime izdelka in besedne ali figurativne znamke. To potrjujejo primeri embalaž tablet za pranje in pomivanje, ki jih je tožeča stranka predstavila pred odborom za pritožbe in Sodiščem prve stopnje. V teh okoliščinah in ne da bi se izključilo možnost, da je na embalaži hkrati več znamk, dejstvo, da je proizvod narisan na embalaži, ne dokazuje, da potrošniki posvečajo posebno pozornost njegovemu videzu kot označbi njegovega izvora.

59 Nazadnje, v odgovor na očitek, da naj odbor za pritožbe ne bi upošteval določenih elementov, kot sta cena proizvoda in način, na katerega je proizvod predstavljen v oglasih, je treba, prvič, spomniti na to, da tožeča stranka ne navaja, v čem lahko cenovna razlika proizvodov za široko potrošnjo vpliva na stopnjo pozornosti povprečnih zadevnih potrošnikov (glej točko 51 zgoraj).

60 Drugič, odboru za pritožbe ni mogoče očitati, da ni analiziral oglasov, ki se uporabljajo v zadevnem sektorju, ker se tožeča stranka, kot je to potrdila med obravnavo, pred UUNT na te elemente ni sklicevala. Treba je spomniti, da je v obravnavanem primeru prijavitelj znamke tisti, ki mora dokazati, da je na zadevnem trgu stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov v zvezi z videzom proizvoda povišana (glej točko 54 zgoraj).

61 V vsakem primeru je glede primerov oglasov, ki so bili priloženi tožbam v zadevah od T-29/06 do T-31/06, treba pripomniti, da ni mogoče sklepati o tem, da zadevni potrošniki podobe tablet, ki se pojavljajo v televizijskih oglasih, zaznavajo drugače kot le predstavitev lastnosti proizvoda, kot je na primer dejstvo, da je sredstvo za pranje ali pomivanje v trdi obliki praktično za uporabo in da tableta vsebuje več barvnih sestavin. To drži še toliko bolj, ker povprečni potrošniki takrat, ko ne nakupujejo, proizvodom in znamkam, ki se nanje nanašajo, posvečajo še manj pozornosti (v tem smislu glej sodbo Sodišča z dne 12. januarja 2006 v zadevi Ruiz-Picasso in drugi proti UUNT, C-361/04 P, Recueil, str. I-643, točka 41, in zgoraj navedeno sodbo Storck proti UUNT, točka 72).

62 Glede na te zaključke in ne da bi se bilo treba izreči o dopustnosti tistih trditev, ki pred odborom za pritožbe niso bile navedene, je treba ugotoviti, da trditve, ki jih je navedla tožeča stranka, ne zadostujejo za dokaz, da povprečni potrošniki videzu tablete za pranje ali pomivanje posvečajo posebno pozornost ali da so jo navajeni zaznavati kot označbo njenega trgovskega izvora.

63 Zato je treba potrditi stališče odbora za pritožbe, v skladu s katerim stopnja pozornosti povprečnih potrošnikov glede oblike in vzorca tablete proizvoda za pranje ali pomivanje ni povišana.

Prijavljene znamke

64 Glede presoje razlikovalnega učinka vsake prijavljene znamke je treba presoditi, ali jo lahko glede na celoten vtis, ki ga daje kombinacija njene oblike, barv in vzorca, zadevni potrošniki zaznajo kot označbo njenega trgovskega izvora.

65 Ta presoja ni v neskladju s posamično presojo elementov, ki sestavljajo prijavljeno znamko (zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo, točka 54, in Pravokotna tableta z intarzijo, točka 54, potrjeni z zgoraj navedeno sodbo Sodišča v zadevi Procter & Gamble proti UUNT, točki 44 in 45).

66 Najprej, glede oblike zadevnih tablet je treba pojasniti, kot to med drugim izhaja iz primerov tablet, ki jih je predstavila tožeča stranka, da se pravokotne oblike običajno uporabljajo za tablete za proizvode za pranje ali pomivanje. Poleg tega enostavne geometrijske oblike, kot sta kvadrat ali trikotnik, običajno pridejo na misel za proizvode, ki so namenjeni pranju ali pomivanju (zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo, točka 56, in Pravokotna tableta z intarzijo, točka 56). Vendar zadevna oblika, kvadratna in celo kockasta, z rahlo zaobljenimi robovi, ki je enaka za vsako zadevno tableto, ne pomeni razlike, ki bi jo bilo mogoče enostavno zaznati v razmerju do običajnih oblik tablet za proizvode za pranje ali pomivanje.

67 Odbor za pritožbe je torej lahko menil – ne da bi se pri tem zmotil v presoji –, da je oblika tablete očitna za zadevni proizvod.

68 Glede prisotnosti dveh različnih barv v tableti za proizvod za pranje ali pomivanje je treba pojasniti, da je zadevna javnost navajena na prisotnost elementov različnih

barv v proizvodu za pranje ali pomivanje. Poleg tega zadevni potrošniki, ker oglaševanje proizvajalcev proizvodov za pranje ali pomivanje poudarja dejstvo, da barvni elementi kažejo na prisotnost različnih aktivnih snovi, njihovo prisotnost zaznava kot namig o določenih kakovostih proizvoda, ne pa kot označbo njegovega izvora (sodbi Sodišča prve stopnje z dne 19. septembra 2001 v zadevi Henkel proti UUNT (Okrogla rdeča in bela tableta), T-337/99, Recueil, str. II-2597, točka 51, in zadevi Procter & Gamble proti UUNT (Kvadratna bela tableta z zelenimi in bledo zelenimi madeži), T-118/00, Recueil, str. II-2731, točka 61).

69 V obravnavanem primeru uporaba dveh barv v zadevnih tabletah, torej bele in – odvisno od tablete – modre, zelene ali vijolične, ne odstopa od običajne predstavitve zadevnih proizvodov. Se zlasti tožeča stranka ne navaja, v čem naj bi bile te barve nenavadne za proizvode za pranje ali pomivanje.

70 Poleg tega iz izpodbijane odločbe nikakor ne izhaja, da odbor za pritožbe ne bi upošteval prisotnosti dveh barv. Čeprav je ta vidik tablete izrecno obravnavan le v izpodbijanih odločbah v zadevah T-346/05 (točka 23) in T-347/05 (točka 24), je treba pripomniti, da je prijavljena znamka v vsaki izpodbijani odločbi opisana z navedbo barv v prvih točkah obrazložitve. Poleg tega iz izpodbijanih odločb izhaja, da je odbor za pritožbe prevzel presojo preizkuševalca, ki se nahaja v okviru navedbe dejstev in izrecno obravnava barve.

71 Glede barvnega vzorca na eni strani tablete je treba spomniti, da je Sodišče prve stopnje razsodilo, da se na dodatek intarzije na sprednji strani tablete za proizvod za pranje ali pomivanje običajno pomisli pri kombinaciji različnih aktivih snovi (v tem smislu glej zgoraj navedeni sodbi Kvadratna tableta z intarzijo, točki 59 in 60, in Pravokotna tableta z intarzijo, točki 59 in 60).

72 Ker so zadevni potrošniki navajeni na dejstvo, da barvni elementi kažejo na prisotnost različnih aktivnih snovi v tableti (gle točko 68 zgoraj), ugotovitev iz prejšnje točke velja tudi za dodatek barvne intarzije. To ugotovitev sicer potrjujejo primeri embalaž tablet, ki jih je tožeča stranka predložila Sodišču prve stopnje in se nanašajo prav na dejstvo, da barvna intarzija – okrogla ali ovalna – kaže na prisotnost druge aktivne snovi.

73 V obravnavanem primeru je odbor za pritožbe poudaril, da dodatek vzorca na sprednji strani vsake tablete, opisan kot „[pravokotna, petkotna ali šestkotna] podoba v obliki cvetličnega vzorca s [štirimi, petimi ali šestimi] cvetnimi listi“ ali kot „nepravilna [osmerokotna] oblika z zaobljenimi robovi“ ali kot „podoba s cvetnimi listi“, tableti ne daje razločevalnega učinka. Odbor za pritožbe je navedel, da dodatek intarzije spada med očitne rešitve za kombinacijo različnih aktivnih snovi ter da je kombinacija oblike in vzorca zadevne tablete predstavljena kot povezava „dveh osnovnih geometrijskih oblik“ ali povezava „osnovne geometrijske oblike in neobičajne intarzije“, ki spadata med različice predstavitve proizvoda, na katere se običajno pomisli (točki 28 in 29 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05 ter ustrezne točke drugih izpodbijanih odločb).

74 Glede tega in v nasprotju s tem, kar zatrjuje tožeča stranka, iz zaključkov ne izhaja, da naj bi odbor za pritožbe s tem, da je zadevne vzorce primerjal z osnovno geometrijsko obliko, katerega koli od njih dojel napačno. Sodišče prve stopnje je namreč že potrdilo, da je mogoče nepravilno obliko opisati kot različico osnovnih geometrijskih oblik, če razlik v razmerju do osnovnih oblik ni mogoče enostavno zaznati (v tem smislu glej zgoraj navedeno sodbo Tableta jajčaste oblike, točke od 55 do 57). V obravnavani zadevi je torej odbor za pritožbe lahko primerjal simetričen vzorec zadevnih tablet, ki predstavlja cvetlični vzorec s štirimi, petimi ali šestimi cvetnimi listi, z različico pravokotne, petkotne ali šestkotne geometrijske oblike, ne da bi ta element dojel napačno.

75 Vendar ob upoštevanju enostavnosti zadevnih vzorcev in njihovega neizrazitega odmika v razmerju do osnovnih geometrijskih oblik, ki so najbolj primerne za dodatek aktivne sestavine na sredi tablete za pranje ali pomivanje, je odbor za pritožbe – ne da bi storil napako pri presoji – lahko štel, da naj bi se vsak zadeven vzorec zaznavalo kot intarzijo, ki ponazarja prisotnost druge aktivne sestavine.

76 Torej ni mogoče upoštevati niti trditve tožeče stranke, v skladu s katero naj se barvnega vzorca nobene od zadevnih tablet ne bi moglo zamenjati s katerim koli vidikom zadevnega proizvoda, niti trditve, v skladu s katero naj bi ta vzorec predstavljal element, ki bi lahko bistveno vplival na zaznavanje prijavljene znamke.

77 Nazadnje, odbor za pritožbe je v okviru presoje vtisa celotnega proizvoda za vsako prijavljeno znamko lahko upravičeno navedel, da je kombinacija oblike, barv in vzorca v vsaki tableti različica običajne predstavitve zadevnega proizvoda, ki ni primerna za prepoznavo, da izvira iz določenega podjetja, niti ni primerna za njegovo razlikovanje od proizvodov drugih podjetij, in da bodo zadevni povprečni potrošniki vsako prijavljeno znamko zaznali izključno kot obliko proizvoda za pranje ali pomivanje, ne pa kot označbo njegovega trgovskega izvora (točke od 30 do 33 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05 in ustrezne točke drugih izpodbijanih odločb).

78 Treba je namreč šteti, da dodatek simetrične podobe na sredini tablete, kot je ta, ki predstavlja vsakega od zadevnih vzorcev, bistveno ne spreminja videza tablete. Kombinacija kvadratne bele oblike zadevnih tablet z barvnim vzorcem, to je obravnavane cvetlične podobe s štirimi, petimi ali šestimi cvetnimi listi, se bistveno ne odmika od predstavitve, na katero se običajno pomisli pri tabletah za pranje ali pomivanje in v kateri so različne aktivne snovi okrasno razporejene.

79 Ob upoštevanju zgoraj navedenega tožeča stranka ne more utemeljeno zatrjevati, da naj odbor za pritožbe ne bi upošteval vtisa celote vsake od prijavljenih znamk in da naj ne bi priznal, da lahko znak izpolnjuje več funkcij hkrati.

80 Poleg tega je treba – ker tožeča stranka graja obrazložitev izpodbijanih odločb, ki se nanaša na presojo vtisa celote vsake od zadevnih tablet – pripomniti, da iz navedenih določb ne izhaja, da bi bila zadevna presoja odbora za pritožbe pretirano zahtevna ali ne bi bila pravilna. Čeprav se je namreč odbor za pritožbe primeroma skliceval na dejstvo, da na tableti ni „imena, loga ali znaka“ in da manjka „poseben, izjemen in neobičajen“ značaj njenega vzorca, se je v resnici oprl na dejstvo, da ni predstavitvenega elementa, ki bi lahko vplival na zaznavo zadevnih povprečnih potrošnikov, in na dejstvo, da ni vzorca, ki bi ga ti potrošniki lahko zaznali in si ga zapomnili (točka 31 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05 in ustrezne točke drugih izpodbijanih odločb).

81 Poleg tega je treba spomniti, da neobstoja razlikovalnega učinka znamke ne moreta omajati niti število podobnih oblik na trgu (sodba Sodišča prve stopnje z dne 19. septembra 2001 v zadevi Henkel proti UUNT (Pravokotna rdeča in bela tableta), T-335/99, Recueil, str. II-2581, točka 57, potrjena s sodbo Sodišča z dne 29. aprila 2004 v združenih zadevah Henkel proti UUNT, C-456/01 P in C-457/01 P, Recueil, str. I-5089, točka 62) niti neobstoj oblik na trgu, ki bi bile enake obliki, katere registracija se zahteva (v tem smislu glej sodbo Sodišča z dne 31. maja 2006 v zadevi De Waele proti UUNT (Oblika klobasice), T-15/05, Recueil, str. II-1511, točka 40).

82 Tako je odbor za pritožbe v obravnavni zadevi lahko upravičeno štel, da je vsaka prijavljena znamka pomenila različice elementov, na katere se običajno pomisli pri zadevnih proizvodih, čeprav podobna kombinacija na trgu ni bila prisotna. Zato tožeča stranka s trditvijo, da naj na trgu ne bi bilo tablet, ki bi vsebovale barvni vzorec, ne more uspeti.

83 Neobstoja razlikovalnega učinka tudi ne more omajati dejstvo, da odbor za pritožbe ni navedel konkretnih primerov tablet za pranje ali pomivanje, ki se uporabljajo na tržišču. Tak zaključek lahko namreč zakonito temelji na splošno znanih dejstvih, ki izhajajo iz praktičnih izkušenj, splošno pridobljenih na podlagi trženja proizvodov za široko potrošnjo, ne da bi bilo treba navesti konkretne primere (v tem smislu glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 10. novembra 2004 v zadevi Storck proti UUNT (Oblika ovitka za bombon), T-402/02, ZOdl., str. II-3849, točka 58).

84 Glede trditev v zvezi s prejšnjimi registracijami, ki jih je opravil UUNT, je treba spomniti, da je v skladu z ustaljeno sodno prakso treba zakonitost odločb odbora za pritožbe presojati samo na podlagi Uredbe št. 40/94, ne pa na podlagi prakse pri odločanju iz časa pred sprejetjem te uredbe (glej sodbo Sodišča z dne 12. januarja 2006 v zadevi Deutsche SiSi-Werke proti UUNT, C-173/04 P, Recueil, str. I-551, točka 48 in navedena sodna praksa).

85 V vsakem primeru je treba pojasniti, da v obravnavanem primeru predhodne registracije, na katere se sklicuje tožeča stranka, ne omogočajo, da bi se dokazal razlikovalni učinek prijavljenih znamk.

86 Prvič, glede registracij elementarnih geometrijskih oblik in cvetličnih podob kot znamk Skupnosti je treba spomniti, da povprečni potrošniki ne zaznavajo enako figurativnega znaka, ki ni odvisen od videza proizvodov, ki jih označuje, in elementov tridimenzionalnega znaka, ki se zamenjuje z videzom proizvoda (glej točko 43 zgoraj). Drugič, zatrjevane podobnosti med podobami s šestimi cvetnimi listi določenih prijavljenih znamk (zadeve T-241/05, T-262/05 in T-346/05) in logom Ariela ni mogoče zaznati na preprost način. Tretjič, glede tridimenzionalnih znamk Skupnosti v obliki tablet, ki vsebujejo podobe, ki spominjajo na črko „s“, na simbol „jin-jang“ in na kapljico vode, je treba pripomniti, da te vsebujejo elemente, ki jih ni mogoče primerjati s tistimi, ki jih vsebujejo prijavljene znamke.

87 Glede registracije nekaterih od zadevnih znakov pri uradu Beneluksa za znamke v skladu z ustaljeno sodno prakso velja, da registracije, ki se opravijo v državah članicah, pomenijo dejavnike, ki sicer niso odločilni, vendar jih je mogoče upoštevati pri registraciji znamke Skupnosti (v tem smislu glej zgoraj navedeno sodbo Okrogla rdeča in bela tableta, točka 58 in navedena sodna praksa). Vendar tožeča stranka ni navedla ničesar, kar bi bilo v obravnavani zadevi mogoče izpeljati iz odločbe urada Beneluksa za znamke.

88 Nazadnje, glede očitka tožeče stranke glede upoštevanja zahteve, da je osnovne geometrijske oblike treba pustiti proste za promet, ki izhaja iz obrazložitve sedmih od devetih izpodbijanih odločb (za ponazoritev glej točke od 35 do 39 izpodbijane odločbe v zadevi T-241/05), je treba pripomniti, da je ta trditev, ki zagotovo ni pravno utemeljena, v odločbah izrecno navedena le zaradi dodatne obrazložitve in torej ne more utemeljiti njihove razveljavitve.

89 Iz tega sledi, da je treba trditev, ki temelji na teh neustreznih navedbah, zavrniti kot neutemeljeno.

90 Ob upoštevanju zgoraj navedenega je treba ugotoviti, da je odbor za pritožbe za vsako prijavljeno znamko pravno zadostno dokazal, da glede na celoten vtis, ki ga daje kombinacija oblike, barv in vzorca zadevnih tablet, te zadevnim povprečnim potrošnikom, ko se odločajo med nakupovanjem, ne omogočajo prepoznave trgovskega izvora zadevnih proizvodov.

91 Zato je treba tožbe kot neutemeljene zavrniti.

Stroški

92 V skladu s členom 87(2) Poslovnika Sodišča prve stopnje se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. Ker tožeča stranka s predlogi ni uspela, se ji v skladu s predlogi UUNT naloži plačilo stroškov postopka.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (četrti senat)

razsodilo:

1. Tožbe se zavrne.

2. Tožeči stranki se naloži plačilo stroškov postopka.

Legal Vadapalas Wahl

Razglašeno na obravnavi v Luxembourgu, 23. maja 2007.

Sodni tajnik Predsednik

E. Coulon H. Legal