

ROZSUDEK SOUDU (prvního senátu)

6. listopadu 2007<sup>\*</sup>

Ve věci T-28/06,

**RheinfelsQuellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG**, se sídlem v Duisburgu (Německo), zastoupená W. Kellenterem a A. Lambrechtem, advokáty,

žalobkyně,

proti

**Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM)**, zastoupenému G. Schneiderem, jako zmocněncem,

žalovanému,

<sup>\*</sup> Jednací jazyk: němčina.

jejímž předmětem je žaloba podaná proti rozhodnutí druhého odvolacího senátu OHIM ze dne 17. listopadu 2005 (věc R 1179/2004-2), týkajícímu se přihlášky slovní ochranné známky VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN k zápisu jako ochranné známky Společenství,

SOD PRVNÍHO STUPNĚ  
EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ (první senát),

ve složení J. D. Cooke, předseda, I. Labucka a M. Prek, soudci,  
vedoucí soudní kanceláře: K. Andová, rada,

s přihlédnutím k žalobě došlé kanceláři Soudu dne 24. ledna 2006,

s přihlédnutím k vyjádření k žalobě došlému kanceláři Soudu dne 13. dubna 2006,

po jednání konaném dne 15. května 2007,

vydává tento

## **Rozsudek**

### **Skutečnosti předcházející sporu**

- 1 Dne 8. srpna 2002 žalobkyně podala u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM) přihlášku ochranné známky Společenství na základě nařízení Rady (ES) č. 40/94 ze dne 20. prosince 1993 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. 1994, L 11, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 146), ve znění pozdějších předpisů.
  
- 2 Ochrannou známkou, jejíž zápis byl požadován, je slovní označení VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN.
  
- 3 Dotčené výrobky, pro které je zápis požadován, spadají do tříd 32 a 33 ve smyslu Niceské dohody o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, ve znění změn a doplňků, a odpovídají pro každou z těchto tříd následujícímu popisu:
  - „pivo; minerální vody, sodovky a ostatní nealkoholické nápoje; ovocné nápoje a ovocné šťávy; sirupy a ostatní přípravky na výrobu nápojů; směsi těchto nápojů“ spadající do třídy 32;

– „alkoholické nápoje, s výjimkou piv“ spadající do třídy 33.

- 4 Rozhodnutím ze dne 20. října 2004 průzkumový referent přihlášku k zápisu na základě článku 38 nařízení č. 40/94 zamítl z důvodu, že slovní označení postrádá jakoukoli rozlišovací způsobilost.
- 5 Dne 20. prosince 2004 podala žalobkyně k OHIM proti rozhodnutí průzkumového referenta odvolání na základě článků 57 až 62 nařízení č. 40/94.
- 6 Rozhodnutím ze dne 17. listopadu 2005 (dále jen „napadené rozhodnutí“) druhý odvolací senát odvolání zamítl z důvodu, že dotčené označení je popisné, a vztahuje se tak na něj čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94.

### **Návrhová žádání účastníků řízení**

- 7 Žalobkyně navrhuje, aby Soud:

- zrušil napadené rozhodnutí;
- uložil OHIM náhradu nákladů řízení.

8 OHIM navrhuje, aby Soud:

– zamítl žalobu;

– uložil žalobkyni náhradu nákladů řízení.

### **Právní otázky**

9 Žalobkyně vznáší dva žalobní důvody směřující ke zrušení napadeného rozhodnutí, vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. c) a čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94.

### **Argumenty účastníků řízení**

10 Pokud jde o žalobní důvod vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, žalobkyně tvrdí, že přihlášená ochranná známka není tvořena výlučně údaji popisujícími základní vlastnosti výrobků, pro které je zápis požadován.

11 V tomto ohledu nejprve tvrdí, že sporné slovní označení je výsledkem neobvyklé a osobité tvorby a v německém jazyce nepředstavuje běžnou slovní složeninu.

- 12 Dále uplatňuje, že neexistuje současný ani budoucí požadavek na disponibilitu tohoto sloganu, pokud jde o dotčené výrobky. Jak slovní složenina jako celek, tak její jednotlivé prvky totiž pro označování nápojů, a zvláště minerálních vod nejsou běžně užívány.
- 13 Konečně žalobkyně uplatňuje nejednoznačnou povahu sporného sloganu v německém jazyce. Tato nejednoznačnost vyplývá z abstraktní povahy slova „ursprung“ a jeho různých možných výkladů v kontextu dotčených výrobků, jakož i z nejednoznačné povahy a neexistence jasného významu výrazu „vollkommen“ v kontextu nápojů. Z toho vyplývá, že slovní složenina „vom ursprung her vollkommen“ rovněž postrádá jasný a přímo popisný význam. Navíc nejvýznamnější slova sloganu nepopisují určité základní vlastnosti dotčených výrobků přímo a jasně, ať už samy o sobě, či ve spojení.
- 14 OHIM nejprve tvrdí, že pro účely posouzení popisné povahy označení stačí, že toto označení může být na trhu nebo v běžném jazyce užíváno, a nikoli, že tomu tak skutečně je.
- 15 OHIM dále zdůrazňuje, že zápis označení musí být zamítnut, jestliže alespoň jeden z jeho významů označuje vlastnost dotčených výrobků nebo služeb. Nejvýznamnější slova dotčeného označení přitom mají v kontextu sloganu jasný význam, a sice, že výrobky, které označuje, jsou od počátku dokonalé.
- 16 Konečně z pojmového hlediska se OHIM domnívá, že otázka, zda jsou z hospodářského hlediska vlastnosti výrobků, které mohou být popsány, základní, či vedlejší, nehraje žádnou roli. Jakost základních substancí je v projednávaném případě popsána jako dokonalá. Není tedy namístě určovat, zda tato jakost slouží spotřebiteli jako základní kritérium pro výběr výrobků, či zda odkaz na jakost nepopisuje

určité základní vlastnosti výrobků. Pro použití ustanovení čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 stačí, že slogan jako celek je na první pohled obecně přístupný dotyčnému spotřebiteli, který jej chápe jako údaj o jakosti, a to údaj o dokonalé jakosti od samého počátku.

## Závěry Soudu

- 17 Podle čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 se do rejstříku nezapíší „ochranné známky, které jsou tvořeny výlučně označeními nebo údaji, které mohou sloužit v oblasti obchodu k označení druhu, jakosti, množství, účelu, hodnoty, zeměpisného původu nebo doby výroby výrobků nebo poskytnutí služby nebo jiných jejich vlastností“.
- 18 Tím, že tento článek zakazuje zápis takových označení, sleduje cíl obecného zájmu, který vyžaduje, aby označení nebo údaje popisující vlastnosti výrobků nebo služeb, pro které se požaduje zápis, mohli volně používat všichni. Brání tudíž tomu, aby taková označení nebo údaje byly vyhrazeny jedinému podniku z důvodu jejich zápisu jakožto ochranné známky (rozsudek Soudního dvora ze dne 23. října 2003, OHIM v. Wrigley, C-191/01 P, Recueil, s. I-12447, bod 31).
- 19 Krom toho označení, kterých se týká čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, jsou označeními, o nichž se má za to, že nejsou způsobilá vykonávat základní funkci ochranné

známky, a sice funkci označení obchodního původu výrobku nebo služby tak, aby spotřebitel, který získá výrobek nebo službu označené ochrannou známkou, mohl při dalším nabytí učinit stejnou volbu, pokud byla jeho zkušenost pozitivní, nebo jinou volbu, pokud byla tato zkušenost negativní [rozsudky Soudu ze dne 27. února 2002, *Ellos v. OHIM (ELLOS)*, T-219/00, Recueil, s. II-753, bod 28, a ze dne 27. listopadu 2003, *Quick v. OHIM (Quick)*, T-348/02, Recueil, s. II-5071, bod 28].

- 20 Označeními nebo údaji, na které se vztahuje čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, jsou tedy pouze označení nebo údaje, které mohou při běžném užívání z pohledu spotřebitele sloužit ať přímo, nebo uvedením jedné z jejich základních vlastností k označení takového výrobku nebo služby, pro které je zápis požadován (rozsudek Soudního dvora ze dne 20. září 2001, *Procter & Gamble v. OHIM*, C-383/99 P, Recueil, s. I-6251, bod 39). Posouzení popisné povahy označení tedy může být provedeno pouze jednak ve vztahu k dotčeným výrobkům nebo službám, a jednak ve vztahu k vnímání relevantní veřejností [rozsudek Soudu ze dne 16. března 2006, *Telefon & Buch v. OHIM – Herold Business Data (WEISSE SEITEN)*, T-322/03, Sb. rozh. s. II-835, bod 90].
- 21 Je třeba konečně připomenout, že kritéria stanovená judikaturou za účelem určení, zda slovní ochranná známka složená z několika slovních prvků je popisná, či nikoli, jsou totožná s kritérii použitými v případě slovního označení, které obsahuje pouze jediný slovní prvek.
- 22 V projednávaném případě jsou výrobky, kterých se týká přihláška ochranné známky, alkoholické a nealkoholické nápoje spadající do tříd 32 a 33. Jde o zboží běžné spotřeby, které je určeno široké veřejnosti a které je distribuováno nejen prostřed-



nictvím maloobchodu (supermarkety, obchodní centra nebo obchodní domy) nebo specializovaného obchodu a specializovaného zásilkového obchodu, ale také v restauracích a kavárnách. Odvolací senát tedy správně rozhodl, že je třeba zohlednit hledisko průměrného spotřebitele, běžně informovaného a přiměřeně pozorného a obezřetného [viz v tomto smyslu rozsudek Soudního dvora ze dne 22. června 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, s. I-3819, bod 26, a rozsudek Soudu ze dne 7. června 2001, DKV v. OHIM (EuroHealth), T-359/99, Recueil, s. II-1645, bod 27].

23 Krom toho vzhledem k tomu, že se dotčené slovní označení skládá ze slov německého jazyka, je relevantní cílovou veřejností německy hovořící veřejnost. Podle čl. 7 odst. 2 nařízení č. 40/94 je tak relevantní veřejností, ve vztahu k níž je třeba posuzovat absolutní důvod pro zamítnutí zápisu, průměrný německy hovořící spotřebitel [viz v tomto smyslu výše uvedený rozsudek Soudu ELLOS, bod 31, a rozsudek ze dne 12. ledna 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS v. OHIM (EUROPREMIUM), T-334/03, Sb. rozh. s. II-65, bod 28].

24 Pokud jde o význam výrazu „vom ursprung her vollkommen“, z bodů 34 až 40 napadeného rozhodnutí, jakož i z vysvětlení poskytnutých OHIM v jeho vyjádření k žalobě a na jednání vyplývá, že toto označení vyjadřuje přímo vnímatelným způsobem, že výrobky, které označuje, jsou dokonalé od samého počátku, tedy od základů, a že se jim tedy není možno vyrovnat, že jsou bezvadné a nevyžadují žádnou úpravu ani žádné vylepšení. Slogan tak jasně uvádí, že vysoká jakost výrobku se zakládá na jakosti původního produktu. OHIM má totiž za to, že v tomto sloganu podstatné jméno „ursprung“ odkazuje na zdroj, na původ, zatímco přídavné jméno „vollkommen“ evokuje dokonalost, tedy maximální jakost.

25 Pokud jde o povahu vztahu existujícího mezi sloganem a dotčenými výrobky, má odvolací senát za to, že vlastnostmi alkoholických a nealkoholických nápojů, které

označuje, jakož i základních substancí a přípravků sloužících k jejich přípravě, je jejich dokonalost od samého počátku, tedy počínaje zdrojem nebo místem původu.

26 Zohlední-li se samotné označení, výrobky, pro které je zápis požadován, a pochopení tohoto označení relevantní veřejností, je posouzení popisné povahy přihlášené ochranné známky odvolacím senátem správné.

27 Pokud jde zaprvé o tvrzení žalobkyně založené na neobvyklé povaze sporné slovní složeniny, prokázané zejména tím, že internetový vyhledávač nenalezne žádný případ výskytu výrazu „vom ursprung her vollkommen“, výše uvedené tvrzení nemůže ovlivnit toto posouzení.

28 Tento slogan je totiž jednak gramaticky správný a v německém jazyce nepředstavuje neobvyklé spojení či spojení upoutávající pozornost. Kromě toho z judikatury vyplývá, že k tomu, aby byl zamítnut zápis na základě čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, není nezbytné, aby označení a údaje tvořící ochrannou známku, na kterou se vztahuje tento článek, byly v okamžiku podání přihlášky skutečně užívány pro účely popisu výrobků nebo služeb, pro které je přihláška podána, nebo vlastností těchto výrobků nebo služeb. Jak uvádí samotné znění tohoto ustanovení, stačí, když tato označení a údaje mohou být pro takové účely používány (rozsudek Soudního dvora ze dne 12. února 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Recueil, s. I-1619, bod 97, a výše uvedený rozsudek OHIM v. Wrigley, bod 32, a usnesení Soudního dvora ze dne 5. února 2004, Telefon & Buch v. OHIM, C-326/01 P, Recueil, s. I-1371, bod 28).

29 Zadruhé žalobkyně nesprávně tvrdí, že požadavek na disponibilitu, pokud jde o výraz „vom ursprung her vollkommen“, neexistuje z důvodu, že tato slovní složenina není pro označování nápojů obvyklá.

30 Je však třeba zdůraznit, že významná slova tvořící přihlášenou ochrannou známku již byla ve sloganech týkajících se nápojů použita. OHIM v tomto ohledu uvádí následující příklady: „vollkommener genuß“ společnosti Efes Pilsener, „gerolsteiner. einfach vollkommen“ společnosti Gerolsteiner, „in jeder weise vollkommen“ společnosti Jacobs Kaffee, „ursprung des biers“ společnosti Weihenstephan, nebo také „so gesund wie sein ursprung“ společnosti Volvic. Skutečnost, že nemohl být uveden žádný příklad sloganu obsahujícího obě významná slova tvořící sporné označení, nemá na závěr OHIM o existenci požadavku na disponibilitu vliv. Z judikatury citované v bodě 28 výše vyplývá, že stačí, když tato označení a údaje mohou být používány pro účely popisu výrobků nebo služeb.

31 Je třeba navíc připomenout, že Soudní dvůr měl za to, že použití čl. 3 odst. 1 písm. c) první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (Úř. věst. 1989, L 40, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 92), jehož znění je totožné se zněním čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, nezávisí na tom, zda existuje konkrétní, současný a vážný požadavek na disponibilitu [rozsudek Soudního dvora ze dne 4. května 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 a C-109/97, Recueil, s. I-2779, bod 35; rozsudek Soudu ze dne 20. března 2002, DaimlerChrysler v. OHIM (CARCARD), T-356/00, Recueil, s. II-1963, bod 27]. Pro účely použití uvedeného čl. 7 odst. 1 písm. c) je třeba pouze přezkoumat na základě relevantního významu dotčeného slovního označení, zda z hlediska dotčené veřejnosti existuje dostatečně přímý a konkrétní vztah mezi označením a výrobky nebo službami, pro které je zápis požadován [viz rozsudek Soudu ze dne 20. července 2004, Lissotschenko a Hentze v. OHIM (LIMO), T-311/02, Sb. rozh. s. II-2957, bod 30 a citovaná judikatura].

32 Zatřetí postrádá relevanci tvrzení žalobkyně, že jak výraz jako celek, tak prvky, které jej tvoří, jsou nejednoznačné, je možno je vykládat různě, mohou být chápány několika způsoby, a nemají tak jasný a stanovený význam. Zohlední-li se totiž výrobky a služby, pro které je zápis požadován, ukáže se, že význam přiznaný odvolacím senátem je správný. Je přitom namístež jednak připomenout, že pro uplatnění čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 stačí, aby slovní označení alespoň v jednom ze svých potenciálních významů označovalo vlastnost dotčených výrobků nebo služeb (viz v tomto smyslu obdobně výše uvedený rozsudek Koninklijke KPN Nederland, bod 32). Kromě toho je třeba v případě slovní ochranné známky složené z více prvků zohlednit relevantní význam této ochranné známky, stanovený na základě všech prvků, ze kterých se tato ochranná známka skládá, a nikoli na základě pouze jednoho z těchto prvků.

33 V tomto ohledu, ačkoli slovo „ursprung“ může mít několik významů, má v kontextu sloganu jasný význam, a sice význam „zdroje“ nebo „původu“. Stejně tak, ačkoli výraz „vollkommen“ může být vykládán jako přídavné jméno nebo příslovce, nezdá se, že by mohl být v rámci sloganu vnímán jinak než jako přídavné jméno. Argument žalobkyně, že výraz jako celek je nejednoznačný, se tak zakládá pouze na popisu možných významů různých prvků, které jej tvoří.

34 V tomto ohledu je sémantický výklad přihlášené ochranné známky provedený OHIM potvrzen výsledkem internetové rešerše provedené žalobkyní, který žalobkyně uplatnila v rámci svého druhého žalobního důvodu. Jde o větu „wasser muss vom ursprung her vollkommen sein“ (voda musí být dokonalá od samého počátku), která pochází z internetové stránky týkající se výrobků uváděných na trh samotnou žalobkyní. Nezdá se tedy, že by výraz byl nejednoznačný.

- 35 Krom toho žalobkyně nesprávně tvrdí, že slogan nemůže mít pro dotčeného spotřebitele smysl, poněvadž neexistuje dokonalá voda, pivo, limonáda nebo také ovocná šťáva od jejich samotného počátku, neboť tyto jednotlivé výrobky musejí být nezbytně předmětem různých procesů filtrace, čištění, mikrobiologické úpravy a nasycení oxidem uhličitým, nebo také fermentace předtím, než jsou plněny do láhví. V rámci posuzování absolutního důvodu pro zamítnutí zápisu uvedeného v čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 je totiž otázka, zda přihlášená ochranná známka má technický smysl, irelevantní.
- 36 Konečně má Soud za to, že odkaz, jež pojmový obsah přihlášené ochranné známky činí na vlastnosti výrobků, na něž se vztahuje přihláška k zápisu, a sice alkoholických a nealkoholických nápojů spadajících do tříd 32 a 33, je dostatečně přímý a konkrétní.
- 37 Slogan se totiž jasně týká čistoty a dokonalosti základních substancí nápojů, a zejména čistoty a dokonalosti používané vody. Čistota a dokonalost základních substancí přitom mají pro výrobky spadající do třídy 32 a 33 zvláštní význam. Pokud jde o minerální vody, primární dokonalost používané pramenité vody je rozhodujícím faktorem pro stanovení jakosti nápoje jak z hlediska chuti, tak z hlediska zdraví. Pokud jde o ovocné šťávy, pivo a ostatní alkoholické nápoje, původ jejich základních substancí je rovněž velmi významným faktorem pro stanovení jakosti těchto výrobků.
- 38 Soud tak má za to, že slova sama o sobě či ve spojení odkazují přímo a jasně na vlastnosti dotčených výrobků, a že tudíž žalobkyně nesprávně tvrdí, že označení odkazuje nanejvýš na vnímání nebo na velmi obecný pozitivní pocit.

39 Je třeba dodat, že lze rozumně připustit, že primární čistota a dokonalost základních substancí nápojů jsou vlastnostmi, které jsou zohledňovány při výběru dotyčného spotřebitele.

40 Z hlediska dotčené veřejnosti tudíž existuje dostatečně přímý a konkrétní vztah mezi dotčenou slovní složeninou a výrobky spadajícími do tříd 32 a 33.

41 Za těchto podmínek se zdá, že žalobkyně nepředložila žádný argument, který by mohl odůvodnit zrušení napadeného rozhodnutí, ve kterém odvolací senát zápis přihlášené ochranné známky zamítl z důvodu její popisné povahy.

42 Z toho vyplývá, že první žalobní důvod vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94 musí být zamítnut.

43 Za těchto podmínek není namístě přezkoumávat žalobní důvod vycházející z porušení čl. 7 odst. 1 písm. b) nařízení č. 40/94. Podle ustálené judikatury totiž k tomu, aby označení nemohlo být zapsáno jako ochranná známka Společenství, postačuje uplatnění jednoho z absolutních důvodů pro zamítnutí zápisu vyjmenovaných v čl. 7 odst. 1 nařízení č. 40/94 [rozsudek Soudního dvora za dne 19. září 2002, DKV v. OHIM, C-104/00 P, Recueil, s. I-7561, bod 29; rozsudky Soudu ze dne

26. října 2000, *Community Concepts v. OHIM (Investorworld)*, T-360/99, Recueil, s. II-3545, bod 26; ze dne 31. ledna 2001, *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld v. OHIM (Giroform)*, T-331/99, Recueil, s. II-433, bod 30; ze dne 20. listopadu 2002, *Bosch v. OHIM (Kit Pro a Kit Super Pro)*, T-79/01 a T-86/01, Recueil, s. II-4881, bod 36, a výše uvedený rozsudek LIMO, bod 49].

44 Navíc podle judikatury platí, že slovní ochranná známka, která popisuje vlastnosti výrobků nebo služeb ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení č. 40/94, na základě této skutečnosti nezbytně postrádá rozlišovací způsobilost ve vztahu ke stejným výrobkům nebo službám ve smyslu čl. 7 odst. 1 písm. b) téhož nařízení [rozsudky Soudu ze dne 12. ledna 2005, *Wieland-Werke v. OHIM (SnTEM, SnPUR, SnMIX)*, T-367/02 až T-369/02, Sb. rozh. s. II-47, bod 46, a ze dne 10. října 2006, *PTV v. OHIM (map&-guide)*, T-302/03, Sb. rozh. s. II-4039, body 33 a 34; viz obdobně rozsudek Soudního dvora ze dne 12. února 2004, *Campina Melkunie*, C-265/00, Recueil, s. I-1699, bod 19].

45 V důsledku toho je třeba žalobu zamítnout.

## **K nákladům řízení**

46 Podle čl. 87 odst. 2 jednacího řádu Soudu se účastník řízení, který neměl úspěch ve věci, uloží náhrada nákladů řízení, pokud to účastník řízení, který měl ve věci úspěch, požadoval. Vzhledem k tomu, že OHIM požadoval náhradu nákladů řízení a žalobkyně neměla ve věci úspěch, je namístež posleďně uvedené uložit náhradu nákladů řízení.

Z těchto důvodů

Soud (první senát)

rozhodl takto:

- 1) **Žaloba se zamítá.**
  
- 2) **Rheinfelsquellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG se ukládá náhrada nákladů řízení.**

Cooke

Labucka

Prek

Takto vyhlášeno na veřejném zasedání v Lucemburku dne 6. listopadu 2007.

Vedoucí soudní kanceláře

Předseda

E. Coulon

J. D. Cooke