



Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK TRIBUNÁLU (prvního senátu)

14. května 2013*

„Ochranná známka Společenství — Námitkové řízení — Přihláška obrazové ochranné známky Společenství znázorňující kuře — Starší národní obrazová ochranná známka znázorňující kuře — Relativní důvod pro zamítnutí — Podobnost výrobků a služeb — Článek 8 odst. 1 písm. b) nařízení (ES) č. 207/2009“

Ve věci T-249/11,

Sanco, SA, se sídlem v Barceloně (Španělsko), zastoupená A. Segurou Rodou, advokátem,

žalobkyně,

proti

Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM), zastoupenému J. Crespem Carrillem, jako zmocněncem,

žalovanému,

přičemž další účastníci řízení před odvolacím senátem OHIM byla

Marsalman, SL, se sídlem v Barceloně,

jejímž předmětem je žaloba na neplatnost podaná proti rozhodnutí druhého odvolacího senátu OHIM ze dne 17. února 2011 (věc R 1073/2010-2) týkajícímu se námitkového řízení mezi společnostmi Sanco, SA, a Marsalman, SL,

TRIBUNÁL (první senát),

ve složení J. Azizi (zpravodaj), předseda, S. Frimodt Nielsen a E. Buttigieg, soudci,

vedoucí soudní kanceláře: E. Coulon,

s přihlédnutím k žalobě došlé kanceláři Tribunálu dne 10. května 2011,

s přihlédnutím k vyjádření k žalobě došlému kanceláři Tribunálu dne 14. září 2011,

s ohledem na to, že účastníci řízení ve lhůtě jednoho měsíce od doručení oznámení o ukončení písemné části řízení nepředložili žádost o nařízení jednání, a poté, co za těchto okolností na základě zprávy soudce zpravodaje a podle článku 135a jednacího řádu Tribunálu rozhodl, že žalobu projedná bez ústní části řízení,

* Jednací jazyk: španělština.

vydává tento

Rozsudek

Skutečnosti předcházející sporu

- 1 Dne 18. února 2008 podala společnost Marsalman, SL, 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 [nahrazeného nařízením Rady (ES) č. 207/2009 ze dne 26. února 2009 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. L 78, s. 1)].
- 2 Ochrannou známkou, jejíž zápis byl požadován, je následující obrazové označení:



- 3 Výrobky a služby, pro které byl zápis požadován, spadají do tříd 29, 35 a 39 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 pro každou z těchto tříd odpovídají následujícímu popisu:
 - třída 29: „Kuřata“;
 - třída 35: „Reklamní služby, obchodní zastupování, franšizing, vývoz a dovoz; velkoobchod a maloobchod se všemi druhy potravin a prodej všech druhů potravin prostřednictvím globálních počítačových sítí“;
 - třída 39: „Dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat“.
- 4 Přihláška ochranné známky Společenství byla zveřejněna ve *Věstníku ochranných známek Společenství* č. 28/2008 ze dne 14. července 2008.
- 5 Dne 14. října 2008 podala žalobkyně, společnost Sanco, SA, proti zápisu přihlášené ochranné známky na základě článku 42 nařízení č. 40/94 (nyní článek 41 nařízení č. 207/2009) námitky týkající se výrobků a služeb uvedených v bodě 3 výše.

- 6 Námitky byly založeny na španělské starší obrazové ochranné známce vyobrazené níže:



- 7 Tato ochranná známka se vztahovala na výrobky spadající do tříd 29 a 31 a pro každou z těchto tříd odpovídá následujícímu popisu:
- třída 29: „Maso, drůbež a zvěřina; masové extrakty“;
 - třída 31: „Živá zvířata“.
- 8 Důvodem uplatněným na podporu námitek byl důvod uvedený v čl. 8 odst. 1 písm. a) a b) nařízení č. 40/94 [nyní čl. 8 odst. 1 písm. a) a b) nařízení č. 207/2009].
- 9 Dne 13. dubna 2010 námitkové oddělení námítkám částečně vyhovělo, když zápis přihlášené ochranné známky zamítlo pro „kuřata“ spadající do třídy 29 a pro „velkoobchod a maloobchod se všemi druhy potravin a prodej všech druhů potravin prostřednictvím globálních počítačových sítí“ spadající do třídy 35. Námitkové oddělení naproti tomu námitky zamítlo pro „reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing, vývoz a dovoz“ spadající do třídy 35 a pro „dopravní služby, ustájení a distribuci kuřat“ spadající do třídy 39.
- 10 Dne 14. června 2010 podala žalobkyně proti rozhodnutí námitkového oddělení k OHIM na základě článků 58 až 64 nařízení č. 207/2009 odvolání v rozsahu, v němž její námitky částečně zamítlo.
- 11 Rozhodnutím ze dne 17. února 2011 (dále jen „napadené rozhodnutí“) druhý odvolací senát OHIM odvolání zamítl a rozhodnutí námitkového oddělení potvrdil v rozsahu, v němž námitky částečně zamítlo. Odvolací senát měl za to, že se relevantní veřejnost skládá jak z průměrných spotřebitelů náležejících k široké veřejnosti, tak z průměrných spotřebitelů náležejících ke specializované veřejnosti. Kromě toho měl odvolací senát za to, že služby, na které se vztahuje přihlášená ochranná známka, a sice „reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing, vývoz a dovoz“ a „dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat“, nejsou podobné výrobkům, na které se vztahuje starší ochranná známka, a sice „masu, drůbeži a zvěřině; masovým extraktům“ a „živým zvířatům“. S ohledem na neexistenci

podobnosti mezi výrobky a službami, na které se vztahují kolidující označení, dospěl odvolací senát k závěru, že mezi přihlášenou ochrannou známkou a národní starší obrazovou ochrannou známkou neexistuje nebezpečí záměny a není nezbytné provádět srovnání sporných označení.

Návrhová žádání účastníků řízení

12 Žalobkyně navrhuje, aby Tribunál:

- zrušil napadené rozhodnutí a zamítl zápis přihlášené ochranné známky pro všechny výrobky a služby v ní uvedené;
- uložil OHIM náhradu nákladů řízení.

13 OHIM navrhuje, aby Tribunál:

- zamítl žalobu;
- uložil žalobkyni náhradu nákladů řízení.

Právní otázky

1. K návrhu na zrušení napadeného rozhodnutí

Úvodní úvahy

- 14 V napadeném rozhodnutí měl odvolací senát v podstatě za to, že jelikož výrobky chráněné starší ochrannou známkou a „reklamní služby, obchodní zastupování, franšizing, vývoz a dovoz“ a „dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat“, kterých se týká přihlášená ochranná známka, podobné nejsou, mezi dotčenými ochrannými známkami neexistuje nebezpečí záměny ve smyslu čl. 8 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009 a není nezbytné provádět srovnání dotčených označení (body 22 a 25 napadeného rozhodnutí). Žalobkyně se domnívá, že napadené rozhodnutí porušilo čl. 8 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009, neboť výrobky, na které se vztahuje starší ochranná známka, a uvedené služby, kterých se týká přihlášená ochranná známka, podobné jsou.
- 15 V tomto ohledu je třeba připomenout, že podle čl. 8 odst. 1 písm. b) nařízení č. 2007/2009 se na základě námitek majitele starší ochranné známky přihlášená ochranná známka nezapíše, pokud z důvodu totožnosti nebo podobnosti se starší ochrannou známkou a totožnosti nebo podobnosti výrobků nebo služeb, na které se ochranná známka vztahuje, existuje nebezpečí záměny u veřejnosti na území, na kterém je starší ochranná známka chráněna.
- 16 Z toho vyplývá, že jestliže výrobky a služby, na které se dotčená označení vztahují, nejsou totožné či podobné, nemůže jít o nebezpečí záměny ve smyslu čl. 8 odst. 1 písm. b) nařízení č. 207/2009 (v tomto smyslu viz obdobně rozsudek Soudního dvora ze dne 29. září 1998, Canon, C-39/97, Recueil, s. I-5507, bod 22).
- 17 Kromě toho je třeba připomenout, že nebezpečí záměny představuje nebezpečí, že se veřejnost může domnívat, že dotčené výrobky nebo služby pocházejí od stejného podniku nebo od podniků hospodářsky propojených. Jak bylo uznáno, nebezpečí záměny musí být posuzováno globálně podle toho, jak relevantní veřejnost vnímá dotčená označení a výrobky nebo služby, přičemž musí být zohledněny všechny relevantní faktory projednávaného případu, zejména vzájemná závislost mezi

podobností označení a podobností výrobků nebo služeb, na které se vztahuje ochranná známka [viz rozsudek Tribunálu ze dne 9. července 2003, Laboratorios RTB v. OHIM – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, s. II-2821, body 30 až 33 a citovaná judikatura].

- 18 Z toho vyplývá, že nízký stupeň podobnosti mezi výrobky a službami, na které se dotčená označení vztahují, může být vyvážen vysokým stupněm podobnosti mezi označeními a naopak (v tomto smyslu a obdobně viz rozsudek Soudního dvora ze dne 22. června 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, s. I-3819, bod 19).
- 19 S ohledem na předcházející je třeba poznamenat, že k závěru, že mezi uvedenými ochrannými známkami neexistuje nebezpečí záměny a není třeba provést globální posouzení toho, jak relevantní veřejnost vnímá dotčená označení a výrobky nebo služby, se zohledněním všech relevantních faktorů, lze dojít pouze v případě, že je prokázáno, že výrobky a služby, na které se vztahují dotčené ochranné známky, nejsou podobné.
- 20 V projednávané věci je tedy nutno určit, zda odvolací senát mohl mít za to – aniž pochybil – že výrobky a služby, kterých se týkají dotčené ochranné známky, nevykazují žádnou podobnost, takže je vyloučeno nebezpečí záměny mezi dotčenými ochrannými známkami, ač neprovedl globální posouzení nebezpečí záměny.

Ke srovnání dotčených výrobků a služeb

Principiální úvahy

- 21 Ustálená judikatura konstatovala, že pro posouzení podobnosti mezi dotčenými výrobky nebo službami je třeba zohlednit všechny relevantní faktory, které charakterizují vztah mezi nimi. Tyto faktory zahrnují zvláště jejich povahu, účel, jejich užívání a konkurenční nebo komplementární charakter. Mohou být zohledněny i jiné faktory, jako jsou například distribuční kanály dotyčných výrobků [viz rozsudek Tribunálu ze dne 11. července 2007, El Corte Inglés v. OHIM – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños), T-443/05, Sb. rozh. s. II-2579, bod 37 a v něm citovaná judikatura].
- 22 Pokud jde konkrétně o komplementaritu výrobků a služeb, je třeba připomenout, že komplementárními výrobky nebo službami jsou takové výrobky nebo služby, mezi kterými existuje úzký vztah v tom smyslu, že jeden je nezbytný nebo důležitý pro užití druhého, takže si mohou spotřebitelé myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků nebo za poskytování těchto služeb nese stejný podnik [rozsudky Tribunálu PiraÑAM diseño original Juan Bolaños, bod 21 výše, bod 48 a ze dne 22. ledna 2009, Commercy v. OHIM – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Sb. rozh. s. II-43, bod 57 a citovaná judikatura]. Pro účely posouzení komplementárního charakteru výrobků a služeb je tedy nakonec třeba zohlednit, jak uvedená veřejnost vnímá důležitost výrobku nebo služby pro užívání jiného výrobku nebo služby.
- 23 Posouzení podobnosti výrobků a služeb podle jejich konkurenčního nebo komplementárního charakteru předpokládá, že je nejprve definován spotřebitel uvedených výrobků a služeb.

– K relevantní veřejnosti

- 24 V rámci globálního posouzení nebezpečí záměny je třeba vzít v úvahu průměrného spotřebitele dotčené kategorie výrobků nebo služeb, běžně informovaného a přiměřeně pozorného a obezřetného [v tomto smyslu viz rozsudek Tribunálu ze dne 13. února 2007, Mundipharma v. OHIM – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Sb. rozh. s. II-449, bod 42 a citovaná judikatura].

- 25 Pro posouzení nebezpečí záměny je relevantní veřejnost tvořena uživateli, kteří mohou užívat jak výrobky nebo služby, kterých se týká starší ochranná známka, tak výrobky nebo služby, kterých se týká přihlášená ochranná známka [viz rozsudek Tribunálu ze dne 24. května 2011, ancotel v. OHIM – Acotel (ancotel), T-408/09, nezveřejněný ve Sbírce rozhodnutí, bod 38 a citovaná judikatura].
- 26 V projednávané věci měl odvolací senát za to, že reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing, vývoz a dovoz, jakož i dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat se vztahují na služby určené široké veřejnosti i specializované veřejnosti. Odvolací senát následně zdůraznil, že některé z těchto služeb jsou určeny zpravidla obchodním podnikům. Vyvodil z toho tedy, že je pro posouzení nebezpečí záměny relevantní veřejnost tvořena jak průměrným spotřebitelem náležejícím k široké veřejnosti, tak průměrným spotřebitelem náležejícím ke specializovanější veřejnosti (viz bod 19 napadeného rozhodnutí).
- 27 Tribunál má za to, že odvolací senát měl správně za to, že jsou výše uvedené služby určeny podnikatelům. Tito podnikatelé mohou takové služby poptávat. Navíc nelze vyloučit, že některé z těchto služeb jsou určeny široké veřejnosti. Kromě toho pokud jde o „maso, drůbež a zvěřinu, masové extrakty“ a „živá zvířata“, je třeba poznamenat, že ačkoli jsou uvedené výrobky vyráběny podnikateli a chov živých zvířat provádějí hlavně podnikatelé, tyto výrobky nakupují jak fyzické osoby-nepodnikatelé, tak podnikatelé.
- 28 Z toho vyplývá, že odvolací senát nepochybil, když měl v projednávané věci správně za to, že relevantní veřejnost, které jsou určeny dotčené výrobky a služby, zahrnuje jak podnikatele, tak fyzické osoby-nepodnikatele.
- K podobnosti mezi dotčenými výrobky a reklamními službami, obchodním zastupováním, franšízingem a vývozem a dovozem
- 29 V napadeném rozhodnutí měl odvolací senát za to, že „maso, drůbež a zvěřina, masové extrakty“, jakož i „živá zvířata“, kterých se týká starší ochranná známka, a „reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing, vývoz a dovoz“, kterých se týká přihlášená ochranná známka, podobné nejsou.
- 30 Žalobkyně toto posouzení zpochybňuje z důvodu, že předmětné služby a výrobky mají mezi sebou spojitost a že se dotčená veřejnost může domnívat, že dotčené výrobky a služby pocházejí od stejného podniku nebo od podniků hospodářsky propojených. OHIM toto posouzení zpochybňuje a odkazuje v podstatě na úvahy rozvinuté v napadeném rozhodnutí.
- 31 V tomto ohledu Tribunál nejprve poznamenává, že odvolací senát měl správně za to, že se maso, drůbež, zvěřina, masové extrakty a živá zvířata odlišují od reklamních služeb, obchodního zastupování, franšízingu a vývozu a dovozu svou povahou, účelem i užíváním. Výše uvedené výrobky a služby nejsou vzájemně zaměnitelné ani konkurenční, což ostatně žalobkyně nezpochybňuje.
- 32 Pokud jde o kanály uvádění na trh, odvolací senát měl za to – aniž to žalobkyně zpochybnila – že tyto kanály jsou odlišné z důvodu, že je málo pravděpodobné, případně nemožné, že určitá farma či drůbežářské zařízení budou užívány k tomu, aby nabízely podnikům reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing nebo vývoz a dovoz. S ohledem na uvedené výrobky a služby mohl odvolací senát mít za to, aniž pochybil, že kanály uvádění uvedených výrobků a služeb na trh jsou odlišné.
- 33 Jak však bylo uvedeno v bodě 21 výše, je při posuzování podobnosti mezi výrobky a službami třeba rovněž zohlednit komplementární charakter uvedených výrobků a služeb.

- 34 V tomto ohledu měl odvolací senát za to, že výrobky, na které se vztahuje starší ochranná známka, a reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing a vývoz a dovoz nejsou dokonce ani komplementární, neboť povaha, užívání a distribuční kanály takových výrobků, jako jsou kuřata a živá zvířata, nemají s těmito službami žádnou spojitost, což spotřebitel snadno rozpozná (viz bod 23 napadeného rozhodnutí).
- 35 Odvolací senát měl tedy za to, že z hlediska relevantní veřejnosti nejsou dotčené výrobky a služby komplementární z důvodu, že mezi jejich povahou, užíváním a distribučními kanály neexistuje žádná spojitost.
- 36 Jak však bylo uvedeno v bodě 22 výše, komplementarita mezi výrobky a službami v kontextu nebezpečí záměny se neposuzuje na základě toho, zda pro relevantní veřejnost existuje mezi dotčenými výrobky a službami spojitost z hlediska jejich povahy, užívání a distribučních kanálů, ale posuzuje se na základě existence úzkého vztahu mezi uvedenými výrobky a službami, to znamená nezbytnosti či důležitosti jednoho výrobku či služby pro užívání druhého výrobku či služby, takže si uvedená veřejnost může myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků nebo za poskytování těchto služeb nese stejný podnik.
- 37 Z toho vyplývá, že odvolací senát existenci komplementarity mezi dotčenými výrobky a službami nemohl odmítnout pouze z důvodu, že mezi jejich povahou, užíváním a distribučními kanály neexistuje žádná spojitost. Tím totiž znovu zohlednil povahu, užívání a distribuční kanály dotčených výrobků a služeb a nevyjádřil se k důležitosti jednoho výrobku či služby pro užívání druhého výrobku či služby z hlediska relevantní veřejnosti.
- 38 Pokud jde konkrétně o spojitost mezi užíváním uvedených výrobků a užíváním uvedených služeb uváděnou odvolacím senátem, je třeba poznamenat, že toto kritérium neumožňuje posoudit v plném rozsahu nezbytnost, případně důležitost uvedených výrobků a služeb navzájem, která je vyžadována při analýze komplementarity mezi uvedenými výrobky a službami. Skutečnost, že užívání jednoho výrobku nebo služby nemá žádnou spojitost s užíváním druhého výrobku nebo služby, totiž v žádném případě neznamená, že užívání jednoho výrobku nebo služby není důležité či nezbytné pro užívání druhého výrobku nebo služby.
- 39 Je tedy třeba konstatovat, že odvolací senát správně nepřezkoumal zejména skutečnost, zda jsou z hlediska profesionálního kupujícího kuřat nebo masa reklamní služby, obchodní zastupování, franšízing nebo dovoz a vývoz při nákupu kuřat a masa natolik důležité, že by si mohl myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků nebo za poskytování těchto služeb nese stejný podnik.
- 40 Tento nedostatek, kterým se vyznačuje přezkum provedený odvolacím senátem, je zdůrazněn tvrzením OHIM před Tribunálem, podle něhož výrobce masa mohl svým zákazníkům poskytnout službu dovozu a vývozu vlastních výrobků. Pokud tomu tak je, nelze vyloučit, že se relevantní veřejnost, které jsou uvedené výrobky určeny, bude domnívat, že je pro nákup těchto výrobků důležitá služba dovozu a vývozu, takže bude mít za to, že tyto výrobky a tato služba pocházejí od stejného podniku. Toto posouzení není dotčeno okolností uvedenou OHIM, podle níž tato služba dovozu a vývozu nebude poskytována za úplatu a nebude nabízena třetím osobám. Není totiž prokázáno, že by v případě uplatňovaném OHIM byla uvedená služba nabízena zdarma nebo že by nebyla součástí navrhovaného prodeje. Dále je každopádně nutno posoudit vnímání existence dostatečně úzkého vztahu mezi uvedenými výrobky a službami relevantní veřejností. V projednávaném případě ale odvolací senát tyto parametry neposoudil.
- 41 Je tudíž třeba konstatovat, že odvolací senát tím, že tyto parametry nezohlednil, pochybil při posuzování komplementárního charakteru mezi výrobky, kterých se týká starší ochranná známka a reklamními službami, obchodním zastupováním, franšízingem a vývozem a dovozem, kterých se týká přihlášená ochranná známka.

42 Důsledkem tohoto pochybení je to, že odvolací senát nezohlednil všechny relevantní faktory k posouzení podobnosti předmětných výrobků a služeb. Vzhledem k tomu, že nebyla provedena analýza zohledňující všechny relevantní faktory k posouzení existence podobnosti mezi dotčenými výrobky a službami, je třeba v tomto ohledu napadené rozhodnutí zrušit.

– K podobnosti mezi dotčenými výrobky a dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat

43 V napadeném rozhodnutí měl odvolací senát za to, že „dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat“, kterých se týká přihlášená ochranná známka, a „maso, drůbež a zvěřina, masové extrakty“ a „živá zvířata“, kterých se týká starší ochranná známka, podobné nejsou.

44 Žalobkyně toto posouzení zpochybňuje, když má za to, že s ohledem na propojenost trhů s dotčenými výrobky a službami je velmi málo pravděpodobné, že by ochranná známka mohla označit jednu z těchto služeb nezávisle na výrobku.

45 V tomto ohledu Tribunál nejprve poznamenává, že žalobkyně nepochybňuje posouzení odvolací senátu, podle něhož jsou výrobky a služby uvedené v bodě 43 výše svou povahou, předmětem a účelem odlišné. Toto posouzení odvolacího senátu musí být potvrzeno. Dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat totiž nemají tutéž povahu, tentýž cíl nebo totéž užívání jako maso, drůbež, zvěřina, masové extrakty a živá zvířata. Kromě toho dotčené výrobky a služby nejsou konkurenční ani vzájemně zaměnitelné. Uvedené služby totiž nemohou nahradit maso nebo živá zvířata.

46 Odvolací senát z odlišení mezi uvedenými výrobky a službami z důvodu jejich povahy, předmětu a účelu vyvodil, že podniky specializované v oblasti dopravy a podniky specializované v oblasti výroby produktů, kterých se týká starší ochranná známka, jsou rovněž odlišné (viz bod 24 napadeného rozhodnutí).

47 Tribunál však poznamenává, že skutečnost, že produkce masa, drůbeže, zvěřiny, masových extraktů, jakož i chov živých zvířat a poskytování dopravních služeb, ustájení a distribuce kuřat předpokládají specializaci, nezbytně neznamená, že podniky nabízející uvedené služby jsou odlišné od podniků, které vyrábějí uvedené produkty. Jak uvedl odvolací senát v napadeném rozhodnutí, je možné, že podniky působící v oblasti produkce kuřat a živých zvířat přepravují, provádějí ustájení a distribuují své zboží na vlastní účet (viz bod 24 napadeného rozhodnutí).

48 Kromě toho za účelem zhodnocení komplementarity uvedených výrobků a služeb je nutno posoudit nikoli specializaci podniků, ale to, zda si spotřebitelé výrobků a služeb mohou myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků nebo za poskytování těchto služeb nese stejný podnik z důvodu spojitosti mezi uvedenými výrobky a službami. Proto existence podniků specializovaných v oblasti produkce výrobků, kterých se týká starší ochranná známka, a v oblasti poskytování dopravních služeb, ustájení a distribuce kuřat nestačí k tomu, aby bylo prokázáno, že mezi uvedenými výrobky a službami neexistuje komplementarita.

49 Odvolací senát měl rovněž za to, že relevantní veřejnost, jíž jsou uvedené výrobky a služby určeny, je odlišná z důvodu specializace předmětných podniků, takže mezi uvedenými podniky neexistuje průmyslový nebo obchodní vztah. Konkrétně měl odvolací senát za to, že s ohledem na jejich zvláštní charakter jsou dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat určeny obecně podnikům a podnikatelům velmi přesně stanoveného odvětví. Vyvodil z toho, že se tato veřejnost liší od veřejnosti, které jsou nabízeny výrobky, na které se vztahuje starší ochranná známka, což podle něj bez dalšího vylučuje případ, že by mezi uvedenými podniky existoval průmyslový či obchodní vztah (viz bod 24 napadeného rozhodnutí). OHIM ve svém vyjádření k žalobě tento přístup obhajoval.

- 50 V tomto ohledu Tribunál poznamenává, že dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat, na které se vztahuje přihlášená ochranná známka, jsou službami, které jsou určeny profesionální veřejnosti. Naproti tomu výrobky, kterých se týká starší ochranná známka, jsou určeny jak široké veřejnosti, tak podnikatelům. Ačkoli jsou maso, drůbež, zvěřina a masové extrakty výrobky určenými široké veřejnosti, mohou být určeny i profesionálním kupujícím. Živá zvířata, k nimž patří kuřata, jsou určena hlavně podnikatelům.
- 51 V rozsahu, v němž jsou tyto výrobky určeny profesionální veřejnosti, měl odvolací senát neprávem za to, že je tato veřejnost odlišná od veřejnosti, které jsou určeny dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat. Profesionální veřejnost totiž může kupovat jak dotčené výrobky, tak výše uvedené služby.
- 52 Kromě toho pokud jde o existenci úzkého vztahu mezi uvedenými výrobky a službami, je třeba poznamenat, že k využití dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat je nutno mít k dispozici kuřata, která budou přepravována, ustájena a distribuována. V tomto smyslu jsou kuřata nezbytná k využití dopravních služeb, ustájení a distribuce kuřat. Pro chovatele kuřat může být naopak důležité, aby měl pro svá kuřata k dispozici dopravní službu, ustájení a distribuci. Z tohoto hlediska existuje úzký vztah mezi dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat, na které se vztahuje přihlášená ochranná známka a kuřata, na které se vztahuje starší ochranná známka. Vzhledem k tomu, že výraz „kuře“ označuje rovněž maso zvířete, tento vztah neexistuje pouze pro živá zvířata, ale rovněž pro maso a drůbež, na které se vztahuje starší ochranná známka.
- 53 Mimoto si profesionální spotřebitel těchto výrobků a služeb, a sice podnik nakupující kuřata v rámci velkoobchodu, který potřebuje rovněž dopravní služby, ustájení a distribuci kuřat, může myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků a za poskytování těchto služeb nese stejný podnik. Jelikož někteří producenti nabízejí rovněž dopravní služby, kupující kuřat si může myslet, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků a za poskytování těchto služeb nese stejný podnik.
- 54 OHIM existenci podobnosti mezi dotčenými výrobky a službami zpochybňuje z důvodů, které jsou podobné důvodům uvedeným v bodě 40 výše. OHIM má totiž za to, že jestliže producent kuřat přepravuje, provádí ustájení a distribuuje vlastní kuřata, dopravní služby, ustájení a distribuce nejsou službami poskytovanými třetím osobám za úplatu, ale jde pouze o „interní“ nebo doplňkové služby ve vztahu k produkci kuřat, takže předmětný producent nebude přítomen na trhu s dopravními službami, ustájením nebo distribucí kuřat. Na podporu tohoto argumentu OHIM uplatňuje zaprvé analogii s nezbytností prokázat veřejné užívání ochranné známky k doložení jejího skutečného užívání a zadruhé posouzení Tribunálu v rozsudku ze dne 7. února 2006, *Alecansan v. OHIM – CompUSA (COMP USA)*, (T-202/03, nezveřejněný ve Sbírce rozhodnutí, bod 47).
- 55 V tomto ohledu Tribunál nejprve poznamenává, a to obdobně tomu, co bylo uvedeno v bodě 40 výše, že odvolací senát nikterak nepodkládá své tvrzení, podle něhož se nejedná o službu poskytnutou třetím osobám za úplatu, jestliže producenti dopravují, provádějí ustájení nebo distribuují vlastní kuřata. Ze skutečnosti, že podnik, který provádí chov kuřat, nabízí současně službu přepravy kuřat, však nelze vyvodit, že tato služba není poskytována za úplatu. Z takové sdružené nabídky také nelze vyvodit, že podnik, který nabízí tyto doplňkové služby, není přítomen na trhu se službami přepravy kuřat. Skutečnost, že producent kuřat nabízí služby přepravy pro svá kuřata, totiž znamená, že tento producent konkuruje podnikům, které nabízejí služby přepravy kuřat. V důsledku toho je tento producent přítomný na uvedeném trhu.
- 56 Dále je zásadně třeba uvést, že se komplementární charakter výrobků a služeb pro potřeby posouzení podobnosti mezi uvedenými výrobky a službami neposuzuje v závislosti na tom, zda výrobky a služby mají „interní“ charakter ve smyslu argumentace rozvinuté OHIM (viz bod 54 výše), ale v závislosti na vnímání relevantní veřejností, že odpovědnost za výrobu těchto výrobků a za poskytování těchto služeb nese stejný podnik, nebo podniky odlišné (viz bod 22 výše). Přístup zastávaný odvolacím senátem, který podporuje OHIM, pokud jde o posouzení komplementarity dotčených výrobků a služeb, je tedy nesprávný.

- 57 Pouze k dokreslení pochybení je třeba poznamenat, že tento přístup navrhovaný OHIM by v projednávané věci znamenal, že by se mělo za to, že jestliže se podnik, který chce nakoupit kuřata a nechat zajistit jejich dopravu, setká zaprvé s producentem kuřat, který je na trhu přítomný pod určitou ochrannou známkou, a zadruhé s poskytovatelem služeb přepravy kuřat, který je na tomto trhu přítomný s ochrannou známkou, která je totožná s ochrannou známkou výše uvedeného producenta, nehrozí, že by si tento podnik mohl myslet, že uvedené výrobky a služby pocházejí od stejného podniku, neboť jestliže producent kuřat nabízí dopravní službu, je tato služba pouze vedlejší nebo „interní“ službou ve vztahu k produkci kuřat, a není tedy přítomný na trhu s přepravou kuřat. Podle přístupu obhajovaného OHIM nejsou produkce kuřat a dopravní služby, ustájení a distribuce kuřat nikterak podobné, takže totožné ochranné známky pro tyto výrobky a služby by mohly pro spotřebitele těchto výrobků a služeb koexistovat bez nebezpečí záměny.
- 58 Z důvodů uvedených v bodě 53 výše ale kupující kuřat v rámci velkoobchodu, který mimoto potřebuje službu přepravy kuřat, může mít za to, že mezi produkcí kuřat a dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat existuje významná spojitost, takže spotřebitel uvedených výrobků a služeb bude mít za to, že pocházejí od stejného podniku.
- 59 Vzhledem k tomu, že přítomnost na trhu, jak ji v projednávané věci definoval OHIM (viz bod 54 výše), zohlednit nelze, je třeba odmítnout analogii s pravidly v oblasti skutečného užívání starší ochranné známky v kontextu námitek.
- 60 Kromě toho v rozsahu, v němž OHIM uplatňuje věc, v níž byl vydán výše uvedený rozsudek COMP USA, je nutno konstatovat, že se tato věc odlišuje od projednávané věci v tom, že se týká výrobků a služeb výpočetní techniky prodávaných na dálku. Navíc na rozdíl od této věci, ve které se mělo za to, že fyzické zaslání softwaru a koupených či pronajatých počítačů podnikem nabízejícímu své zboží prostřednictvím internetu, bylo jen plněním kupní smlouvy na dálku nebo smlouvy na poskytování služby, která nesouvisí s dopravními službami (výše uvedený rozsudek COMP USA, bod 47), nelze mít za to – jelikož to OHIM v tomto smyslu neprokázal – že doprava, ustájení a distribuce kuřat jsou pouze realizací prodeje kuřat nebo plněním smlouvy na poskytování služby, která nesouvisí s dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat.
- 61 Odvolací senát tudíž nemohl bez dalšího vyloučit existenci komplementarity mezi výrobky, kterých se týká starší ochranná známka a dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat. Taková komplementarita měla být konstatována přinejmenším pro kuřata a dopravní služby, ustájení a distribuci kuřat.
- 62 K posouzení podobnosti mezi dotčenými výrobky a službami měl odvolací senát zohlednit všechny relevantní faktory, které charakterizují vztah mezi dotčenými výrobky a službami. I přes rozdíly mezi kuřecím masem a živými kuřaty na straně jedné a dopravními službami, ustájením a distribucí kuřat na straně druhé měl tedy odvolací senát uznat, že tyto výrobky a služby mají určitý komplementární charakter, pokud jde o jejich konkurenční povahu, účel, užívání a charakter. Ze zohlednění všech relevantních faktorů pro posouzení podobnosti uvedených výrobků a služeb vyplývá, že měl odvolací senát nesprávně za to, že uvedené výrobky a služby nejsou nikterak podobné.
- 63 Napadené rozhodnutí je tedy třeba rovněž zrušit v rozsahu, v němž má za to, že výrobky, kterých se týká starší ochranná známka, se nikterak nepodobají dopravním službám, ustájení a distribuci kuřat, kterých se týká přihlášená ochranná známka.

2. K návrhu na zamítnutí zápisu přihlášené ochranné známky Společenství

- 64 Žalobkyně navrhuje, aby Tribunál vydal rozsudek, ve kterém se zápis přihlášené ochranné známky Společenství zamítne pro všechny výrobky a služby uvedené v přihlášené ochranné známce.

- 65 V tomto ohledu je třeba poznamenat, že soudní přezkum vykonávaný Tribunálem je přezkumem legality. V případě pochybení může rozhodnutí odvolacího senátu zrušit a změnit jej, pokud je v takovém smyslu učiněn příslušný návrh. Nepřísluší mu, aby ochrannou známku zapisoval či nezapisoval. Na základě článku 266 SFEU a čl. 65 odst. 6 nařízení č. 207/2009 totiž přísluší OHIM, aby provedl nezbytná opatření, aby vyhověl případnému zrušujícímu rozsudku unijního soudu. Tribunálu nenáleží ukládat OHIM příkazy, ale OHIM přísluší, aby z výroku a z odůvodnění rozsudků vydaných Tribunálem vyvodil důsledky [viz rozsudek Tribunálu ze dne 21. června 2012, Kavaklidere-Europe v. OHIM – Yakult Honsha (Yakut), T-276/09, bod 17 a citovaná judikatura].
- 66 V rozsahu, v němž je třeba návrh žalobkyně vykládat tak, že požaduje, aby Tribunál uložil OHIM, aby přihlášenou ochrannou známku nezapsal pro všechny výrobky a služby, kterých se tato přihlášená ochranná známka týká, je třeba tento bod návrhových žádání prohlásit za nepřípustný.
- 67 V rozsahu, v němž je třeba uvedený návrh vykládat tak, že požaduje, aby Tribunál změnil napadené rozhodnutí tak, že napadené rozhodnutí nahradí rozhodnutím prohlašujícím, že přihlášená ochranná známka nemůže být zapsána pro služby, jejichž zápis ještě nebyl zamítnut v rozhodnutí námítkového oddělení, je třeba připomenout, že pravomoc změnit rozhodnutí přiznaná Tribunálu neznamená, že by Tribunál měl pravomoc nahradit posouzení odvolacího senátu svým vlastním posouzením, natož provést posouzení v otázce, ke které se odvolací senát ještě nevyjádřil (rozsudek Soudního dvora ze dne 5. července 2011, Edwin v. OHIM, C-263/09 P, Sb. rozh. s. I-5853, bod 72).
- 68 Výkon pravomoci změnit rozhodnutí se proto musí v zásadě omezovat na situace, kdy je Tribunál po přezkumu posouzení provedeného odvolacím senátem schopen určit na základě prokázaných skutkových a právních okolností, jaké rozhodnutí měl odvolací senát přijmout (rozsudek Edwin v. OHIM, bod 67 výše, bod 72).
- 69 V projednávané věci tomu tak není. Důsledkem metodologického pochybení při posouzení podobnosti výrobků a služeb, které je uvedeno v bodech 29 a násl., z důvodu, že nebyla adekvátně zohledněna jejich komplementarita, je totiž to, že by Tribunál musel provést posouzení, ke kterému se odvolací senát nevyjádřil. Kromě toho jak vyplývá z bodů 43 a násl., je třeba uznat, že mezi některými dotčenými výrobky a službami existuje podobnost – byť nízká –, což znamená, že odvolací senát měl provést analýzu podobnosti mezi dotčenými ochrannými známkami a globální analýzu nebezpečí záměny, což neučinil.
- 70 Návrh žalobkyně, v němž se požaduje, aby Tribunál zamítl zápis ochranné známky Společenství, je tudíž třeba zamítnout i v případě, kdy by tento návrh bylo třeba vykládat jako návrh na změnu rozhodnutí.

K nákladům řízení

- 71 Podle čl. 87 odst. 2 jednacího řádu Tribunálu se účastníku řízení, který neměl úspěch ve věci, uloží náhrada nákladů řízení, pokud to účastník řízení, který měl ve věci úspěch, požadoval.
- 72 Vzhledem k tomu, že žalobkyně požadovala náhradu nákladů řízení a OHIM neměl v podstatné části ve věci úspěch, je důvodné posledně uvedenému uložit náhradu nákladů řízení.

Z těchto důvodů

TRIBUNÁL (první senát)

rozhodl takto:

- 1) **Rozhodnutí druhého odvolacího senátu Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (ochranné známky a vzory) (OHIM) ze dne 17. února 2011 (věc R 1073/2010 – 2) se zrušuje.**
- 2) **Ve zbývajících částech žaloba zamítá.**
- 3) **OHIM se ukládá náhrada nákladů řízení.**

Azizi

Frimodt Nielsen

Buttigieg

Takto vyhlášeno na veřejném zasedání v Lucemburku dne 14. května 2013.

Podpisy