



## Zbornik sudske prakse

PRESUDA OPĆEG SUDA (osmo vijeće)

7. svibnja 2019.\*

„Žig Europske unije – Prijava verbalnog žiga Europske unije vita – Apsolutni razlozi za odbijanje – Nepostojanje razlikovnog karaktera – Opisni karakter – Pojam obilježja – Naziv boje – Članak 7. stavak 1. točke (b) i (c) Uredbe (EU) 2017/1001”

U predmetu T-423/18,

**Fissler GmbH**, sa sjedištem u Idar-Obersteinu (Njemačka), koji zastupaju G. Hasselblatt i K. Middelhoff, odvjetnici,

tužitelj,

protiv

**Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO)**, koji zastupaju W. Schramek i D. Walicka, u svojstvu agenata,

tuženika,

povodom tužbe protiv odluke petog žalbenog vijeća EUIPO-a od 28. ožujka 2018. (predmet R 1326/2017-5), koja se odnosi na prijavu za registraciju verbalnog znaka vita kao žiga Europske unije,

OPĆI SUD (osmo vijeće),

u sastavu: A. M. Collins, predsjednik, M. Kancheva (izvjestitelj) i G. De Baere, suci,

tajnik: E. Coulon,

uzimajući u obzir tužbu podnesenu tajništvu Općeg suda 6. srpnja 2018.,

uzimajući u obzir odgovor na tužbu podnesen tajništvu Općeg suda 24. rujna 2018.,

uzimajući u obzir novu dodjelu predmeta novom sucu izvjestitelju iz osmog vijeća,

uzimajući u obzir da stranke nisu podnijele zahtjev za zakazivanje rasprave u roku od tri tjedna od dostave obavijesti o zatvaranju pisanog dijela postupka i da je stoga odlučeno, u skladu s člankom 106. stavkom 3. Poslovnika Općeg suda, da se odluka donese bez provođenja usmenog dijela postupka,

donosi sljedeću

\* Jezik postupka: njemački

## Presudu

### Okolnosti spora

- 1 Tužitelj Fissler GmbH podnio je 27. rujna 2016. Uredu Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) prijavu za registraciju žiga Europske unije na temelju Uredbe Vijeća (EZ) br. 207/2009 od 26. veljače 2009. o žigu Europske unije (SL 2009., L 78, str. 1.) (SL posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 17., svezak 1., str. 226.), kako je izmijenjena (zamijenjena Uredbom (EU) 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije (SL 2017., L 154, str. 1.)).
- 2 Žig za koji je podnesena prijava za registraciju pod brojem 15857188 verbalni je znak vita.
- 3 Proizvodi za koje je zatražena registracija potpadaju pod razrede 7., 11. i 21. Nicanskog sporazuma o međunarodnoj klasifikaciji proizvoda i usluga radi registracije žigova od 15. lipnja 1957., kako je revidiran i izmijenjen, a koji, za svaki od razreda, odgovaraju sljedećem opisu:
  - razred 7.: „Kuhinjski, električni strojevi; zamjenski dijelovi i pribor za prethodno navedene proizvode”;
  - razred 11.: „Lonci za kuhanje pod tlakom, električni; zamjenski dijelovi i pribor za prethodno navedene proizvode”;
  - razred 21.: „Pribor za jelo, kuhinjski pribor i spremnici; posuđe (kuhinjsko metalno posuđe); neelektrični ekspres lonci; zamjenski dijelovi i pribor za prethodno navedene proizvode”.
- 4 Odlukom od 28. travnja 2017., ispitivač je odbio registraciju žiga za koji je podnesena prijava za navedene proizvode, s obrazloženjem da je bio opisan i da nije imao razlikovni karakter u smislu članka 7. stavka 1. točaka (b) i (c) Uredbe br. 207/2009 (koji je postao članak 7. stavak 1. točke (b) i (c) Uredbe br. 2017/1001).
- 5 Tužitelj je na temelju članaka 58. do 64. Uredbe br. 207/2009 (koji su postali članci 66. do 71. Uredbe br. 2017/1001) podnio žalbu EUIPO-u 20. lipnja 2017. protiv odluke ispitivača.
- 6 Peto žalbeno vijeće EUIPO-a odlukom od 28. ožujka 2018. (u daljnjem tekstu: pobijana odluka) odbilo je žalbu. Kao prvo, što se tiče relevantne javnosti, ono je smatralo da su navedeni proizvodi prije svega namijenjeni široj javnosti, ali i djelomično specijaliziranoj javnosti, primjerice kuharima, i da razina pažnje varira od prosječne do visoke. Ono dodaje da se, budući da je žig za koji je podnesena prijava izraz na švedskom jeziku, valja osloniti na javnost Europske unije koja govori švedski.
- 7 Kao drugo, što se tiče opisnog karaktera žiga za koji je podnesena prijava, žalbeno vijeće najprije je navelo da je znak vita određen oblik množine riječi „vit”, koja na švedskom znači „bijelo”. Nadalje, smatralo je da, za potrebe primjene članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe 2017/1001, nije odlučujuće je li bijela boja bila uobičajena za te proizvode, već je dovoljno da ti proizvodi mogu postojati u bijeloj boji i da znak za njih može biti opisan. Nakon što je naglasilo da je bijela boja, a da nije najčešća, u najmanju ruku uobičajena za lonce, „elektroničke i neelektroničke” (tj. električne i neelektrične), kao i za druge posude za kućanstvo, smatralo je da je iz toga vidljivo da prosječni potrošač povezuje navedene proizvode s bijelom bojom i stoga smatra da je prijavljeni žig opisan. Osim toga, žalbeno je vijeće istaknulo da se određeni kuhinjski pribor i uređaji za kućanstvo obično nazivaju „bijela tehnika” na engleskom („white goods”) i švedskom („vitvaror”). Na temelju izvotka s internetske stranice dostupnog na <http://www.vitvara.nu/vad-ar-vitvaror>, zaključilo je da se neki od navedenih proizvoda, kao što su kuhinjski električni strojevi i lonci za kuhanje pod tlakom, mogu zajednički nazvati „bijelom tehnikom”. Pojasnilo je da, čak i ako to ne bi bilo moguće, jer se „bijelom tehnikom” prije svega

smatraju veliki kućanski aparati, kao što su stroj za pranje rublja i perilice posuđa, to dokazuje, međutim, jasno da se bijela boja općenito povezuje s kućanskim priborom. Naposljetku, ono je zaključilo da je žig za koji je podnesena prijava imao isključivo opisni karakter.

- 8 Kao treće, kad je riječ o nepostojanju razlikovnog karaktera žiga za koji je podnesena prijava, žalbeno je vijeće smatralo da žig za koji je podnesena prijava relevantna javnost percipira kao običnu objektivnu poruku u smislu da su navedeni proizvodi dostupni u bijeloj boji. Ono je iz toga zaključilo da je navedeni žig bio isključivo opisan i da stoga nije imao nikakav razlikovni karakter. Prema njegovu mišljenju, svaki proizvođač kuhinjskih električnih strojeva i posuđa može proizvoditi svoje proizvode u bijeloj boji i taj žig stoga nije bio prikladan za razlikovanje tužiteljevih proizvoda od onih drugih poduzetnika. Usto, žalbeno vijeće odbilo je tužiteljevo pozivanje na druge registrirane žigove koji se sastoje isključivo od boja.

### **Zahtjevi stranaka**

- 9 Tužitelj od Općeg suda zahtijeva da:
- poništi pobijanu odluku;
  - naloži EUIPO-u snošenje troškova.
- 10 EUIPO od Općeg suda zahtijeva da:
- odbije tužbu;
  - naloži tužitelju snošenje troškova.

### **Pravo**

- 11 U prilog osnovanosti tužbe tužitelj ističe dva tužbena razloga; prvi se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 2017/1001, a drugi na povredi članka 7. stavka 1. točke (b) te uredbe. On u biti tvrdi da žig za koji je podnesena prijava nema opisni karakter za navedene proizvode i ima razlikovni karakter koji se u odnosu na njih zahtijeva.

### ***Uvodno očitovanje o definiciji relevantne javnosti***

- 12 Uvodno, valja utvrditi javnost relevantnu za ocjenu tih dvaju apsolutnih razloga za odbijanje.
- 13 S jedne strane, u točkama 13. do 15. pobijane odluke, žalbeno je vijeće smatralo da je prosječni potrošač navedenih proizvoda u prvom redu „općeniti potrošač”, odnosno šira javnost, ali i dijelom specijalizirana javnost, primjerice kuhari, i da stupanj pažnje stoga varira od prosječne do povećane. Međutim, potom je dodalo da iz sudske prakse u pogledu relativnih razloga za odbijanje proizlazi da se, ako su roba i usluga namijenjene kako prosječnim potrošačima tako i specijaliziranoj javnosti, u obzir treba uzeti javnost koja ima najmanji stupanj pažnje, i da se u ovom slučaju trebalo temeljiti na stupnju pažnje široke javnosti. Naposljetku je pojasnilo da, iako je znak namijenjen specijaliziranoj javnosti čiji je stupanj pažnje povećan, to ne znači da je stekao razlikovni karakter, jer znak čije opisno značenje prosječni potrošač ne shvaća specijalizirana javnost može odmah shvatiti (vidjeti, u tom smislu, presudu od 11. listopada 2011., Chestnut Medical Technologies/OHIM (PIPELINE), T-87/10, neobjavljena, EU:T:2011:582, t. 27. i 28.).

- 14 U tom pogledu, iz sudske prakse proizlazi da činjenica da je relevantna javnost specijalizirana ne može imati odlučujući utjecaj na pravne kriterije koji se upotrebljavaju za ocjenu razlikovnog karaktera znaka. Iako je točno da je stupanj pažnje relevantne specijalizirane javnosti, po definiciji, veći od onoga prosječnog potrošača, iz toga ne slijedi nužno da je manji razlikovni karakter znaka dovoljan ako je relevantna javnost specijalizirana. Naime, načelo koje proizlazi iz ustaljene sudske prakse i prema kojem u svrhu ocjene ima li žig razlikovni karakter treba uzeti u obzir ukupni dojam koji on ostavlja, može se dovesti u pitanje ako prag razlikovnosti znaka općenito ovisi o stupnju specijalizacije relevantne javnosti (vidjeti presudu od 12. srpnja 2012., *Smart Technologies/OHIM*, C-311/11 P, EU:C:2012:460, t. 48. do 50. i navedenu sudsku praksu). Isto vrijedi i za ocjenu opisnog karaktera znaka.
- 15 U ovom slučaju žalbeno se vijeće pravilno temeljilo na načinu na koji široka javnost percipira žig za koji je podnesena prijava i nije priznalo poseban učinak na način na koji ga percipira specijalizirana javnost, primjerice kuhari.
- 16 S druge strane, u točki 16. pobijane odluke, žalbeno vijeće istaknulo je da se, u skladu s člankom 7. stavkom 2. Uredbe 2017/1001, znak odbija registrirati čak i ako razlog za odbijanje postoji samo u jednom dijelu Unije. Ono je smatralo da je, budući da je žig za koji je podnesena prijava izraz na švedskom jeziku, najprije potrebno temeljiti ocjenu njegove sposobnosti za zaštitu na javnosti Unije koja govori švedski.
- 17 U tom pogledu, bez odlučivanja u ovom stadiju o tome percipira li se žig za koji je podnesena prijava uistinu kao švedski izraz, dovoljno je istaknuti da se apsolutni razlozi za odbijanje, na koje se pozivaju ispitivač i žalbeno vijeće, odnose na švedski jezik tako da je relevantna javnost za njihovu ocjenu javnost Unije koja govori švedski, odnosno švedski ili finski potrošač (vidjeti, u tom smislu, presudu od 9. srpnja 2014., *Pågen Trademark/OHIM (giffjar)*, T-520/12, neobjavljena, EU:T:2014:620, t. 19. i 20.).

***Prvi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 2017/1001***

- 18 Tužitelj u okviru prvog tužbenog razloga tvrdi, kao prvo, da, kada se koristi odvojeno, žig za koji je podnesena prijava nema izričito opisni sadržaj i stoga se čini malo vjerojatnim da riječ „vita” švedski potrošači stvarno shvaćaju u smislu „bijeloga”. On prigovara EUIPO-u da nije u dovoljnoj mjeri uzeo u obzir činjenicu da se žig za koji je podnesena prijava ne odnosi na pridjev „vit” („bijelo”) u njegovu osnovnom obliku iz rječnika, nego na riječ „vita” koja se razmatra odvojeno. Međutim, na švedskom, taj pojam ne bi se nikada koristio izolirano, nego uvijek u vezi s imenicom koja slijedi i na koju se odnosi. Što se tiče riječi „vita” kad se upotrebljava samostalno, EUIPO nije dokazao postojanje sadržaja u prvom planu, u odnosu na posebna obilježja dotičnih proizvoda i nije pružio nikakve dokaze u tom smislu. Kad se upotrebljava izolirano, riječ „vita” stoga švedski potrošač ne prepoznaje odmah i posljedično je izravno ne povezuje s „bijelim” ili „bijelom”. Osim toga, tužitelj tvrdi da značenje pojma „vita” nije jasno i zahtijeva tumačenje jer se ta riječ može odnositi na različite okolnosti i imati različita značenja na raznim jezicima, uključujući „život” ili „način života” na latinskom i talijanskom jeziku.
- 19 Kao drugo, tužitelj tvrdi da, čak i temeljeći se na švedskom potrošaču i polazeći od načela da je izraz „vita” povezan s naznakom boje, netočno je da naznaka „bijele boje” ima isključivo opisno značenje za dotične proizvode, jer ne postoji, s gledišta relevantne javnosti, dovoljno izravna i konkretna veza između pojma „vita” i proizvoda na koje se odnosi. To vrijedi osobito za lonce za kuhanje pod tlakom i lonce koji se gotovo isključivo proizvode od nehrđajućeg čelika srebrne boje i za koje se uobičajeno ne koristi „bijela” boja. Osim toga, dotični se proizvodi ne mogu smatrati „bijelom tehnikom”, što je izraz koji podrazumijeva kućanske aparate, kao što su hladnjaci, zamrzivači, perilice ili sušilice, ali se ne koristi za lonce za kuhanje pod tlakom i lonce, tave, zdjele itd. Relevantna javnost stoga povezuje potonje s proizvodima od srebrnog nehrđajućeg čelika, a da pritom nazivi boja ne igraju nikakvu ulogu. Budući da u području navedenih proizvoda nazivi boja ne igraju nikakvu ulogu i da relevantna

javnost ne povezuje određene boje s aparatima za kuhanje, ime boje, koje god bilo, ne percipira se kao obilježje tih proizvoda. Stoga je irelevantno to što navedeni proizvodi mogu postojati i u bijeloj boji, jer je odlučujući kriterij to može li se znak koristiti u tu svrhu i može li ga relevantna javnost percipirati kao opisnu naznaku svojstva tih proizvoda.

- 20 Tužitelj tako tvrdi da prosječni švedski potrošač neće, izravno i bez dodatnog razmišljanja, zaključiti da se pojam „vita” odnosi na bijeli kuhinjski pribor. Naprotiv, taj potrošač treba razmišljati u nekoliko faza kako bi od naziva koji se sastoji od boje kao takve došao do boje proizvoda. Osim toga, navedenom potrošaču nije očito na koji se element proizvoda odnosi naznaka boje, s obzirom na to da se lonci, tave, kuhinjski električni strojevi i posuđe obično sastoje od više elemenata ili barem unutarnjeg i vanjskog dijela. Taj potrošač, stoga neće, bez daljnjeg razmišljanja, iz same naznake boje zaključiti, uključuju li odnosni proizvodi elemente bijele boje, jesu li oni u cijelosti obojeni u bijelo, ili je, na primjer, samo unutarnji dio bijele boje.
- 21 Kao treće, tužitelj ističe da su Opći sud i EUIPO opetovano utvrdili da izraz „vita” nije imao opisno značenje za dotične proizvode i da stoga ima prosječan razlikovni karakter, uslijed nepostojanja izravne povezanosti s tim proizvodima i neovisno o tome da riječ „vita” upućuje na vitalnost (vidjeti presudu od 14. siječnja 2016., *The Cookware Company/OHIM –Fissler (VITA + VERDE)*, T-535/14, neobjavljena, EU:T:2016:2, t. 40. i navedenu sudsku praksu).
- 22 Tužitelj zaključuje da pojam „vita”, koji se upotrebljava samostalno, za švedske potrošače ne znači „bijelo” i, osim toga, ne uključuje, zbog višestrukog smisla i potrebe za tumačenjem, opisni sadržaj u prvom planu, koji se odnosi na obilježje značajno za javnost, koje pripada proizvodima za koje je zatražena registracija. Dodaje da jednostavna činjenica da je, na apstraktan način, element prikladan da bude naznaka obilježja, ne može biti dovoljno da bi se opravdala nužnost raspoloživosti u smislu članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe 2017/1001.
- 23 EUIPO osporava tužiteljeve argumente i smatra prvi tužbeni razlog „bespredmetnim”. Navodi da ispitivanje znaka treba provesti konkretno, u odnosu na navedene proizvode, i da se potrošači susreću sa žigom Europske unije u izravnoj vezi s proizvodima na kojima je istaknut, primjerice, prilikom kupnje ili oglašavanja. Prema EUIPO-ovu mišljenju, nije uvjerljiva tužiteljeva tvrdnja prema kojoj je potrebno nekoliko koraka u razmišljanju da bi se znaku za koji je podnesena prijava pridalo značenje, a s obzirom na to da su proizvodi bijeli, također je neutemeljena njegova tvrdnja da potrošači koji govore švedski ne prepoznaju lako obilježja proizvoda u znaku.
- 24 EUIPO ističe da riječ „vita”, kao pridjev na švedskom jeziku, odgovara riječi „weiß” na njemačkom ili „blanche” na francuskom jeziku i da javnosti koja govori švedski nije potreban prijevod. Dodaje da činjenica da se riječ „vita” također koristi i u drugim jezicima ne utječe na razumijevanje izvornih govornika švedskog. Iako priznaje da se riječ „vita” obično ne upotrebljava samostalno, EUIPO ističe da prilikom konkretnog ispitivanja vezanog za proizvode nije potrebno da znak bude izričito izraz „bijeli kuhinjski električni strojevi ” i da relevantna javnost mentalno percipira i dodaje proizvode. Tvrdi da relevantna javnost koja govori švedski zna da boja može značiti obilježje u vezi s proizvodima i percipirati informativnu poruku koja izražava da se radi o bijelim proizvodima, a ne onima drukčije boje, npr. sive boje čelika.
- 25 EUIPO smatra da nije dužan dokazati da žig za koji je podnesena prijava može označavati obilježje proizvoda jer se članak 7. stavak 1. točka (c) Uredbe 2017/1001 ne odnosi na trenutačnu uporabu znaka. Iako ne osporava da postoje mnogi lonci i drugi proizvodi povezani s kuhinjom koji su od čelika, tvrdi, međutim, da se druge boje, uključujući bijelu, također koriste za dotične proizvode, tako da bijeli lonac za kuhanje pod tlakom ne bi bio neobičan ni upečatljiv. EUIPO dodaje da, iako se bijela rijetko upotrebljava za kućanske uređaje, to ne proturječi činjenici da ona može biti glavno obilježje tih proizvoda. Tvrdi da boja može biti kriterij za kupnju u prvom redu, odnosno mora se smatrati bitnim obilježjem, te da se ništa ne protivi tomu da ti proizvodi budu u potpunosti ili uglavnom bijeli.

- 26 EUIPO tvrdi da nije nužno da obilježje bude glavni element ili kriterij za kupnju i da, prema sudskoj praksi, za razlog za odbijanje iz članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 2017/1001 nije bitno da znak opisuje glavno ili sporedno obilježje, odnosno „bilo koje obilježje”, označenih proizvoda. Dodao je da treba odbiti registraciju znaka ako u najmanje jednom od svojih mogućih značenja on označava obilježje dotičnih proizvoda. Međutim, prema EUIPO-ovu mišljenju, takav je slučaj u ovom predmetu, jer žig za koji je podnesena prijava nije potrebno tumačiti i ne pokreće se složen proces razmišljanja jer se riječ „vita” upotrebljava kao pridjev na švedskom jeziku kao oblik „bijelog”. EUIPO „ne može stoga shvatiti” zašto bi se pokrenuo takav postupak razmišljanja prilikom percepcije navedene riječi, čija je poruka jednostavna i informativna, te nije ni neodređena ni nejasna. Konačno, predmeti koji se odnose na ranije registracije nisu usporedivi i nemaju obvezujući učinak u ovom slučaju.
- 27 U skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (c) Uredbe br. 2017/1001, neće se registrirati žigovi koji se sastoje isključivo od znakova ili oznaka koji u trgovini mogu služiti za označavanje vrste, kakvoće, količine, namjene, vrijednosti, zemljopisnog podrijetla ili vremena proizvodnje proizvoda ili pružanja usluge ili nekih drugih obilježja proizvoda ili usluga. U skladu sa stavkom 2. tog članka, stavak 1. primjenjuje se neovisno o tome što razlozi za nemogućnost registracije postoje samo u jednom dijelu Europske unije.
- 28 Prema ustaljenoj sudskoj praksi, kako bi neki znak potpao pod zabranu iznesenu u toj odredbi, potrebno je da ima dovoljno izravnu i konkretnu vezu s proizvodima ili uslugama o kojima je riječ, koja omogućuje dotičnoj javnosti da odmah i bez drugog promišljanja opazi opis proizvoda ili usluga o kojima je riječ, ili jedno od njihovih obilježja (presude od 22. lipnja 2005., *Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, t. 25.; od 12. svibnja 2016., *Chung-Yuan Chang/EUIPO – BSH Hausgeräte (AROMA)*, T-749/14, neobjavljena, EU:T:2016:286, t. 23., i od 25. listopada 2018., *Devin/EUIPO – Haskovo (DEVIN)*, T-122/17, EU:T:2018:719, t. 18.).
- 29 Stoga, opisni karakter treba ocjenjivati, s jedne strane, u odnosu na proizvode ili usluge za koje je zatražena registracija i, s druge strane, s obzirom na način na koji ih percipira relevantna javnost koja se sastoji od potrošača tih proizvoda ili usluga (vidjeti, u tom smislu, presude od 27. veljače 2002., *Ellos/OHIM (ELLOS)*, T-219/00, EU:T:2002:44, t. 29.; od 12. svibnja 2016., *AROMA*, T-749/14, neobjavljena, EU:T:2016:286, t. 24., i od 17. siječnja 2019., *Ecolab USA/EUIPO (SOLIDPOWER)*, T-40/18, neobjavljena, EU:T:2019:18, t. 25.).
- 30 Nadalje, zahtjev za registraciju verbalnog znaka mora se odbiti, u skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (c) Uredbe 2017/1001, ako u najmanje jednom od svojih mogućih značenja on označava obilježje proizvoda ili usluga o kojima je riječ (presude od 23. listopada 2003., *OHIM/Wrigley, C-191/01 P*, EU:C:2003:579, t. 32., i od 12. svibnja 2016., *AROMA*, T-749/14, neobjavljena, EU:T:2016:286, t. 29.).
- 31 Konačno, opći interes koji stoji iza članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 2017/1001 sastoji se u tome da osigura da svi gospodarski subjekti koji nude takve proizvode ili usluge mogu slobodno koristiti opisne znakove koji se odnose na jedno ili više obilježja proizvoda ili usluga za koje je bila zatražena registracija (presuda od 10. ožujka 2011., *Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P*, EU:C:2011:139, t. 37.). Ta odredba sprečava da ti znakovi ili naznake ili budu rezervirani samo za jednog poduzetnika zbog njihove registracije kao žiga (presude od 23. listopada 2003., *OHIM/Wrigley, C-191/01 P*, EU:C:2003:579, t. 31.) i da poduzetnik monopolizira uporabu opisnog izraza na štetu ostalih poduzetnika, uključujući njegove konkurente, čiji je opseg rječnika dostupnog za opisivanje vlastitih proizvoda time smanjen (presude od 16. listopada 2014., *Larrañagi Otañou/OHIM (GRAPHENE)*, T-458/13, EU:T:2014:891, t. 18.; od 7. prosinca 2017. *Colgate-Palmolive/EUIPO (360°)*, T-332/16, neobjavljena, EU:T:2017:876, t. 17., i od 25. listopada 2018., *DEVIN*, T-122/17, EU:T:2018:719, t. 19.).

32 Upravo s obzirom na ta načela valja odlučiti o prvom tužbenom razlogu, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe 2017/1001. U tom smislu, valja ispitati, redom, značenje pojma „vita” na švedskom i vezu između tog značenja i proizvoda na koje se odnosi.

#### *Značenje pojma „vita” na švedskom*

33 Tužitelj tvrdi da pojam „vita”, kad se upotrebljava samostalno, švedski potrošač ne prepoznaje odmah i stoga ne shvaća izravno u smislu „bijelo”. Nadalje, on tvrdi da navedeni izraz može imati različita značenja na raznim jezicima, uključujući „život” ili „način života” na latinskom i na talijanskom jeziku.

34 U točki 20. pobijane odluke žalbeno vijeće smatralo je da je pojam „vita” određeni oblik množine švedske riječi „vit”, koja znači „bijelo”.

35 U tom pogledu, iako je točno da pojam „vita” nije istovjetan zajedničkom neodređenom obliku riječi „vit” kako je navedena u švedskom rječniku, valja smatrati da navedeni pojam švedski potrošač svejedno najprije prepoznaje u smislu pridjeva „bijelo” u množini i njegova određenog oblika u jednini, čak i kad se koristi samostalno. Sama činjenica da uz taj pojam ne stoji imenica ne može spriječiti da ga navedeni potrošač ne prepozna, jer se radi o pridjevu koji je uobičajen poput onoga koji znači „bijelo”.

36 Osim toga, iako je točno da pojam „vita” može imati različita značenja na raznim jezicima, uključujući „život” ili „način života” na latinskom i na talijanskom jeziku, ta okolnost ipak u ovom predmetu nije od značaja, s obzirom na to da je značenje „bijelog” na švedskom „najmanje jedno od njegovih mogućih značenja” u skladu sa sudskom praksom navedenom u točki 30. ove presude.

37 Stoga valja odbiti tužiteljeve argumente kojima dovodi u pitanje značenje pojma „vita” za relevantnu javnost koja govori švedski, kako je utvrdilo žalbeno vijeće.

38 Usto, sudska praksa o nepostojanju opisnog karaktera pojma „vita” koju navodi tužitelj (vidjeti točku 21. ove presude) u ovom slučaju nema značaja jer se odnosi na način na koji navedeni pojam percipira talijanska, španjolska, francuska, njemačka, portugalska i rumunjska javnost, dok se u ovom slučaju postavlja pitanje značenja tog pojma za švedsku i finsku javnost.

#### *Veza između značenje pojma „vita” na švedskom i navedenih proizvoda*

39 Tužitelj smatra da s gledišta relevantne javnosti ne postoji dovoljno izravna i konkretna veza između pojma „vita” na švedskom i dotičnih proizvoda. Prema njegovu mišljenju, bijela se boja uobičajeno ne koristi za te proizvode, koji se gotovo isključivo proizvode od srebrnog nehrđajućeg čelika. Osim toga, ti se proizvodi ne mogu smatrati „bijelom tehnikom”, tj. električnim kućanskim aparatima.

40 U točkama 21. do 23. pobijane odluke, žalbeno vijeće u bitnome temelji opisni karakter žiga za koji je podnesena prijava na dvama razlozima. Kao prvo, navedeni proizvodi bili su dostupni u bijeloj boji, što je prilično uobičajeno, ali ne i najčešće. Kao drugo, ti se proizvodi na švedskom često nazivaju „vitvaror” („bijela tehnika”).

41 U prvom redu, što se tiče uporabe, više ili manje uobičajene, bijele boje za proizvodnju navedenih proizvoda, valja najprije ispitati može li se takva uporaba kvalificirati kao „obilježje” tih proizvoda u smislu sudske prakse.

42 U tom pogledu, valja podsjetiti da je uporabom, u članku 7. stavku 1. točki (c) Uredbe 2017/1001, pojmova „vrste, kakvoće, količine, namjene, vrijednosti, zemljopisnog podrijetla, ili vremena proizvodnje proizvoda ili pružanja usluge”, zakonodavac Unije, s jedne strane, naveo da se za sve te izraze treba smatrati da odgovaraju obilježjima proizvoda ili usluga i, s druge strane, pojasnio da taj

- popis nije iscrpan, te da se također može uzeti u obzir bilo koje drugo obilježje proizvoda ili usluga (presuda od 10. ožujka 2011., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, t. 49.; od 10. srpnja 2014., BSH/OHIM, C-126/13 P, neobjavljena, EU:C:2014:2065, t. 20., i od 17. siječnja 2019., SOLIDPOWER, T-40/18, neobjavljena, EU:T:2019:18, t. 22.).
- 43 Izbor zakonodavca Unije izraza „obilježje” ističe činjenicu da su člankom 7. stavkom 1. točkom (c) Uredbe br. 2017/1001 predviđeni samo oni znakovi koji služe opisivanju svojstva proizvoda ili usluga za koja je podnesena prijava za registraciju, a koje zainteresirani krugovi lako prepoznaju. Stoga se registracija znaka može odbiti na temelju te odredbe samo ako je razumno predvidjeti da će ga zainteresirani krugovi stvarno prepoznati kao opis jednog od spomenutih obilježja (vidjeti presude od 10. ožujka 2011., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, t. 50. i navedenu sudsku praksu, i od 10. srpnja 2014., BSH/OHIM, C-126/13 P, neobjavljenju, EU:C:2014:2065, t. 21. i 22. i navedenu sudsku praksu; presude od 11. listopada 2018., M&T Emporia Ilektrikon-Ilektronikon Eidon/EUIPO (fluo.), T-120/17, neobjavljenju, EU:T:2018:672, t. 24.; od 12. prosinca 2018., Bischoff/EUIPO – Miroglio Fashion (CARACTÈRE), T-743/17, neobjavljenju, EU:T:2018:911, t. 25., i od 17. siječnja 2019., SOLIDPOWER, T-40/18, neobjavljenju, EU:T:2019:18, t. 23.).
- 44 Usto, iako je svejedno je li takvo obilježje bitno ili sporedno u trgovinskom pogledu (presuda od 16. listopada 2014., GRAPHENE, T-458/13, EU:T:2014:891, t. 20.; vidjeti također po analogiji presudu od 12. veljače 2004., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, t. 102.), obilježje, u smislu članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe 2017/1001, ipak treba biti „objektivno i svojstveno prirodni proizvoda” ili usluge (presuda od 6. rujna 2018., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, t. 44.) te „neodvojivo i trajno” u odnosu na taj proizvod ili uslugu (presude od 23. listopada 2015., Geilenkothen Fabrik für Schutzkleidung/OHIM (Cottonfeel), T-822/14, neobjavljena, EU:T:2015:797, t. 32.; od 5. srpnja 2016., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO – Freistaat Bayern (NEUSCHWANSTEIN), T-167/15, neobjavljena, EU:T:2016:391, t. 30., i od 11. listopada 2018., fluo., T-120/17, neobjavljena, EU:T:2018:672, t. 40.).
- 45 U ovom slučaju valja utvrditi da bijela boja ne predstavlja obilježje koje je „stvarno” i „svojstveno prirodni” proizvoda (kao što su kuhinjski električni strojevi, lonci za kuhanje pod tlakom i posude za kućanstvo), već dodatno i dopunsko koje se može odnositi na njihov dio i, koje u svakom slučaju, nema nikakvu izravnu i neposrednu vezu s njihovom prirodom. Naime, takvi su proizvodi dostupni u više boja, među kojima se nalazi, bez prvenstva, i bijela boja. Žalbena vijeće to samo priznaje, s obzirom na to da se na internetskoj stranici koja se spominje u točki 23. pobijane odluke navodi da „danas kuhinjski [pribor] postoji u svim bojama”.
- 46 Sama činjenica da su dotični proizvodi dostupni u bijeloj boji, na više ili manje uobičajen način, kao i u drugim bojama, nije osporena, ali je bespredmetna, s obzirom na to da nije „razumno”, u smislu sudske prakse navedene u točki 43. ove presude, smatrati da će zbog te činjenice bijelu boju relevantna javnost stvarno prepoznati kao opis jednog bitnog obilježja koje je svojstveno prirodni tih proizvoda.
- 47 Tužitelj dakle pravilno tvrdi da nije od značaja to da navedeni proizvodi mogu postojati i u bijeloj boji, jer je odlučujući kriterij prije svega može li se u percepciji relevantne javnosti, znak shvatiti kao opisna oznaka obilježja tih proizvoda.
- 48 Međutim, to nije slučaj u ovom predmetu, jer izraz „vita” koji se percipira kao da znači „bijelo”, relevantna javnost koja govori švedski ne može shvatiti kao opisnu oznaku obilježja koje je svojstveno prirodni navedenih proizvoda i neodvojivo od njih.
- 49 Osim toga, ovaj slučaj treba razlikovati od predmeta u kojem je donesena presuda od 9. prosinca 2008., Colgate-Palmolive/OHIM – CMS Hasche Sigle (VISIBLE WHITE) (T-136/07, neobjavljena, EU:T:2008:553, t. 42. i 43.) u kojem je Opći sud presudio da izrazi „visible” i „white” dotičnoj javnosti



omogućuju da odmah i bez razmišljanja utvrde opis bitnog obilježja dotičnih proizvoda, odnosno „paste i vodice za usta” na način da se njihovom uporabom izbjeljuju zubi. U tom predmetu, „vidljiva bjelina” opisuje neodvojivo obilježje svojstveno prirodi predmetnih proizvoda, odnosno cilj njihove upotrebe ili namjene. Ovaj slučaj također treba razlikovati od predmeta u kojem je donesena presuda od 7. srpnja 2011., Cree/OHIM (TRUEWHITE), T-208/10, neobjavljena, EU:T:2011:340, t. 23.), u kojoj je Opći sud presudio da se za pojam „truewhite”, u svojoj ukupnosti, može smatrati da upućuje na stvarnu svjetlost i da, primijenjen na svjetlosne diode (LED), taj žig samo opisuje bitno obilježje tih proizvoda, odnosno njihovu sposobnost da proizvedu svjetlost koja se može smatrati analognom prirodnom svjetlu. U tom predmetu, „stvarna svjetlost”, tj. ona usporediva s prirodnim svjetlom, također opisuje obilježje koje je neodvojivo i svojstveno prirodi dotičnih proizvoda, odnosno njihovoj kvaliteti.

- 50 Kao drugo, što se tiče uobičajenog naziva „vitvaror” na švedskom, za koji je EUIPO naveo da označava navedene proizvode, treba istaknuti, prije svega, da je veza između pojma „vita” (što znači „bijelo”) i „vitvaror” (što znači „bijela tehnika”) neizravna i od relevantne javnosti zahtijeva tumačenje i razmišljanje.
- 51 Osim toga, potrebno je utvrditi da se uobičajeni naziv „vitvaror” na švedskom odnosi isključivo na „velike kućanske aparate” (poput hladnjaka, štednjaka, perilica posuđa, perilica za rublje, sušilica itd.), a ne na „male kućanske aparate” (kao što su kuhinjski električni strojevi, lonci za kuhanje pod tlakom, aparati za kavu, tosteri itd.), između kojih postoje znatne razlike u pogledu veličine i prenosivosti.
- 52 Žalbeno vijeće prihvaća tu tvrdnju i tu poznatu razliku kada priznaje u točki 23. pobijane odluke, da „su kao bijela tehnika prije svega određeni veliki aparati za kućanstvo, kao npr. strojevi za pranje rublja i perilice posuđa”. Međutim, pogrešno dodaje da to dokazuje da se bijela boja općenito povezuje s kuhinjskim posuđem, jer se u najboljem slučaju može raditi o neizravnoj vezi, a ne izravnoj i konkretnoj povezanosti u svijesti relevantne javnosti.
- 53 Stoga prijelaz žalbenog vijeća s, kao prvo, pridjeva „bijelo” na „bijelu tehniku” i, kao drugo, od „velikih kućanskih aparata” na „male kućanske aparate” ili „kuhinjski pribor dokazuje samo dvostruko neizravnu vezu, koja podrazumijeva razmišljanje u nekoliko faza, a ne izravnu i trenutačnu vezu u svijesti relevantne javnosti.
- 54 Pozivanje na navedene proizvode ili jedno od njihovih obilježja, kao što je pojam „vita” koje može dovesti do pažnje relevantne javnosti povezivanjem, kao prvo, sa švedskim pojmom „vitvaror” ili s „velikim kućanskim aparatima” te, kao drugo, s „malim kućanskim aparatima” u svakom je slučaju dvostruko neizravno i navedenoj javnosti ne omogućuje da odmah i bez daljnjeg razmišljanja percipira opis dotičnih proizvoda ili nekog njihova obilježja. Takva veza ostaje „nejasna i neodređena” (vidjeti u tom smislu presudu od 27. veljače 2002., ELLOS, T-219/00, EU:T:2002:44, t. 43. i 44.) i ne može znak „vita” učiniti opisnim.
- 55 Osim toga, ovaj slučaj treba razlikovati od predmeta u kojem je donesena presuda od 16. ožujka 2006., Telefon & Buch/OHIM – Herold Business Data (WEISSE SEITEN) (T-322/03, EU:T:2006:87, t. 95. do 99.) u kojem je Opći sud istaknuo da je sintagma „weiße Seiten” (što znači „bijeke stranice”) u njemačkom jeziku postala sinonim za „telefonski imenik pojedinaca” i prema tome se može smatrati opisnom za proizvode čiji uobičajeni naziv obuhvaća, svojim svojstvom sinonima za takav imenik, a ne zbog bijele boje stranica tog imenika. U ovom predmetu, sporni je žig sam bio uobičajen naziv, suprotno izrazu „vita” koji zamjenjuje „vitvaror”, te izravno označuje dotične proizvode, a ne neku drugu kategoriju proizvoda, kao što su „mali kućanski aparati” u odnosu na „velike kućanske aparate” u ovom slučaju.
- 56 Slijedom toga, niti jedan od dvaju razloga na koje se pozvalo žalbeno vijeće (vidjeti točku 40. ove presude) nije dovoljan za utvrđivanje dovoljno izravne i stvarne veze, u smislu sudske prakse na koju se poziva u točki 28. ove presude, između švedskog izraza „vita” i navedenih proizvoda. Žalbeno vijeće

nije dokazalo da relevantna javnost, kad joj se predoči žig za koji je podnesena prijava, percipira taj žig izravno i bez dodatnog razmišljanja kao opis navedenih proizvoda ili njihova neodvojivog obilježja svojstvenog njihovoj prirodi.

- 57 Izraz „vita” stoga ne opisuje obilježje proizvoda o kojima je riječ te stoga ne potpada u područje primjene razloga za odbijanje određenih u članku 7. stavku 1. točki (c) Uredbe 2017/1001.
- 58 Iz toga proizlazi da je žalbeno vijeće povrijedilo članak 7. stavak 1. točku (c) Uredbe 2017/1001 kad je pogrešno zaključilo da žig za koji je podnesena prijava ima dovoljno izravnu i stvarnu vezu s navedenim proizvodima da bi u odnosu na njih imao opisni karakter.
- 59 Stoga prvi tužbeni razlog treba prihvatiti.

***Drugi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 2017/1001***

- 60 Drugim tužbenim razlogom tužitelj tvrdi da, s obzirom na to da relevantna javnost u žigu za koji je podnesena prijava ne percipira isključivo opisni sadržaj povezan s navedenim proizvodima i da taj žig u potpunosti ispunjava svoju funkciju označavanja podrijetla, nije potrebno da mu se ospori sav razlikovni karakter niti da se primijeni apsolutni razlog za odbijanje iz članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe 2017/1001. Osobito ističe da se njime ne utječe na cilj tog članka, odnosno zaštitu javnosti od monopola jer drugi subjekti na tržištu ne ovise o uporabi izraza „vita” u obliku za koji je konkretno podnesena prijava.
- 61 Tužitelj dodaje da, u korist razlikovnog karaktera oznaka boje, ako se pojam „vita” percipira u tom smislu, svjedoči, osim toga, velik broj registracija žigova Unije koje se odnose na nazive boje. To dokazuje da se naziv boje može, sa stajališta relevantnih potrošača, percipirati kao oznaka podrijetla, čak i ako proizvod obuhvaćen žigom predstavlja boju koja odgovara navedenom nazivu boje (kao žigovi Europske unije br. 3115136 BLUE za „britve”, br. 3757663 WHITE za „šivaće strojeve”, br. 1078989 ORANGE za „uređaje i pribor koji se upotrebljavaju u kuhinji ili domaćinstvu” i br. 12131314 PURPLE za „konditorske proizvode”).
- 62 Tužitelj iz toga zaključuje da žig za koji je podnesena prijava nije bez razlikovnog karaktera koji se zahtijeva u smislu članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe 2017/1001, za dotične proizvode.
- 63 EUIPO osporava tužiteljeve argumente i smatra drugi tužbeni razlog „bespredmetnim”. On tvrdi da žig za koji je podnesena prijava označava boju proizvoda i smatra se kao da upućuje na boju dotičnih proizvoda, tako da on nema funkciju označavanja podrijetla i razlikovni karakter. Dodaje da u ovom slučaju nije relevantna činjenica da je u odlukama koje se nisu jasno odnosile na švedski jezik i javnost koja govori švedski elementu „vita” u složenim riječima dodijeljen razlikovni karakter.
- 64 U tom pogledu važno je podsjetiti da je svaki od apsolutnih razloga za odbijanje navedenih u članku 7. stavku 1. Uredbe br. 2017/1001 neovisan o drugima i zahtijeva zasebno razmatranje, čak i ako postoji očigledno preklapanje njihovih područja primjene. Osim toga, potrebno je tumačiti navedene razloge za odbijanje s obzirom na opći interes na kojem se temelji svaki od njih (vidjeti po analogiji presude od 8. travnja 2003., Linde i dr., C-53/01 do C-55/01, EU:C:2003:206, t. 67. i 71.; od 12. veljače 2004., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, t. 68. i 69.; vidjeti također u tom smislu presudu od 16. rujna 2004., SAT.1/OHIM, C-329/02 P, EU:C:2004:532, t. 25. i navedenu sudsku praksu).
- 65 Iz toga slijedi da se na temelju činjenice da žig ne potpada pod jedan od apsolutnih razloga za odbijanje ne može zaključiti da on ne može potpadati pod drugi razlog. Stoga se ne može, među ostalim, zaključiti da žig nije bez razlikovnog karaktera u odnosu na određene proizvode ili usluge samo zato

jer ih ne opisuje (vidjeti, po analogiji, presude od 8. travnja 2003., Linde i dr., C-53/01 do C-55/01, EU:C:2003:206, t. 68., i od 12. veljače 2004., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, t. 70. i 71.)

- 66 Naime, opći interes na kojemu se temelji članak 7. stavak 1. točka (b) Uredbe 2017/1001 odnosi se na zaštitu potrošača, omogućujući mu da bez mogućnosti zablude razlikuje podrijetlo proizvoda ili usluga obuhvaćenih žigom, sukladno njegovoj bitnoj funkciji oznake podrijetla, dok je opći interes na kojem se temelji pravilo iz članka 7. stavka 1. točke (c) usmjeren na zaštitu konkurenata protiv opasnosti od monopola jednog subjekta nad opisnim oznakama obilježja tih proizvoda ili usluga (vidjeti točku 31. ove presude).
- 67 Dakle, žig koji nije opisan, kao u ovom slučaju, ipak nema razlikovni karakter. U tom slučaju, potrebno je još ispitati nije li sam po sebi bez razlikovnog karaktera, tj. provjeriti je li sposoban ispuniti bitnu funkciju žiga, koja se sastoji u jamčenju potrošaču ili krajnjem korisniku podrijetla proizvoda ili usluge koju označava žig, omogućujući mu razlikovanje bez moguće zablude tog proizvoda ili te usluge od proizvoda ili usluga drugoga podrijetla (vidjeti, u tom smislu, presude od 5. veljače 2015., nMetric/OHIM (SMARTER SCHEDULING), T-499/13, neobjavljenu, EU:T:2015:74, t. 22. i navedenu sudsku praksu, i od 12. svibnja 2016., AROMA, T-749/14, neobjavljenu, EU:T:2016:286, t. 57.)
- 68 U skladu s člankom 7. stavkom 1. točkom (b) Uredbe br. 2017/1001, neće se registrirati žigovi koji nemaju nikakav razlikovni karakter. Prema ustaljenoj sudskoj praksi, žigovi iz te odredbe su oni za koje se smatra da ne mogu izvršavati bitnu funkciju žiga, odnosno identifikaciju komercijalnog podrijetla dotičnog proizvoda ili usluge da bi se time potrošaču koji kupuje proizvod ili uslugu označene žigom omogućilo da prilikom sljedeće kupovine izabere isti proizvod ili uslugu ako njegovo iskustvo bude pozitivno odnosno drugi proizvod ili uslugu ako ono bude negativno (vidjeti presudu od 12. svibnja 2016., AROMA, T-749/14, neobjavljenu, EU:T:2016:286, t. 58. i navedenu sudsku praksu; presude od 14. prosinca 2017., GeoClimaDesign/EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, neobjavljenu, EU:T:2017:913, t. 56., i od 12. prosinca 2018., CARACTÈRE, T-743/17, neobjavljenu, EU:T:2018:911, t. 49.).
- 69 Opisni karakter treba ocjenjivati, s jedne strane, u odnosu na proizvode ili usluge za koje je zatražena registracija i, s druge strane, s obzirom na način na koji ih percipira relevantna javnost koja se sastoji od potrošača tih proizvoda ili usluga (vidjeti, u tom smislu, presude od 21. siječnja 2010., Audi/OHIM, C-398/08 P, EU:C:2010:29, t. 34.; od 12. svibnja 2016., AROMA, T-749/14, neobjavljenu, EU:T:2016:286, t. 59., i od 14. prosinca 2017., GEO, T-280/16, neobjavljenu, EU:T:2017:913, t. 57., i od 12. prosinca 2018., CARACTÈRE, T-743/17, neobjavljenu, EU:T:2018:911, t. 50.).
- 70 U ovom predmetu, u točki 29. pobijane odluke, žalbeno je vijeće smatralo da relevantna javnost žig za koji je podnesena prijava percipira kao običnu objektivnu poruku u smislu da su dotični proizvodi dostupni u bijeloj boji. Ono je iz toga zaključilo da je navedeni žig bio isključivo opisan i da stoga nije imao nikakav razlikovni karakter. Prema njegovu mišljenju svaki proizvođač kuhinjskih električnih strojeva i posuđa može proizvoditi svoje proizvode u bijeloj boji i taj žig stoga nije bio prikladan za razlikovanje tužiteljevih proizvoda od onih drugih poduzetnika.
- 71 Međutim, utvrđeno je, u okviru analize prvog tužbenog razloga, da bijela boja ne predstavlja neodvojivo obilježje svojstveno prirodi dotičnih proizvoda i da je sama činjenica da su proizvodi dostupni, uz druge boje, u bijeloj boji, bespredmetna, jer nije opravdano smatrati da će, zbog same te činjenice, bijelu boju relevantna javnost stvarno prepoznati kao opis neodvojiva obilježja svojstvenog prirodi tih proizvoda (vidjeti točke 45. do 47. ove presude).
- 72 Stoga, budući da je žalbeno vijeće zaključilo da je to što žig za koji je podnesena prijava nema razlikovni karakter samo posljedica njegova navodnog „čisto opisnog” karaktera, koji nije utvrđen, valja ustvrditi da se taj zaključak temelji na pogrešnoj premisi i stoga je neosnovan.

- 73 Nadalje, u dijelu u kojem je žalbeno vijeće zaključilo da ne postoji razlikovni karakter žiga za koji je podnesena prijava ako ga se shvati kao običnu objektivnu poruku prema kojoj su proizvodi dostupni u bijeloj boji, valja smatrati da relevantna javnost koja govori švedski ne percipira u žigu za koji je podnesena prijava opis neodvojivog obilježja navedenih proizvoda i ne može se izravno povezati s tim proizvodima. Naprotiv, pojam „vita” od švedskog i finskog potrošača zahtijeva određeni napor tumačenja. Oni ne percipiraju žig za koji je podnesena prijava kao običnu objektivnu poruku prema kojoj su navedeni proizvodi dostupni u bijeloj boji, već kao naznaku njihova podrijetla. To je tim više tako ako se taj žig postavlja na robu bilo koje boje, a ne samo bijele boje.
- 74 Razlog za odbijanje naveden u ovom slučaju ne može spriječiti da žig za koji je podnesena prijava relevantna javnost smatra sposobnim za identificiranje trgovačkog podrijetla dotičnih proizvoda i njihovo razlikovanje od proizvoda drugih poduzetnika.
- 75 Iz toga proizlazi da je žalbeno vijeće povrijedilo članak 7. stavak 1. točku (b) Uredbe 2017/1001 jer je pogrešno zaključilo da žig za koji je podnesena prijava nema razlikovni karakter u odnosu na navedene proizvode na temelju razloga za odbijanje navedenog u ovom slučaju.
- 76 Drugi tužbeni razlog stoga također treba prihvatiti.
- 77 S obzirom na sva prethodna razmatranja, valja prihvatiti tužbu u cijelosti i stoga poništiti pobijanu odluku.

### **Troškovi**

- 78 Sukladno članku 134. stavku 1. Poslovnika Općeg suda, stranka koja ne uspije u postupku dužna je, na zahtjev protivne stranke, snositi troškove.
- 79 Budući da EUIPO nije uspio u postupku, treba mu naložiti da snosi vlastite troškove i tužiteljeve troškove sukladno njegovu zahtjevu.

Slijedom navedenoga,

OPĆI SUD (osmo vijeće)

proglašava i presuđuje:

- 1. Poništava se odluka petog žalbenog vijeća Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) od 28. ožujka 2018. (predmet R 1326/2017-5).**
- 2. Nalaže se EUIPO-u snošenje troškova.**

Collins

Kancheva

De Baere

Objavljeno na javnoj raspravi u Luxembourgju 7. svibnja 2019.

Potpisi

## Sadržaj

Okolnosti spora .....	1
Zahtjevi stranaka .....	3
Pravo .....	3
Uvodno očitovanje o definiciji relevantne javnosti .....	3
Prvi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 2017/1001 .....	4
Značenje pojma „vita” na švedskom .....	7
Veza između značenje pojma „vita” na švedskom i navedenih proizvoda .....	7
Drugi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi članka 7. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 2017/1001 .....	10
Troškovi .....	12