



## Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (ósma izba)

z dnia 7 maja 2019 r.\*

Znak towarowy Unii Europejskiej – Zgłoszenie słownego unijnego znaku towarowego vita –  
Bezwzględne podstawy odmowy rejestracji – Brak charakteru odróżniającego – Charakter opisowy –  
Pojęcie właściwości – Nazwa koloru – Artykuł 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia (UE) 2017/1001

W sprawie T-423/18

**Fissler GmbH**, z siedzibą w Idar-Oberstein (Niemcy), reprezentowana przez adwokatów  
G. Hasselblatta i K. Middelhoff,

strona skarżąca,

przeciwko

**Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO)**, reprezentowanemu przez  
W. Schramka oraz D. Walicką, działających w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Piątej Izby Odwoławczej EUIPO z dnia 28 marca 2018 r.  
(sprawa R 1326/2017-5), dotyczącą rejestracji oznaczenia słownego vita jako unijnego znaku  
towarowego,

SĄD (ósma izba),

w składzie: A.M. Collins, prezes, M. Kancheva (sprawozdawca) i G. De Baere, sędziowie,

sekretarz: E. Coulon,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 6 lipca 2018 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 24 września 2018 r.,

uwzględniając przydzielenie sprawy nowemu sędziemu sprawozdawcy należącemu do ósmej izby,

uwzględniając, że w terminie trzech tygodni od dnia powiadomienia stron o zakończeniu pisemnego  
etapu postępowania nie wpłynął wniosek stron o wyznaczenie rozprawy, i postanowiwszy, na podstawie  
art. 106 § 3 regulaminu postępowania przed Sądem, orzec w przedmiocie skargi bez przeprowadzenia  
ustnego etapu postępowania,

wydaje następujący

\* Język postępowania: niemiecki.

## Wyrok

### Okoliczności powstania sporu

- 1 W dniu 27 września 2016 r. skarżąca, Fissler GmbH, dokonała w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) zgłoszenia unijnego znaku towarowego na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2009, L 78, s. 1), ze zmianami [zastąpionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2017, L 154, s. 1)].
- 2 Znakiem towarowym, o którego rejestrację wniesiono pod numerem 15857188, jest oznaczenie słowne vita.
- 3 Towary, dla których dokonano zgłoszenia, należą do klas 7, 11 i 21 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają dla każdej z tych klas następującemu opisowi:
  - klasa 7: „elektryczne roboty kuchenne; części zamienne i akcesoria do wyżej wymienionych towarów”;
  - klasa 11: „szybkowary elektryczne; części zamienne i akcesoria do wyżej wymienionych towarów”;
  - klasa 21: „przybory oraz pojemniki kuchenne i gospodarstwa domowego; naczynia kuchenne; szybkowary nielektryczne; części zamienne i akcesoria do wyżej wymienionych towarów”.
- 4 Decyzją z dnia 28 kwietnia 2017 r. ekspert odmówił rejestracji zgłoszonego znaku towarowego dla wskazanych towarów, uzasadniając to tym, że znak ten ma charakter opisowy i jest pozbawiony charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 207/2009 [obecnie art. 7 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia 2017/1001].
- 5 W dniu 20 czerwca 2017 r. skarżąca odwołała się od decyzji eksperta do EUIPO na podstawie art. 58–64 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 66–71 rozporządzenia 2017/1001).
- 6 Decyzją z dnia 28 marca 2018 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Piąta Izba Odwoławcza EUIPO oddaliła odwołanie. W pierwszej kolejności, co się tyczy właściwego kręgu odbiorców, Izba uznała, że wskazane towary są przeznaczone przede wszystkim dla szerokiego kręgu odbiorców, lecz również w części dla odbiorców wyspecjalizowanych, na przykład kucharzy, oraz że poziom uwagi waha się pomiędzy przeciętnym a wysokim. Dodała ona, że skoro zgłoszony znak towarowy jest określeniem w języku szwedzkim, należy wziąć pod uwagę szwedzkojęzycznych odbiorców Unii Europejskiej.
- 7 W drugiej kolejności, co się tyczy opisowego charakteru zgłoszonego znaku towarowego, Izba Odwoławcza najpierw podniosła, że oznaczenie vita jest formą określoną liczby mnogiej wyrazu „vit”, który oznacza „biały” w języku szwedzkim. Następnie stwierdziła ona, że dla zastosowania art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 nie jest decydujące ustalenie, czy kolor biały jest zwykle używanym kolorem dla tych towarów, ale wystarczy, aby towary te mogły występować w kolorze białym, a oznaczenie mogło być dla nich opisowe. Podkreśliwszy, że kolor biały, choć nie jest najczęstszy, jest co najmniej dość powszechnie używany dla garnków „elektrycznych i nielektrycznych” [czyli elektrycznych i nielektrycznych], a także dla innych przyborów gospodarstwa domowego, uznała ona, iż to wskazuje, że przeciętny konsument kojarzy wskazane towary z kolorem białym i uzna zatem zgłoszony znak towarowy za opisowy. Ponadto Izba Odwoławcza podniosła, że niektóre przybory kuchenne i urządzenia gospodarstwa domowego są często nazywane „białymi towarami” w językach angielskim („white goods”) i szwedzkim („vitvaror”). Opierając się na wyciągu z witryny internetowej,

dostępnej pod adresem internetowym <http://www.vitvara.nu/vad-ar-vitvaror>, wywiodła ona, że niektóre ze wskazanych towarów, takie jak elektryczne roboty kuchenne lub szybkowary elektryczne, mogą być zbiorowo określane jako „białe towary”. Wyjaśniła ona, że nawet gdyby nie było to możliwe, ponieważ to przede wszystkim duże urządzenia gospodarstwa domowego, takie jak pralki i zmywarki, są określane jako „białe towary”, to jednak wyraźnie dowodzi to, że kolor biały jest w sposób ogólny kojarzony z przyborami gospodarstwa domowego. Wreszcie Izba stwierdziła na tej podstawie, że zgłoszony znak towarowy ma charakter czysto opisowy.

- 8 W trzeciej kolejności, co się tyczy braku charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego, Izba Odwoławcza uznała, że zgłoszony znak towarowy jest rozumiany przez właściwy krąg odbiorców jako prosty obiektywny przekaz oznaczający, że wskazane towary są towarami dostępnymi w kolorze białym. Stwierdziła ona na tej podstawie, że wspomniany znak towarowy jest czysto opisowy, a w rezultacie nie ma żadnego charakteru odróżniającego. Jej zdaniem każdy producent robotów kuchennych i naczyń kuchennych może produkować swoje towary w kolorze białym, a zatem ten znak towarowy nie nadaje się do odróżniania towarów skarżącej od towarów innych przedsiębiorstw. Ponadto Izba Odwoławcza nie uwzględniła powołania się przez skarżącą na inne zarejestrowane znaki towarowe składające się wyłącznie z kolorów.

### **Żądania stron**

- 9 Strona skarżąca wnosi do Sądu o:
- stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;
  - obciążenie EUIPO kosztami postępowania.
- 10 EUIPO wnosi do Sądu o:
- oddalenie skargi;
  - obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

### **Co do prawa**

- 11 Na poparcie skargi skarżąca podnosi dwa zarzuty, dotyczące, odpowiednio, naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 oraz naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) tegoż rozporządzenia. W istocie twierdzi ona, że zgłoszony znak towarowy nie ma charakteru opisowego dla wskazanych towarów i cechuje go w odniesieniu do nich wymagany charakter odróżniający.

### ***Uwagi wstępne dotyczące określenia właściwego kręgu odbiorców***

- 12 Na wstępie należy określić właściwy krąg odbiorców dla celów dokonania oceny wspomnianych dwóch bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji.
- 13 Po pierwsze, w pkt 13–15 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza uznała, że przeciętni konsumenci wskazanych towarów są w pierwszej kolejności „ogólnymi konsumentami”, czyli stanowią szeroki krąg odbiorców, ale również w części odbiorcami wyspecjalizowanymi, na przykład kucharzami, a ich poziom uwagi waha się pomiędzy przeciętnym a wysokim. Dodała ona jednak, że z orzecznictwa dotyczącego względnych podstaw odmowy rejestracji wynika, iż jeśli towary i usługi są skierowane zarówno do przeciętnych konsumentów, jak i odbiorców wyspecjalizowanych, należy wziąć pod uwagę odbiorców o najniższym poziomie uwagi, oraz że w niniejszym przypadku należy oprzeć się na poziomie uwagi szerokiego kręgu odbiorców. Wreszcie Izba uściśliła, że nawet jeśli oznaczenie jest

skierowane do odbiorców wyspecjalizowanych o podwyższonym poziomie uwagi, nie oznacza to, że wzrośnie jego charakter odróżniający, ponieważ oznaczenie, którego znaczenia opisowego przeciętny konsument nie rozumie, może być natychmiast zrozumiane przez odbiorców wyspecjalizowanych [zob. podobnie wyrok z dnia 11 października 2011 r., Chestnut Medical Technologies/OHIM (PIPELINE), T-87/10, niepublikowany, EU:T:2011:582, pkt 27, 28].

- 14 W tym względzie z orzecznictwa wynika, że fakt, iż właściwy krąg odbiorców tworzą specjaliści w danej dziedzinie, nie może mieć decydującego wpływu na kryteria prawne stosowane przy dokonywaniu oceny charakteru odróżniającego oznaczenia. Chociaż jest prawdą, że poziom uwagi właściwego kręgu odbiorców tworzonego przez specjalistów w danej dziedzinie jest z definicji wyższy od poziomu uwagi przeciętnego konsumenta, to niekoniecznie wynika z tego, że nieznaczny charakter odróżniający oznaczenia będzie wystarczający, w przypadku gdy właściwe grono odbiorców tworzą specjaliści w danej dziedzinie. Wynikająca z utrwalonego orzecznictwa zasada, zgodnie z którą w celu przeprowadzenia oceny, czy dany znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego, należy także wziąć pod uwagę wywierane przez niego całościowe wrażenie, mogłaby bowiem zostać podważona, gdyby wymagany próg dystynktywności oznaczenia zależał ogólnie od poziomu wyspecjalizowania właściwego kręgu odbiorców (zob. wyrok z dnia 12 lipca 2012 r., Smart Technologies/OHIM, C-311/11 P, EU:C:2012:460, pkt 48–50 i przytoczone tam orzecznictwo). To samo odnosi się do oceny charakteru opisowego oznaczenia.
- 15 W niniejszym przypadku Izba Odwoławcza słusznie zatem oparła się na sposobie postrzegania zgłoszonego znaku towarowego przez szeroki krąg odbiorców i nie przyznała szczególnego znaczenia sposobowi postrzegania tego znaku przez odbiorców wyspecjalizowanych, na przykład kucharzy.
- 16 Po drugie, w pkt 16 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza podniosła, że zgodnie z art. 7 ust. 2 rozporządzenia 2017/1001 nie rejestruje się oznaczenia, nawet jeśli podstawa odmowy rejestracji istnieje tylko w części Unii. Uznała ona, że skoro zgłoszony znak towarowy jest określeniem pochodzącym z języka szwedzkiego, przy ocenie jego zdolności do bycia chronionym należy najpierw oprzeć się na szwedzkojęzycznych odbiorcach Unii.
- 17 W tym względzie bez wypowiadania się na tym etapie na temat tego, czy zgłoszony znak towarowy jest rzeczywiście postrzegany jako określenie szwedzkie, wystarczy zauważyć, że bezwzględne podstawy odmowy rejestracji przywołane przez eksperta i Izbę Odwoławczą odnoszą się do języka szwedzkiego, wobec czego właściwy krąg odbiorców dla ich oceny stanowią szwedzkojęzyczni odbiorcy Unii, mianowicie konsumenci szwedzcy lub fińscy [zob. podobnie wyrok z dnia 9 lipca 2014 r., Pågen Trademark/OHIM (giffjar), T-520/12, niepublikowany, EU:T:2014:620, pkt 19, 20].

***W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001***

- 18 W ramach zarzutu pierwszego skarżąca podnosi w pierwszej kolejności, że gdy zgłoszony znak towarowy zostaje użyty osobno, nie cechuje go żadna wyraźna opisowa treść i że wydaje się zatem mało prawdopodobne, by wyraz „vita” był rzeczywiście rozumiany przez konsumentów szwedzkich jako mający znaczenie „biały”. Zarzuca ona EUIPO, że nie uwzględniło ono wystarczająco okoliczności, iż zgłoszony znak towarowy odnosi się nie do przymiotnika „vit” („biały”) w jego podstawowej formie występującej w słownikach, ale do określenia „vita” rozpatrywanego osobno. W języku szwedzkim określenie to nigdy nie jest zaś używane osobno, lecz zawsze w połączeniu ze stojącym za nim rzeczownikiem, do którego się odnosi. Co się tyczy wyrazu „vita” użytego osobno, zdaniem skarżącej EUIPO nie wykazało, by zawierał on pierwszoplanową treść odnoszącą się do niektórych właściwości rozpatrywanych towarów, i nie przedstawiło żadnego dowodu w tym zakresie. Wyraz „vita” użyty osobno nie będzie zatem od razu rozpoznawany przez konsumenta szwedzkiego i nie będzie w rezultacie kojarzony bezpośrednio z „białym” lub „białą”. Ponadto skarżąca podnosi, że znaczenie

określenia „vita” nie jest jasne i wymaga interpretacji, ponieważ wyraz ten może odnosić się do różnych okoliczności i mieć odmienne znaczenia w kilku językach, zwłaszcza „życie” lub „styl życia” po łacinie i po włosku.

- 19 W drugiej kolejności skarżąca podnosi, że nawet jeśli wziąć pod uwagę konsumenta szwedzkiego i wyjść z założenia, iż określenie „vita” jest kojarzone ze wskazaniem koloru, nietrafne jest twierdzenie, że wskazanie koloru „biały” ma czysto opisowe znaczenie w odniesieniu do wskazanych towarów, ponieważ nie istnieje z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców żaden wystarczająco bezpośredni i konkretny związek między określeniem „vita” a wskazanymi towarami. Dotyczy to w szczególności szybkowarów i garnków, które są prawie wyłącznie produkowane z srebrnej stali nierdzewnej i dla których nie jest powszechnie używany kolor „biały”. Ponadto wskazanych towarów nie można uważać za „białe towary”, jako że przez to określenie rozumie się urządzenia gospodarstwa domowego takie jak lodówki, zamrażarki, zmywarki lub suszarki, a nie używa się go w odniesieniu do szybkowarów, garnków, patelni lub misek kuchennych itd. Właściwy krąg odbiorców skojarzy te wyroby z towarami z posrebrzanej stali nierdzewnej, przy czym nazwy kolorów nie odgrywają żadnej roli. Biorąc pod uwagę, że w sektorze wskazanych towarów nazwy kolorów nie odgrywają żadnej roli i że właściwy krąg odbiorców nie kojarzy żadnych szczególnych kolorów z urządzeniami do gotowania, nazwa koloru, jakakolwiek by była, nie będzie postrzegana jako właściwość tych towarów. Jest zatem bez znaczenia, że wskazane towary mogą występować również w kolorze białym, gdyż decydującym kryterium jest raczej ustalenie, czy oznaczenia można używać do tego celu i czy w odczuciu właściwego kręgu odbiorców może ono być rozumiane jako opisowa wskazówka właściwości tych towarów.
- 20 I tak, skarżąca podnosi, że przeciętny szwedzki konsument nie dojdzie do wniosku, natychmiast i bez głębszego zastanowienia, że określenie „vita” dotyczy białego przyboru kuchennego. Przeciwnie, konsument ten musiałby przeprowadzić kilkuetapowe rozważania, aby od oznaczenia koloru jako takiego dojść do barwy towaru. Ponadto według skarżącej nie wydaje się jasne dla wspomnianego konsumenta, do jakiego elementu towaru ma odnosić się wskazanie koloru, skoro garnki, patelnie, roboty kuchenne lub miski kuchenne zazwyczaj składają się z kilku elementów lub przynajmniej z części wewnętrznej i części zewnętrznej. Konsument ten nie wywiedzie zatem bez głębszego zastanowienia z prostego oznaczenia koloru, czy wskazane towary zawierają elementy w kolorze białym, czy są w całości zabarwione na biało, czy też na przykład jedynie część wewnętrzna jest w kolorze białym.
- 21 W trzeciej kolejności skarżąca podnosi, iż Sąd i EUIPO wielokrotnie stwierdzały, że określenie „vita” nie ma znaczenia opisowego dla odpowiednich towarów i że ma zatem przeciętnie odróżniający charakter w braku bezpośredniego związku lub stosunku z tymi towarami i bez względu na charakter wyrazu „vita” nawiązujący do witalności [zob. wyrok z dnia 14 stycznia 2016 r., *The Cookware Company/OHIM – Fissler (VITA+VERDE)*, T-535/14, niepublikowany, EU:T:2016:2, pkt 40 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 22 Skarżąca dochodzi do wniosku, że określenie „vita” używane osobno nie znaczy dla konsumentów szwedzkich „biały”, a ponadto ze względu na swoje liczne znaczenia i konieczność jego interpretowania nie zawiera żadnej pierwszoplanowej treści opisowej odnoszącej się do właściwości istotnej dla odbiorców i związanej z towarami, dla których wystąpiono o rejestrację. Dodaje ona, że sama okoliczność, iż w sposób abstrakcyjny jakiś element nadaje się do tego, by stanowić wskazówkę danej właściwości, nie wystarcza, by uzasadnić konieczność pozostawienia go do swobodnego używania w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001.
- 23 EUIPO kwestionuje argumenty skarżącej i uznaje zarzut pierwszy za „bezskuteczny”. Podnosi ono, że badanie oznaczenia należy przeprowadzić konkretnie w odniesieniu do wskazanych towarów i że konsumenci stykają się z unijnym znakiem towarowym w bezpośrednim związku z towarami, na których jest on umieszczony, na przykład przy zakupie lub w reklamach. Zdaniem EUIPO twierdzenie skarżącej, zgodnie z którym konieczne są kilkuetapowe rozważania, aby nadać sensowne znaczenie



zgłoszonemu oznaczeniu, nie jest przekonujące, a w zakresie, w jakim towary są białe, również bezzasadne jest jej twierdzenie, jakoby cechy tych towarów nie były dla konsumentów szwedzkojęzycznych łatwo rozpoznawalne w oznaczeniu.

- 24 EUIPO podnosi, że wyraz „vita” użyty jako przymiotnik w języku szwedzkim odpowiada wyrazowi „weiße” w języku niemieckim lub „blanche” w języku francuskim, a odbiorcom szwedzkojęzycznym nie jest potrzebne żadne tłumaczenie. Dodaje ono, że okoliczność, iż wyraz „vita” jest również używany w innych językach, w żaden sposób nie zmienia rozumienia rodzimych użytkowników języka szwedzkiego. Choć EUIPO przyznaje, że wyraz „vita” nie jest ogólnie używany osobno, podkreśla ono, że przy konkretnym badaniu związanym z towarami nie jest konieczne, by oznaczenie było wyrażeniem „białe elektryczne roboty kuchenne”, a towary są postrzegane i dodawane myślowo przez właściwy krąg odbiorców. Twierdzi ono, że właściwy krąg odbiorców szwedzkojęzycznych wie, że kolor może oznaczać właściwość związaną z towarami, i może postrzegać go jako przekaz informacyjny wskazujący, że chodzi o towary białe, a nie towary w innym kolorze, na przykład w kolorze stalowoszarym.
- 25 EUIPO twierdzi, że nie jest zobowiązane udowodnić, że zgłoszony znak towarowy mógłby oznaczać właściwość towarów, ponieważ art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 nie dotyczy obecnego używania oznaczenia. O ile nie zaprzecza, że istnieje wiele garnków i innych towarów związanych z kuchnią, które są wykonane ze stali, podnosi jednak, iż innych kolorów, w tym białego, również używa się dla wskazanych towarów, wobec czego szybkowary w kolorze białym nie są niezwykle lub zaskakujące. EUIPO dodaje, iż nawet gdyby kolor biały był rzadko używany w odniesieniu do urządzeń gospodarstwa domowego, to nie stałoby to w sprzeczności z tym, że może chodzić o główną właściwość tych towarów. Twierdzi ono, że kolor może być pierwszoplanowym kryterium zakupu, a nawet, że należy go uznać za podstawową właściwość i że nic nie stoi na przeszkodzie, by wspomniane towary były całkowicie lub głównie białe.
- 26 EUIPO podnosi, że nie jest konieczne, by właściwość była głównym elementem lub kryterium zakupu, oraz że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem określona w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 podstawa odmowy rejestracji jest skuteczna bez względu na to, czy oznaczenie opisuje właściwość zasadniczą czy uboczną, czy wręcz „dowolną właściwość” oznaczanych towarów. Dodaje, że oznaczenie może podlegać odmowie rejestracji, jeżeli przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń określa właściwość danych towarów. Zdaniem EUIPO tak jest zaś w niniejszym przypadku, gdyż zgłoszony znak towarowy nie musi być interpretowany i nie wywołuje złożonego procesu myślowego, jako że wyraz „vita” jest używany w charakterze przymiotnika w języku szwedzkim jako forma słowa „biały”. EUIPO „nie jest więc w stanie zrozumieć”, dlaczego miałyby się uruchamiać taki proces myślowy przy postrzeganiu wspomnianego wyrazu, którego przekaz jest prosty i informacyjny, a przy tym nie jest nieokreślony lub niejasny. Wreszcie zdaniem EUIPO sprawy dotyczące wcześniejszych rejestracji nie są porównywalne i nie mają wiążącego skutku w niniejszym przypadku.
- 27 W myśl art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 nie są rejestrowane znaki towarowe, które składają się wyłącznie z oznaczeń lub wskazówek mogących służyć w obrocie do oznaczania rodzaju, jakości, ilości, przeznaczenia, wartości, pochodzenia geograficznego lub czasu produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub innych właściwości towarów lub usług. Zgodnie z ust. 2 tegoż artykułu ust. 1 stosuje się bez względu na fakt, że podstawy odmowy rejestracji istnieją tylko w części Unii Europejskiej.
- 28 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem oznaczenie podlega zakazowi ustanowionemu w tym przepisie, jeżeli ma dostatecznie bezpośredni i konkretny związek z określonymi towarami lub usługami, który pozwoli danemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec w nim opis wspomnianych towarów i usług lub jednej z ich właściwości [wyroki: z dnia 22 czerwca 2005 r., *Metso Paper Automation/OHIM (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, pkt 25; z dnia 12 maja 2016 r.,

Chung-Yuan Chang/EUIPO – BSH Hausgeräte (AROMA), T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 23; z dnia 25 października 2018 r., Devin/EUIPO – Haskovo (DEVIN), T-122/17, EU:T:2018:719, pkt 18].

- 29 Z tego względu charakter opisowy należy oceniać, po pierwsze, w stosunku do towarów lub usług, dla których znak towarowy został zgłoszony, a po drugie, z uwzględnieniem sposobu postrzegania go przez właściwy krąg odbiorców złożony z konsumentów tych towarów lub usług [zob. podobnie wyroki: z dnia 27 lutego 2002 r., Ellos/OHIM (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, pkt 29; z dnia 12 maja 2016 r., AROMA, T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 24; z dnia 17 stycznia 2019 r., Ecolab USA/EUIPO (SOLIDPOWER), T-40/18, niepublikowany, EU:T:2019:18, pkt 25].
- 30 Ponadto należy odmówić rejestracji oznaczenia słownego na podstawie art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001, jeśli przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń określa właściwość danych towarów lub usług (wyroki: z dnia 23 października 2003 r., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, pkt 32; z dnia 12 maja 2016 r., AROMA, T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 29).
- 31 Wreszcie interes ogólny chroniony przez art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 polega na zapewnieniu, by oznaczenia stanowiące opis co najmniej jednej z właściwości towarów lub usług, dla których wystąpiono o rejestrację w charakterze znaku towarowego, mogły być swobodnie używane przez wszystkich przedsiębiorców oferujących dane towary lub usługi (wyrok z dnia 10 marca 2011 r., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, pkt 37). Przepis ten stoi na przeszkodzie temu, aby takie oznaczenia lub wskazówki były zastrzeżone dla jednego tylko przedsiębiorstwa z powodu ich rejestracji jako znaku towarowego (wyrok z dnia 23 października 2003 r., OHIM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, pkt 31) i aby jedno przedsiębiorstwo zmonopolizowało używanie określenia opisowego ze szkodą dla pozostałych przedsiębiorstw, w tym jego konkurentów, dla których w ten sposób zostałyby ograniczony zakres dostępnego słownictwa pozwalającego opisać ich własne towary [wyroki: z dnia 16 października 2014 r., Larrañaga Otaño/OHIM (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, pkt 18; z dnia 7 grudnia 2017 r., Colgate-Palmolive/EUIPO (360°), T-332/16, niepublikowany, EU:T:2017:876, pkt 17; z dnia 25 października 2018 r., DEVIN, T-122/17, odwołanie w toku, EU:T:2018:719, pkt 19].
- 32 To w świetle tych zasad należy wypowiedzieć się w przedmiocie podniesionego przez skarżącą zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001. W tym celu należy zbadać kolejno znaczenie określenia „vita” w języku szwedzkim i związek między tym znaczeniem a wskazanymi towarami.

*W przedmiocie znaczenia określenia „vita” w języku szwedzkim*

- 33 Skarżąca podnosi, że określenie „vita” użyte osobno nie jest od razu rozpoznawane przez konsumenta szwedzkiego i nie jest w rezultacie bezpośrednio kojarzone ze znaczeniem „biały”. Ponadto twierdzi ona, że wspomniane określenie może mieć odmienne znaczenia w kilku językach, zwłaszcza „życie” lub „styl życia” po łacinie lub po włosku.
- 34 W pkt 20 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza uznała określenie „vita” za formę określoną liczbą mnogiej szwedzkiego wyrazu „vit”, oznaczającego „biały”.
- 35 W tym względzie, o ile jest prawdą, że oznaczenie „vita” nie jest identyczne ze zwykłą formą nieokreśloną wyrazu „vit” występującą w szwedzkich słownikach, o tyle należy uznać, że wspomniane określenie jest jednak od razu rozpoznawalne dla konsumenta szwedzkiego w znaczeniu przymiotnika „biały” w formie liczby mnogiej i w formie określonej liczby pojedynczej, nawet jeśli zostało użyte

osobno. Sam brak rzeczownika obok tego określenia nie uniemożliwia takiego rozpoznania przez wspomnianego konsumenta, skoro chodzi o przymiotnik tak powszechny jak ten oznaczający „biały/-e”.

- 36 Ponadto, o ile jest prawdą, że określenie „vita” może mieć odmienne znaczenia w kilku językach, zwłaszcza „życie” lub „styl życia” po łacinie i po włosku, o tyle taka okoliczność pozostaje jednak bez znaczenia w niniejszym przypadku, skoro znaczenie „biały/-e” w języku szwedzkim stanowi „przynajmniej jedno z jego możliwych znaczeń” zgodnie z orzecznictwem przypomnianym w pkt 30 powyżej.
- 37 Należy zatem oddalić argumenty skarżącej zmierzające do podważenia tak ustalonego przez Izbę Odwoławczą znaczenia określenia „vita” dla właściwego kręgu odbiorców szwedzkojęzycznych.
- 38 Ponadto przytoczone przez skarżącą orzecznictwo dotyczące braku charakteru opisowego określenia „vita” (zob. pkt 21 powyżej) jest pozbawione znaczenia w niniejszym przypadku, gdyż dotyczy ono sposobu postrzegania wspomnianego określenia przez odbiorców włoskich, hiszpańskich, francuskich, niemieckich, portugalskich i rumuńskich, podczas gdy w niniejszej sprawie chodzi o znaczenie, jakie ma to określenie dla odbiorców szwedzkich i fińskich.

*W przedmiocie związku między znaczeniem określenia „vita” w języku szwedzkim a wskazanymi towarami*

- 39 Skarżąca twierdzi, że nie istnieje z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców żaden wystarczająco bezpośredni i konkretny związek między określeniem „vita” w języku szwedzkim a wskazanymi towarami. Jej zdaniem kolor biały nie jest powszechnie używany w odniesieniu do tych towarów, które są prawie wyłącznie produkowane z posrebrzanej stali nierdzewnej. Ponadto według niej wspomniane towary nie mogą być uważane za „białe towary”, czyli urządzenia gospodarstwa domowego.
- 40 W pkt 21–23 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza w istocie uzasadniła opisowy charakter zgłoszonego znaku towarowego dwoma podstawami. W pierwszej kolejności wskazane towary są według niej dość powszechnie, choć nie najczęściej, dostępne w kolorze białym. W drugiej kolejności towary te są często w języku szwedzkim nazywane „vitvaror” („białymi towarami”).
- 41 W pierwszej kolejności, co się tyczy mniej lub bardziej powszechnego używania koloru białego przy produkcji wskazanych towarów, należy przede wszystkim zbadać, czy takie używanie można uznać za „właściwość” tych towarów w rozumieniu orzecznictwa.
- 42 W tym względzie należy przypomnieć, że poprzez użycie w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 określeń „rodzaj, jakość, ilość, przeznaczenie, wartość, pochodzenie geograficzne lub czas produkcji towaru lub świadczenia usługi, lub inne właściwości towarów lub usług” prawodawca Unii, po pierwsze, wskazał, że wszystkie te określenia należy uznać za odpowiadające właściwościom towarów lub usług, a po drugie, uściślił, że lista ta nie jest wyczerpująca, ponieważ można brać pod uwagę także inne właściwości towarów lub usług (wyrok z dnia 10 marca 2011 r., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, pkt 49; z dnia 10 lipca 2014 r., BSH/OHIM, C-126/13 P, niepublikowany, EU:C:2014:2065, pkt 20; z dnia 17 stycznia 2019 r., SOLIDPOWER, T-40/18, niepublikowany, EU:T:2019:18, pkt 22).
- 43 Poprzez dokonany przez prawodawcę Unii wybór słowa „właściwość” zostaje podkreślony fakt, że oznaczeniami objętymi art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 są tylko oznaczenia służące do określania z łatwością rozpoznawanej przez zainteresowany krąg odbiorców cechy towarów lub usług, dla których wystąpiono o rejestrację. I tak, oznaczenie może zostać wykluczone z rejestracji na podstawie tego przepisu tylko wtedy, gdy można zasadnie przyjąć, że faktycznie zostanie ono rozpoznane przez zainteresowane kręgi jako opis jednej ze wspomnianych właściwości [zob. wyroki:



- z dnia 10 marca 2011 r., Agencja Wydawnicza Technopol/OHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, pkt 50 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 10 lipca 2014 r., BSH/OHIM, C-126/13 P, niepublikowany, EU:C:2014:2065, pkt 21, 22 i przytoczone tam orzecznictwo; wyroki: z dnia 11 października 2018 r., M&T Emporia Ilektrikon-Ilektronikon Eidon/EUIPO (fluo.), T-120/17, niepublikowany, EU:T:2018:672, pkt 24; z dnia 12 grudnia 2018 r., Bischoff/EUIPO – Miroglio Fashion (CARACTÈRE), T-743/17, niepublikowany, EU:T:2018:911, pkt 25; z dnia 17 stycznia 2019 r., SOLIDPOWER, T-40/18, niepublikowany, EU:T:2019:18, pkt 23].
- 44 Ponadto, o ile bez znaczenia jest to, czy taka właściwość z handlowego punktu widzenia ma charakter zasadniczy, czy uboczny (wyrok z dnia 16 października 2014 r., GRAPHENE, T-458/13, EU:T:2014:891, pkt 20; zob. także analogicznie wyrok z dnia 12 lutego 2004 r., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, pkt 102), właściwość w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 musi jednak być „obiektywna i nierozzerwalnie związana z charakterem towaru” lub usługi (wyrok z dnia 6 września 2018 r., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, pkt 44) oraz „samoistna i trwała” w odniesieniu do tego towaru lub usługi [wyroki: z dnia 23 października 2015 r., Geilenkothen Fabrik für Schutzkleidung/OHIM (Cottonfeel), T-822/14, niepublikowany, EU:T:2015:797, pkt 32; z dnia 5 lipca 2016 r., Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO – Freistaat Bayern (NEUSCHWANSTEIN), T-167/15, niepublikowany, EU:T:2016:391, pkt 30; z dnia 11 października 2018 r., fluo., T-120/17, niepublikowany, EU:T:2018:672, pkt 40].
- 45 W niniejszej sprawie należy stwierdzić, że kolor biały nie stanowi właściwości „samoistnej” i „nierozzerwalnie związanej z charakterem” wskazanych towarów (takich jak roboty kuchenne, garnki elektryczne i przybory gospodarstwa domowego), lecz stanowi czysto przypadkowy i incydentalny aspekt, którym może się cechować tylko część z nich w stosownym przypadku, a w każdym razie nie ma on żadnego bezpośredniego i natychmiastowego związku z ich charakterem. Takie towary są bowiem dostępne w wielu kolorach, w tym kolorze białym, który w tym względzie nie wykazuje żadnej przewagi. Przyznaje to sama Izba Odwoławcza, gdyż witryna internetowa wspomniana przez nią w pkt 23 zaskarżonej decyzji wskazuje, że „obecnie przybory [gospodarstwa domowego] występują we wszystkich kolorach”.
- 46 Sama okoliczność, że wskazane towary są dostępne w kolorze białym, mniej czy bardziej powszechnie oraz obok innych kolorów, nie jest kwestionowana, ale okazuje się bez znaczenia, gdyż nie można „zasadnie” w rozumieniu orzecznictwa przypomnianego w pkt 43 powyżej przyjąć, że z uwagi na samą tę okoliczność kolor biały będzie faktycznie rozpoznawany przez właściwy krąg odbiorców jako opis samoistnej właściwości nierozzerwalnie związanej z charakterem tych towarów.
- 47 Zatem skarżąca słusznie twierdzi, że bez znaczenia jest to, iż wskazane towary mogą występować również w kolorze białym, gdyż decydującym kryterium jest raczej ustalenie, czy w odczuciu właściwego kręgu odbiorców oznaczenie może być rozumiane jako opisowa wskazówka właściwości tych towarów.
- 48 Nie jest zaś tak w niniejszym przypadku, ponieważ określenie „vita”, pojmowane jako oznaczające „biały/-e”, nie może zostać zrozumiane przez właściwy krąg odbiorców szwedzkojęzycznych jako opisowa wskazówka samoistnej właściwości nierozzerwalnie związanej z charakterem wskazanych towarów.
- 49 Ponadto niniejszy przypadek należy odróżnić od sprawy, w której zapadł wyrok z dnia 9 grudnia 2008 r., Colgate-Palmolive/OHIM – CMS Hasche Sigle (VISIBLE WHITE) (T-136/07, niepublikowany, EU:T:2008:553, pkt 42, 43), i w której Sąd orzekł, że określenia „visible” i „white” pozwalają danemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec opis podstawowej właściwości danych towarów, mianowicie „środków do czyszczenia zębów i płynów do płukania jamy ustnej”, w tym znaczeniu, że ich stosowanie powoduje, że staje się widoczny biały kolor zębów. W sprawie tej „widoczna biel” stanowiła opis samoistnej właściwości nierozzerwalnie związanej

z charakterem danych towarów, mianowicie celu ich stosowania lub ich przeznaczenia. Niniejszy przypadek należy również odróżniać od sprawy, w której zapadł wyrok z dnia 7 lipca 2011 r., Cree/OHIM (TRUEWHITE) (T-208/10, niepublikowany, EU:T:2011:340, pkt 23), i w której Sąd orzekł, że określenie „truewhite” w całości można uznać za odnoszące się do rzeczywistej bieli i że ten znak towarowy zastosowany do diod elektroluminescencyjnych (LED) opisuje jedynie zasadniczą właściwość wspomnianych towarów, mianowicie ich zdolność do odtwarzania światła o takiej bieli, że można by je uznać za analogiczne do światła naturalnego. W sprawie tej „rzeczywista biel”, to znaczy porównywalna z bielą światła naturalnego, także opisywała samoistną właściwość nierozzerwalnie związaną z charakterem danych towarów, mianowicie ich jakością.

- 50 W drugiej kolejności, co się tyczy zwyczajowej nazwy „vitvaror” w języku szwedzkim, która według twierdzenia EUIPO oznacza wskazane towary, należy podkreślić najpierw, że związek między określeniem „vita” (oznaczającym „biały/-e”) a określeniem „vitvaror” (oznaczającym „białe towary”) jest jedynie pośredni i wymaga od właściwego kręgu odbiorców wysiłku interpretacyjnego i zastanowienia.
- 51 Ponadto należy stwierdzić, że zwyczajowa nazwa „vitvaror” w języku szwedzkim ma zastosowanie wyłącznie do „dużych artykułów gospodarstwa domowego” (takich jak lodówki, kuchenki, zmywarki, pralki, suszarki itd.), a nie „małych artykułów gospodarstwa domowego” (takich jak roboty kuchenne, garnki elektryczne, ekspresy do kawy, tostery itd.), pomiędzy którymi istnieje wyraźna różnica co do rozmiaru i przenośności.
- 52 Izba Odwoławcza sama przyjmuje to ustalenie i tę wyraźną różnicę, przyznając w pkt 23 zaskarżonej decyzji, że „to przede wszystkim duże artykuły gospodarstwa domowego, [na przykład] pralki i zmywarki, są określane jako białe towary”. Jednak niesłusznie dodaje, że to dowodzi, iż kolor biały jest w sposób ogólny kojarzony z przyborami gospodarstwa domowego, gdyż może co najwyżej chodzić o kojarzenie pośrednie, a nie o bezpośredni i konkretny związek w odczuciu właściwego kręgu odbiorców.
- 53 I tak, dokonane przez Izbę Odwoławczą przejście, po pierwsze, od przymiotnika „biały/-e” do „białych towarów”, a po drugie, od „dużych artykułów gospodarstwa domowego” do „małych artykułów gospodarstwa domowego” lub przyborów kuchennych dowodzi tylko podwójnie pośredniego związku, zakładającego kilkietapowe rozważania, a nie bezpośredniego i natychmiastowego związku w odczuciu właściwego kręgu odbiorców.
- 54 Przywołanie wskazanych towarów lub jednej z ich właściwości, do którego określenie „vita” mogłoby prowadzić u właściwego kręgu odbiorców skutek skojarzenia, po pierwsze, ze szwedzkim określeniem „vitvaror” lub z „dużymi artykułami gospodarstwa domowego”, a następnie, po drugie, z „małymi artykułami gospodarstwa domowego”, jest co najwyżej podwójnie pośrednie i nie umożliwia wspomnianemu kręgowi odbiorców natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzeżenia opisu rozpatrywanych towarów lub jednej z ich właściwości. Taki związek pozostaje „zbyt niejasny i nieokreślony” (zob. podobnie wyrok z dnia 27 lutego 2002 r., ELLOS, T-219/00, EU:T:2002:44, pkt 43, 44), aby oznaczenie „vita” nabrało charakteru opisowego.
- 55 Poza tym niniejszy przypadek należy odróżnić od sprawy, w której zapadł wyrok z dnia 16 marca 2006 r., Telefon & Buch/OHIM – Herold Business Data (WEISSE SEITEN) (T-322/03, EU:T:2006:87, pkt 95–99), i w której Sąd wskazał, że grupa składniowa „weiße Seiten” (oznaczająca „białe strony”) stała się w języku niemieckim synonimem „książek telefonicznych zawierających numery abonentów indywidualnych” i dlatego może zostać uznana za opisową w odniesieniu do towarów, dla których stanowi ona nazwę zwyczajową, jako synonim takiej książki, a nie ze względu na biały kolor stron tej książki. W sprawie tej zakwestionowany znak towarowy sam stanowił nazwę zwyczajową, w przeciwieństwie do określenia „vita” użytego w miejsce określenia „vitvaror”, i bezpośrednio opisywał dane towary, a nie inną kategorię towarów, takich jak w niniejszym przypadku „małe artykuły gospodarstwa domowego” w stosunku do „dużych artykułów gospodarstwa domowego”.

- 56 W rezultacie żadna z dwóch podstaw podniesionych przez Izbę Odwoławczą (zob. pkt 40 powyżej) nie wystarcza do ustalenia istnienia pomiędzy określeniem „vita” w języku szwedzkim a wskazanymi towarami wystarczająco bezpośredniego i konkretnego związku w rozumieniu orzecznictwa przypomnianego w pkt 28 powyżej. Izba Odwoławcza nie wykazała, by właściwy krąg odbiorców, stykając się ze zgłoszonym znakiem towarowym, miał go postrzegać natychmiast i bez głębszego zastanowienia jako opis wspomnianych towarów lub jednej z ich samoistnych właściwości nierozdzielnie związanych z ich charakterem.
- 57 Określenie „vita” nie jest zatem opisowe w odniesieniu do właściwości rozpatrywanych towarów, a zatem nie jest objęte podstawą odmowy rejestracji wskazaną w art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001.
- 58 Wynika z tego, że Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001, gdy niesłusznie uznała, iż zgłoszony znak towarowy wykazuje wystarczająco bezpośredni i konkretny związek ze wskazanymi towarami, tak że w stosunku do nich ma charakter opisowy.
- 59 Zarzut pierwszy należy zatem uwzględnić.

***W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001***

- 60 W ramach zarzutu drugiego skarżąca twierdzi, że skoro właściwy krąg odbiorców nie dostrzeże w zgłoszonym znaku towarowym czysto opisowej treści związanej ze wskazanymi towarami i skoro ten znak towarowy całkowicie spełnia funkcję wskazania pochodzenia, to nie można odmówić mu charakteru odróżniającego ani uwzględnić bezwzględnej podstawy odmowy rejestracji określonej w art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001. Podnosi ona w szczególności, że brak jest naruszenia celu wspomnianego przepisu, polegającego na ochronie kręgu odbiorców przed monopolizacją, ponieważ inni operatorzy działający na rynku nie są zdani na to, by używać określenia „vita” w konkretnie zgłoszonej postaci.
- 61 Skarżąca dodaje, że na korzyść charakteru odróżniającego wskazań kolorów, o ile określenie „vita” będzie postrzegane w tym znaczeniu, przemawia ponadto duża liczba rejestracji unijnych znaków towarowych zastrzegających nazwy kolorów. Wskazuje to na to, że nazwa koloru może z punktu widzenia właściwych konsumentów być postrzegana jako wskazanie pochodzenia, nawet jeśli towar objęty znakiem towarowym ma kolor odpowiadający wspomnianej nazwie koloru (tak jak unijne znaki towarowe nr 3115136 BLUE dla „maszynek do golenia”, nr 3757663 WHITE dla „maszyn do szycia”, nr 1078989 ORANGE dla „urządzeń i przyborów kuchennych lub do użytku domowego” oraz nr 12131314 PURPLE dla „słodczy”).
- 62 Skarżąca wywodzi stąd, że zgłoszony znak towarowy nie jest także pozbawiony wymaganego charakteru odróżniającego w rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001 w odniesieniu do wskazanych towarów.
- 63 EUIPO kwestionuje argumenty skarżącej i uznaje zarzut drugi za „bezsłuszny”. Podnosi ono, że zgłoszony znak towarowy oznacza kolor towarów i jest uznawany za odniesienie informacyjne do koloru rozpatrywanych towarów, wobec czego nie ma funkcji wskazywania pochodzenia i charakteru odróżniającego. Dodaje, że okoliczność, iż w decyzjach, które nie dotyczyły wyraźnie języka szwedzkiego i odbiorców szwedzkojęzycznych, w wyrazach złożonych przypisano elementowi „vita” charakter odróżniający, nie ma znaczenia dla niniejszej sprawy.
- 64 W tym względzie należy przypomnieć, że każda z bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji wymienionych w art. 7 ust. 1 rozporządzenia 2017/1001 jest niezależna od pozostałych i wymaga odrębnego zbadania, nawet jeśli ich odpowiednie zakresy stosowania wyraźnie na sobie zachodzą.

Ponadto wspomniane podstawy odmowy rejestracji należy interpretować w świetle interesu publicznego, który leży u źródła każdej z nich (zob. analogicznie wyroki: z dnia 8 kwietnia 2003 r., Linde i in., od C-53/01 do C-55/01, EU:C:2003:206, pkt 67, 71; z dnia 12 lutego 2004 r., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, pkt 68, 69; zob. także podobnie wyrok z dnia 16 września 2004 r., SAT.1/OHIM, C-329/02 P, EU:C:2004:532, pkt 25 i przytoczone tam orzecznictwo).

- 65 Wynika stąd, że okoliczność, iż znak towarowy nie jest objęty zakresem jednej z tych bezwzględnych podstaw odmowy rejestracji, nie pozwala stwierdzić, że nie może być objęty zakresem innej. Nie można więc uznać w szczególności, iż znak towarowy nie jest pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do pewnych towarów lub usług tylko na tej podstawie, że nie jest względem nich opisowy (zob. analogicznie wyroki: z dnia 8 kwietnia 2003 r., Linde i in., od C-53/01 do C-55/01, EU:C:2003:206, pkt 68; z dnia 12 lutego 2004 r., Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, pkt 70, 71).
- 66 Interes ogólny leżący u podstaw art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001 dotyczy bowiem ochrony konsumenta poprzez umożliwienie mu odróżnienia – bez ryzyka pomyłki – pochodzenia towarów lub usług oznaczonych znakiem towarowym, zgodnie z jego podstawową funkcją wskazania pochodzenia, podczas gdy interes ogólny leżący u podstaw przepisu zawartego artykuł 7 ust. 1 lit. c) skupia się na ochronie konkurentów przed ryzykiem zmonopolizowania przez jeden podmiot wskazówek opisujących właściwości takich towarów lub usług (zob. pkt 31 powyżej).
- 67 I tak, znak niemający charakteru opisowego, jak w niniejszej sprawie, nie jest z tego względu odróżniający. W takim przypadku należy jeszcze zbadać, czy samoistnie nie jest on pozbawiony charakteru odróżniającego, to znaczy sprawdzić, czy jest on zdolny do pełnienia podstawowej funkcji znaku towarowego, jaką jest zagwarantowanie konsumentowi lub użytkownikowi końcowemu identyfikacji pochodzenia towaru lub usługi oznaczonych tym znakiem poprzez umożliwienie im odróżnienia, bez ryzyka pomyłki, tego towaru lub tej usługi od towarów lub usług mających inne pochodzenie [zob. podobnie wyroki: z dnia 5 lutego 2015 r., nMetric/OHIM (SMARTER SCHEDULING), T-499/13, niepublikowany, EU:T:2015:74, pkt 22 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 12 maja 2016 r., AROMA, T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 57].
- 68 W myśl art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001 nie są rejestrowane znaki towarowe, które pozbawione są jakiegokolwiek charakteru odróżniającego. Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem znaki towarowe, o których mowa w tym przepisie, są znakami uważanymi za niezdolne do pełnienia podstawowej funkcji znaku towarowego, jaką jest wskazywanie pochodzenia handlowego danego towaru lub danej usługi, aby umożliwić w ten sposób konsumentowi nabywającemu towar lub usługę oznaczone danym znakiem towarowym dokonanie przy późniejszym zakupie takiego samego wyboru, jeśli doświadczenie okazało się pozytywne, lub dokonanie odmiennego wyboru, jeśli było ono negatywne [zob. wyrok z dnia 12 maja 2016 r., AROMA, T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 58 i przytoczone tam orzecznictwo; wyroki: z dnia 14 grudnia 2017 r., GeoClimaDesign/EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, niepublikowany, EU:T:2017:913, pkt 56; z dnia 12 grudnia 2018 r., CARACTÈRE, T-743/17, niepublikowany, EU:T:2018:911, pkt 49].
- 69 Ów charakter odróżniający należy oceniać, po pierwsze, w stosunku do towarów lub usług, dla których znak towarowy został zgłoszony, a po drugie, z uwzględnieniem sposobu postrzegania go przez właściwy krąg odbiorców złożony z konsumentów tych towarów lub usług (zob. wyrok z dnia 21 stycznia 2010 r., Audi/OHIM, C-398/08 P, EU:C:2010:29, pkt 34 i przytoczone tam orzecznictwo; wyroki: z dnia 12 maja 2016 r., AROMA, T-749/14, niepublikowany, EU:T:2016:286, pkt 59; z dnia 14 grudnia 2017 r., GEO, T-280/16, niepublikowany, EU:T:2017:913, pkt 57; z dnia 12 grudnia 2018 r., CARACTÈRE, T-743/17, niepublikowany, EU:T:2018:911, pkt 50).
- 70 W niniejszym przypadku w pkt 29 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza uznała, że zgłoszony znak towarowy jest rozumiany przez właściwy krąg odbiorców jako prosty obiektywny przekaz oznaczający, że wskazane towary są towarami dostępnymi w kolorze białym. Stwierdziła ona na tej podstawie, że



wspomniany znak towarowy jest czysto opisowy, a w rezultacie nie ma żadnego charakteru odróżniającego. Jej zdaniem każdy producent robotów kuchennych i naczyń kuchennych może produkować swe towary w kolorze białym, a zatem ten znak towarowy nie nadaje się do odróżniania towarów skarżącej od towarów innych przedsiębiorstw.

- 71 W ramach analizy zarzutu pierwszego stwierdzono zaś, że kolor biały nie stanowi samoistnej właściwości nierozzerwanie związanej z charakterem wskazanych towarów, a sama okoliczność, iż wskazane towary są dostępne w kolorze białym, obok innych kolorów, okazuje się bez znaczenia, ponieważ nie można zasadnie przyjąć, że z uwagi na samą tę okoliczność kolor biały będzie faktycznie rozpoznawany przez właściwy krąg odbiorców jako opis samoistnej właściwości nierozzerwalnie związanej z charakterem tych towarów (zob. pkt 45–47 powyżej).
- 72 Tym samym w zakresie, w jakim Izba Odwoławcza wywiodła brak charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego jako prostą konsekwencję jego rzekomo „wyłącznie opisowego” charakteru, który to charakter nie został wykazany, należy stwierdzić, że ten wywód opiera się na błędnej przesłance, a zatem okazuje się bezpodstawny.
- 73 Ponadto w zakresie, w jakim Izba Odwoławcza wywnioskowała brak charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego na podstawie jego rozumienia jako prostego obiektywnego przekazu, według którego wskazane towary są dostępne w kolorze białym, należy uznać, że właściwy krąg odbiorców szwedzkojęzycznych nie dostrzeże w zgłoszonym znaku towarowym opisu samoistnej właściwości wskazanych towarów i nie będzie mógł go bezpośrednio kojarzyć z tymi towarami. Przeciwnie, określenie „vita” będzie wymagało pewnego wysiłku interpretacyjnego ze strony konsumentów szwedzkich i fińskich. Owi konsumenci nie zrozumieją zgłoszonego znaku towarowego jako prostego obiektywnego przekazu, według którego wspomniane towary są dostępne w kolorze białym, ale raczej jako wskazówkę ich pochodzenia. Jest tak tym bardziej, że ten znak towarowy będzie umieszczany na towarach w dowolnym kolorze, a nie tylko w kolorze białym.
- 74 Powołana w niniejszym przypadku podstawa odmowy rejestracji nie może zatem przeszkodzić temu, by zgłoszony znak towarowy w odczuciu właściwego kręgu odbiorców nadawał się do identyfikowania pochodzenia handlowego rozpatrywanych towarów i ich odróżniania od towarów z innych przedsiębiorstw.
- 75 Wynika z tego, że Izba Odwoławcza naruszyła art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001, gdy niesłusznie uznała, że zgłoszony znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego w odniesieniu do wskazanych towarów w oparciu o powołaną w niniejszym przypadku podstawę odmowy rejestracji.
- 76 Zarzut drugi należy zatem uwzględnić.
- 77 W świetle całości powyższych rozważań należy uwzględnić skargę w całości, a tym samym stwierdzić nieważność zaskarżonej decyzji.

### **W przedmiocie kosztów**

- 78 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę.
- 79 Ponieważ EUIPO przegrało sprawę, należy – zgodnie z żądaniem skarżącej – obciążyć je jego własnymi kosztami oraz kosztami poniesionymi przez skarżącą.

Z powyższych względów

SĄD (ósma izba)

orzeka, co następuje:

- 1) **Stwierdza się nieważność decyzji Piątej Izby Odwoławczej Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) z dnia 28 marca 2018 r. (sprawa R 1326/2017-5).**
- 2) **EUIPO zostaje obciążone kosztami postępowania.**

Collins

Kancheva

De Baere

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 7 maja 2019 r.

Podpisy

## Spis treści

Okoliczności powstania sporu .....	2
Żądania stron .....	3
Co do prawa .....	3
Uwagi wstępne dotyczące określenia właściwego kręgu odbiorców .....	3
W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. c) rozporządzenia 2017/1001 .....	4
W przedmiocie znaczenia określenia „vita” w języku szwedzkim .....	7
W przedmiocie związku między znaczeniem określenia „vita” w języku szwedzkim a wskazanymi towarami .....	8
W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego naruszenia art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001.	11
W przedmiocie kosztów .....	13