



Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (druga izba)

z dnia 22 września 2021 r.*

Znak towarowy Unii Europejskiej – Postępowanie w sprawie sprzeciwu –
Zgłoszenie graficznego unijnego znaku towarowego „chic ÁGUA ALCALINA 9,5 PH” –
Wcześniejszy słowny unijny znak towarowy CHIC BARCELONA – Względna podstawa
odmowy rejestracji – Brak prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd – Artykuł 8 ust. 1 lit. b)
rozporządzenia (UE) 2017/1001

W sprawie T-195/20

Sociedade da Água de Monchique, SA, z siedzibą w Caldas de Monchique (Portugalia), którą reprezentował adwokat M. Osório de Castro,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), który reprezentowali
A. Folliard-Monguiral, I. Ribeiro da Cunha i J. Crespo Carrillo, w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

w której drugą stroną w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą EUIPO był

Pere Ventura Vendrell, zamieszkały w Sant Sadurni d'Anoia (Hiszpania),

mającej za przedmiot skargę na decyzję Czwartej Izby Odwoławczej EUIPO z dnia 20 stycznia 2020 r. (sprawa R 2524/2018-4) dotyczącą postępowania w sprawie sprzeciwu między P. Venturą Vendrellem a Sociedade da Água de Monchique,

SĄD (druga izba),

w składzie: V. Tomljenović (sprawozdawczyni), prezes, F. Schalin i P. Škvařilová-Pelzl, sędziowie,

sekretarz: A. Juhász-Tóth, administratorka,

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 6 kwietnia 2020 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 25 września 2020 r.,

* Język postępowania: portugalski.

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 15 marca 2021 r.,
wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

1 W dniu 25 lipca 2017 r. skarżąca, Sociedade Água de Monchique, SA, 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, dla którego wystąpiono o rejestrację, jest następujące oznaczenie graficzne:



3 Towary, dla których wniesiono o rejestrację, należą do klasy 32 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają następującemu opisowi: „Napoje bezalkoholowe; woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”.

4 Zgłoszenie znaku towarowego zostało opublikowane w *Biuletynie Znaków Towarowych Unii Europejskiej* nr 2017/199 z dnia 19 października 2017 r.

5 W dniu 17 stycznia 2018 r. P. Ventura Vendrell wniósł na podstawie art. 46 rozporządzenia 2017/1001 sprzeciw wobec rejestracji zgłoszonego znaku towarowego dla towarów wskazanych w pkt 3 powyżej.

6 Sprzeciw został oparty na istnieniu wcześniejszego słownego unijnego znaku towarowego CHIC BARCELONA, zarejestrowanego w dniu 1 listopada 2017 r. pod numerem 16980195 w odniesieniu do produktów należących do klasy 33 i odpowiadających następującemu opisowi: „Napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa; wino; wina musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity”.

7 W uzasadnieniu sprzeciwu powołano się na podstawę odmowy rejestracji określoną w art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 [obecnie art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2017/1001].

8 Decyzją z dnia 29 października 2018 r. Wydział Sprzeciwów uwzględnił sprzeciw w zakresie dotyczącym objętych zgłoszonym znakiem towarowym „napojów bezalkoholowych” należących do klasy 32. W tym względzie Wydział Sprzeciwów wskazał w szczególności, że objęte zgłoszonym znakiem towarowym „napoje bezalkoholowe” należące do klasy 32 są podobne

w niewielkim stopniu do „napojów alkoholowych z wyjątkiem piwa” należących do klasy 33, objętych wcześniejszym znakiem towarowym. W odniesieniu do tych towarów istnieje zatem wedle Wydziału Sprzeciwów prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

- 9 Wydział Sprzeciwów oddalił natomiast sprzeciw ze względu na brak prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie, w jakim sprzeciw został wniesiony w odniesieniu do następujących towarów: „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” należących do klasy 32 i objętych zgłoszonym znakiem towarowym. W tym względzie Wydział Sprzeciwów stwierdził w szczególności co do istoty, że towary te różnią się od oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym towarów należących do klasy 33. Chodzi tu jego zdaniem o towary o różnym charakterze, celu i zastosowaniu. Ponadto w przekonaniu Wydziału Sprzeciwów towary te są spożywane przy różnych okazjach, należą do różnych segmentów cenowych i nie mają tego samego pochodzenia handlowego.
- 10 W dniu 19 grudnia 2018 r. P. Ventura Vendrell, działając na podstawie art. 66–71 rozporządzenia 2017/1001, wniósł do EUIPO odwołanie od decyzji Wydziału Sprzeciwów, żądając uchylenia tej decyzji w zakresie, w jakim jego sprzeciw został oddalony. Na poparcie swojego odwołania P. Ventura Vendrell powołał się w szczególności na istnienie podobieństwa między towarami określanymi jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” należącymi do klasy 32 i objętymi zgłoszonym znakiem towarowym a oznaczonymi wcześniejszym znakiem towarowym towarami należącymi do klasy 33. Jego zdaniem należało zatem stwierdzić również istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w odniesieniu do towarów, co do których Wydział Sprzeciwów oddalił sprzeciw.
- 11 Decyzją z dnia 20 stycznia 2020 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Czwarta Izba Odwoławcza OHIM uwzględniła odwołanie w całości. Po pierwsze, stwierdziła ona co do istoty, że istnieje niewielki stopień podobieństwa między towarami określanymi jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” należącymi do klasy 32 i objętymi zgłoszonym znakiem towarowym a oznaczonymi wcześniejszym znakiem towarowym „napojami alkoholowymi” należącymi do klasy 33. Po drugie, Izba Odwoławcza uznała, że kolidujące ze sobą znaki towarowe wykazują znaczny stopień podobieństwa wizualnego, fonetycznego i koncepcyjnego. W oparciu o te dwa ustalenia Izba Odwoławcza stwierdziła istnienie prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w rozumieniu art. 8 ust. 1 rozporządzenia 2017/1001 mającego jej zdaniem zastosowanie w niniejszej sprawie.

Żądania stron

- 12 W następstwie częściowego cofnięcia skargi podczas rozprawy skarżąca wniosła do Sądu o:
 - stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji,
 - obciążenie EUIPO kosztami postępowania.
- 13 EUIPO wniosła do Sądu o:
 - uwzględnienie skargi jako dopuszczalnej;
 - obciążenie stron kosztami postępowania w odpowiednich proporcjach.

Co do prawa

W przedmiocie żądania pierwszego EUIPO

- 14 Pierwsze żądanie EUIPO („uwzględnienie skargi jako dopuszczalnej”) wymaga następujących uściśleń:
- 15 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem EUIPO nie może być zobowiązane do konsekwentnej obrony każdej zaskarżonej decyzji lub do obowiązkowego wnoszenia o oddalenie każdej skargi skierowanej przeciwko takiej decyzji [zob. wyrok z dnia 7 maja 2019 r., *mobile.de/EUIPO* (Przedstawienie samochodu w dymku tekstowym), T-629/18, EU:T:2019:292, pkt 18 i przytoczone tam orzecznictwo]. Z utrwalonego orzecznictwa wynika również, że nic nie stoi na przeszkodzie temu, by EUIPO przyłączyło się do żądania strony skarżącej lub też – przedstawivszy wszystkie argumenty, jakie uzna za właściwe celem udzielenia Sądowi wyjaśnień – poprzestało na pozostawieniu rozstrzygnięcia uznaniu Sądu. Nie może ono natomiast formułować żądań mających na celu stwierdzenie nieważności lub zmianę decyzji izby odwoławczej w kwestii, która nie została podniesiona w skardze, ani też przedstawiać zarzutów, które nie zostały podniesione w skardze [zob. wyrok z dnia 29 kwietnia 2020 r., *Lidl Stiftung/EUIPO – Plásticos Hidrosolubles (green cycles)*, T-78/19, niepublikowany, EU:T:2020:166, pkt 47 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 16 W niniejszej sprawie pierwsze żądanie EUIPO jest dopuszczalne, ponieważ żądanie to i podniesione na jego poparcie argumenty nie wykraczają poza ramy żądań i zarzutów podniesionych przez skarżącą.
- 17 Ponadto prawdą jest, że jak wynika z łącznej analizy argumentów podniesionych przez skarżącą w skardze i z udzielonych w tym względzie odpowiedzi EUIPO, strony zgadzają się w pewnych kwestiach dotyczących istoty sprawy (zob. pkt 37 i 38 poniżej). Co więcej, te niesporne między stronami kwestie mogą doprowadzić do stwierdzenia nieważności zaskarżonej decyzji (zob. pkt 79 poniżej). Pomimo tych okoliczności skarga nie stała się jednak bezprzedmiotowa. Na tym etapie sprawy zaskarżona decyzja nie została bowiem ani zmieniona, ani cofnięta przez Izbę Odwoławczą. EUIPO nie posiada uprawnień, by to zrobić, ani uprawnień do wydawania instrukcji w tym zakresie izbom odwoławczym, których niezależność została ustanowiona w art. 166 ust. 7 rozporządzenia 2017/1001. Co za tym idzie, Sąd nie jest zwolniony z obowiązku zbadania zgodności z prawem zaskarżonej decyzji w świetle zarzutów sformułowanych w skardze i w dalszym ciągu należy wydać orzeczenie co do istoty sprawy.

Co do istoty

- 18 Tytułem wstępu należy przypomnieć, że z uwagi na datę dokonania zgłoszenia będącego przedmiotem niniejszej sprawy, czyli dzień 25 lipca 2017 r., która to data jest rozstrzygająca dla ustalenia znajdujących zastosowanie przepisów prawa materialnego, stan faktyczny sprawy podlega przepisom prawa materialnego zawartym w rozporządzeniu nr 207/2009 (zob. podobnie wyroki: z dnia 8 maja 2014 r., *Bimbo/OHIM*, C-591/12 P, EU:C:2014:305, pkt 12; z dnia 18 czerwca 2020 r., *Primart/EUIPO*, C-702/18 P, EU:C:2020:489, pkt 2 i przytoczone tam orzecznictwo).

- 19 Zważywszy, że właściwe przepisy materialne mające zastosowanie w niniejszej sprawie są identyczne w brzmieniu wynikającym, odpowiednio, z rozporządzenia nr 207/2009 i rozporządzenia 2017/1001, okoliczność, że strony powołały się na przepisy tego ostatniego rozporządzenia pozostaje bez znaczenia dla celów niniejszego postępowania i należy interpretować ich argumenty jako oparte na właściwych przepisach rozporządzenia nr 207/2009 [wyrok z dnia 5 października 2020 r., nanoPET Pharma/EUIPO – Miltenyi Biotec (viscover), T-264/19, niepublikowany, EU:T:2020:470, pkt 23].
- 20 Na poparcie skargi skarżąca podniosła jeden zarzut, dotyczący naruszenia art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009.
- 21 Zgodnie z art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 w wyniku sprzeciwu właściciela wcześniejszego znaku towarowego zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli z powodu identyczności z wcześniejszym znakiem towarowym lub podobieństwa do niego, identyczności lub podobieństwa towarów lub usług oznaczonych obydwojema znakami istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia odbiorców w błąd na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd obejmuje również prawdopodobieństwo skojarzenia z wcześniejszym znakiem towarowym.
- 22 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, jeśli krąg odbiorców może uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. Utrwalone orzecznictwo przewiduje również, że prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd należy oceniać całościowo, zgodnie ze sposobem postrzegania danych oznaczeń i towarów lub usług przez właściwy krąg odbiorców, i przy uwzględnieniu wszystkich istotnych czynników występujących w danym przypadku, w szczególności wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń a podobieństwem oznaczonych towarów lub usług [zob. wyrok z dnia 9 lipca 2003 r., Laboratorios RTB/OHIM – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, pkt 30–33 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 23 Jeżeli ochrona wcześniejszego znaku towarowego rozciąga się na całą Unię Europejską, należy wziąć pod uwagę sposób postrzegania kolidujących ze sobą znaków towarowych przez konsumenta spornych towarów usług na tym terytorium. Jednakże warto przypomnieć, że do odmowy rejestracji unijnego znaku towarowego wystarczy, aby względna podstawa odmowy rejestracji w rozumieniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 istniała w części Unii [zob. podobnie wyrok z dnia 14 grudnia 2006 r., Mast-Jägermeister/OHIM – Licorera Zacapaneca (VENADO w ramie i in.), T-81/03, T-82/03 i T-103/03, EU:T:2006:397, pkt 76 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 24 Do celów stosowania art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd zakłada jednoczesne istnienie identyczności lub podobieństwa między kolidującymi ze sobą znakami towarowymi oraz identyczności lub podobieństwa oznaczonych tymi znakami towarów lub usług. Przesłanki te muszą być spełnione łącznie [zob. wyrok z dnia 22 stycznia 2009 r., Commercy/OHIM – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, pkt 42 i przytoczone tam orzecznictwo].

W przedmiocie towarów będących przedmiotem skargi

- 25 W pierwszej kolejności należy podkreślić, że objęte zgłoszonym znakiem towarowym (zob. pkt 3 powyżej) i należące do klasy 32 „napoje bezalkoholowe” nie są przedmiotem skargi. Towary te nie były również przedmiotem odwołania w postępowaniu przed Izbą Odwoławczą. Jest tak dlatego, że – po pierwsze – w odniesieniu do tych towarów Wydział Sprzeciwów uwzględnił sprzeciw P. Ventury Vendrella, w związku z czym, zgodnie z art. 67 rozporządzenia 2017/1001, znajdującym zastosowanie w dniu złożenia jego odwołania do Izby Odwoławczej, to jest w dniu 19 grudnia 2018 r. (zob. pkt 10 powyżej), odwołanie nie dotyczyło tych towarów. Artykuł 67 rozporządzenia 2017/1001 stanowi co do istoty, że do Izby Odwoławczej można wnieść odwołanie od decyzji niższej instancji jedynie w zakresie, w jakim w decyzji tej oddalono żądanie lub wnioski. Po drugie, skarżąca nie wniosła do Izby Odwoławczej odwołania – głównego lub incydentalnego – mogącego rozszerzyć zakres skargi ponad wszystkie towary, które były już przedmiotem postępowania przed Izbą Odwoławczą ze względu na wniesienie odwołania przez P. Venturę Vendrella. Ponadto należy stwierdzić, że decyzja Wydziału Sprzeciwów stała się ostateczna w zakresie, w jakim odnosiła się do objętych zgłoszonym znakiem towarowym (zob. pkt 3 powyżej) i należących do klasy 32 „napojów bezalkoholowych”.
- 26 W drugiej kolejności należy stwierdzić, że gdy Izba Odwoławcza odniosła się do towarów należących do klasy 33, które należało porównać z towarami należącymi do klasy 32, odniosła się ona do wszystkich napojów wymienionych w pkt 6 powyżej, a nie tylko do „napojów alkoholowych z wyjątkiem piwa”.
- 27 Jak bowiem wynika z akt sprawy przed EUIPO, w odwołaniu z dnia 19 grudnia 2018 r. druga strona postępowania przed Izbą Odwoławczą EUIPO wymieniła nie tylko „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa”, ale kładła nacisk na wynik porównania towarów oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym, w szczególności z winami. Okoliczność ta została przytoczona przez Izbę Odwoławczą w pkt 7 zaskarżonej decyzji. Ponadto w pkt 23 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza wskazała, że jej zdaniem „poprzez zastosowanie wyrażenia »napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa« wcześniejszy znak towarowy chroni[1] nie tylko wyroby o wysokiej zawartości alkoholu, lecz również wyroby o niskiej zawartości alkoholu, takie jak sangria, cydr lub mieszanki i połączenia napojów alkoholowych i bezalkoholowych, takie jak wermut z wodą sodową, whisky z coca-colą lub pastis z wodą”.
- 28 Tymczasem wyroby określane jako „wyroby spirytusowe; okowity”, oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym, są wyrobami o wysokiej zawartości alkoholu, natomiast wyroby określane jako „wino; wino musujące; likiery” są wyrobami o niskiej zawartości alkoholu. Logika leżąca u podstaw zaskarżonej decyzji polegała zatem na stwierdzeniu, że „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa” należą do szerszej kategorii ogółu towarów, do których należy również bezwzględnie zaliczyć towary określane jako „wino; wino musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity”.
- 29 W ten sposób pojmuje zresztą tę logikę skarżąca, jak wynika to z pkt 23 i 25 skargi.
- 30 Należy dodać także, iż zostało orzeczone, że z jasnego i jednoznacznie brzmiącego opisu klasy 33 wynika, że obejmuje ona wszystkie napoje alkoholowe, jedynie z wyjątkiem piwa [wyrok z dnia 18 czerwca 2008 r., Coca-Cola/OHIM – San Polo (MEZZOPANE), T-175/06, EU:T:2008:212, pkt 74].

- 31 W konsekwencji, w trosce o jasność należy przyjąć, że towarami, które są przedmiotem skargi w niniejszej sprawie, są napoje określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” należące do klasy 32 i objęte zgłoszonym znakiem towarowym, z jednej strony, oraz wszystkie towary należące do klasy 33 objęte wcześniejszym znakiem towarowym, wymienione w pkt 6 powyżej, z drugiej strony (zwane dalej łącznie „przedmiotowymi towarami”).

W przedmiocie właściwego kręgu odbiorców i poziomu ich uwagi

- 32 Zgodnie z orzecznictwem przy dokonywaniu całościowej oceny prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd należy wziąć pod uwagę przeciętnego konsumenta danej kategorii towarów, który jest właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny. Należy także uwzględnić okoliczność, że poziom uwagi przeciętnego konsumenta może ulegać zmianom, w zależności od tego, o jaką kategorię towarów lub usług chodzi [zob. wyrok z dnia 13 lutego 2007 r., Mundipharma/OHIM – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, pkt 42 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 33 W pkt 17 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza wskazała, że oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym towary należące do klasy 33 są skierowane do szerokiego kręgu odbiorców. Odbiorcy ci są w przekonaniu tej izby właściwie poinformowani, dostatecznie uważni i rozsądni. Z pkt 18 zaskarżonej decyzji wynika, że zdaniem Izby Odwoławczej oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym towary należące do klasy 32 są również skierowane do szerokiego kręgu odbiorców. Co się tyczy tych towarów, według wspomnianej izby szeroki krąg odbiorców wykazuje przy ich konsumpcji i nabywaniu poziom uwagi co najwyżej przeciętny i zwykle niski. Wreszcie z pkt 31 i 43 zaskarżonej decyzji wynika pośrednio, że właściwym kręgiem odbiorców są odbiorcy hiszpańskojęzyczni i że właściwym terytorium jest terytorium Unii.
- 34 Należy potwierdzić powyższe ustalenia Izby Odwoławczej, które nie zostały zresztą zakwestionowane przez skarżącą.

W przedmiocie porównania towarów

- 35 W pkt 29 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, że „zakwestionowane towary, które [były] przedmiotem wniesionego do niej odwołania”, a mianowicie „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” należące do klasy 32 i objęte zgłoszonym znakiem towarowym, wykazują niewielki stopień podobieństwa do „napojów alkoholowych z wyjątkiem piwa” oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym i należących do klasy 33, przy czym ta kategoria towarów obejmuje między innymi towary określone jako „wino; wino musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity”, do których odnosi się ten znak towarowy (zob. pkt 26–31 powyżej).
- 36 Aby dojść do wniosku sformułowanego w pkt 29 zaskarżonej decyzji, Izba Odwoławcza stwierdziła przede wszystkim, że napoje określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” i niektóre towary, na których został oparty sprzeciw, a mianowicie „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa”, były płynami przeznaczonymi do spożycia przez ludzi. Z tego powodu, w przekonaniu Izby, mają ten sam charakter (zob. pkt 22 zaskarżonej decyzji). Następnie według Izby Odwoławczej niektóre z towarów będących desygnatami wyrażenia „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa” stanowią zatem po części towary, które służą między innymi ugaszeniu pragnienia i które są w konsekwencji w pewnym stopniu

konkurencyjne (zob. pkt 23 zaskarżonej decyzji). Ponadto, zgodnie ze stanowiskiem Izby Odwoławczej, okoliczność, że przedmiotowe towary zawierają alkohol bądź go nie zawierają – choć jest istotna dla sprawy – nie może zostać uznana za decydującą dla ustalenia, czy w percepcji właściwego kręgu odbiorców przedmiotowe towary mogą mieć takie samo lub pokrewne pochodzenie handlowe (zob. pkt 25 zaskarżonej decyzji). Jak wskazuje Izba Odwoławcza, prawdą jest, że napoje alkoholowe oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym są co do zasady spożywane podczas szczególnych okazji i spotkań towarzyskich lub rodzinnych, podczas gdy woda mineralna i woda butelkowana są dla znacznej liczby osób towarem codziennej konsumpcji. Niemniej okoliczność ta nie oznacza, że nie istnieje żaden „rodzaj podobieństwa” między przedmiotowymi towarami (zob. pkt 26 zaskarżonej decyzji). Wreszcie, zdaniem Izby Odwoławczej, nawet jeśli przeciętny konsument jest wrażliwy na rozróżnienie między wodą a napojami alkoholowymi (włącznie z napojami o niskiej zawartości alkoholu), Sąd orzekł już, że różnice te są niewystarczające, aby wykluczyć istnienie niewielkiego stopnia podobieństwa między napojami alkoholowymi a wodami mineralnymi i wodami butelkowanymi. W tym względzie Izba Odwoławcza odwołała się do pkt 46 wyroku z dnia 9 marca 2005 r. *Osotspa/OHIM – Distribution & Marketing (Hai)* (T-33/03, EU:T:2005:89), i do pkt 31, 32 wyroku z dnia 5 października 2011 r., *Cooperativa Vitivinícola Arousana/OHIM – Sotelo Ares (ROSALIA DE CASTRO)* (T-421/10, niepublikowany, EU:T:2011:565) (zob. pkt 27 zaskarżonej decyzji).

- 37 Skarżąca uważa, że te ustalenia Izby Odwoławczej są błędne. Zauważa ona, że charakter towarów oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym z jednej strony i napojów alkoholowych oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym z drugiej strony różni się w zależności od obecności lub braku alkoholu w ich składzie, a także w odniesieniu do ich podstawowych składników, sposobu produkcji, koloru, zapachu i smaku. Wbrew stanowisku Izby Odwoławczej zdaniem skarżącej kwestie te przeważają, w przypadku właściwego konsumenta, nad ewentualnym wspólnym przeznaczeniem i metodą wykorzystania. Co się tyczy przeznaczenia i wykorzystania wód i napojów bezalkoholowych – nadal zdaniem skarżącej – spożycie napojów alkoholowych, nawet o niskiej zawartości alkoholu, nie wyklucza spożycia napojów bezalkoholowych (wody) i vice versa, lecz spożycie jednego z tych napojów niekoniecznie pociąga za sobą spożywanie drugiego. Ponadto napoje alkoholowe – nawet napoje o niskiej zawartości alkoholu – są co do zasady przeznaczone do degustacji, a nie do gaszenia pragnienia, a tym bardziej do ochrony zdrowia ludzkiego, podczas gdy napoje bezalkoholowe oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym są co do zasady, a nawet wyłącznie, w przypadku wód mineralnych i wód gazowanych, przeznaczone do gaszenia pragnienia i ochrony zdrowia ludzkiego. Konsument spożywa bowiem w przekonaniu skarżącej coraz więcej wody nie tylko dlatego, by ugasić pragnienie, ale także pod wpływem dewizy „w zdrowym ciele zdrowy duch”. Wreszcie w opinii skarżącej przedmiotowe towary nie mają ani charakteru komplementarnego, ani konkurencyjnego.
- 38 EUIPO podziela stanowisko skarżącej i uważa, że przedmiotowe towary nie są podobne. W tym względzie EUIPO przyznaje, że w pkt 31 i 32 wyroku z dnia 5 października 2011 r., *ROSALIA DE CASTRO* (T-421/10, niepublikowanego, EU:T:2011:565), Sąd uznał, że istnieje niewielki stopień podobieństwa między napojami alkoholowymi a wodami mineralnymi i butelkowanymi. Niemniej, jak wskazuje EUIPO, w pkt 77–85 wyroku z dnia 4 października 2018 r. *Asolo/EUIPO – Red Bull (FLÜGEL)* (T-150/17, EU:T:2018:641) Sąd odstąpił od tej oceny. Podobnie w decyzji R 1720/2017 G z dnia 21 stycznia 2019 r. Wielka Izba Odwoławcza EUIPO zdecydowała, że należące do klasy 32 „wody mineralne i gazowane; napoje bezalkoholowe; napoje owocowe i soki owocowe” nie są podobne do należącej do klasy 33 „wódki”.

- 39 Na wstępie należy przypomnieć, że zgodnie z orzecznictwem przy ocenie podobieństwa przedmiotowych towarów i usług należy uwzględnić wszystkie istotne czynniki charakteryzujące wzajemny stosunek tych towarów i usług. Czynniki te obejmują w szczególności ich charakter, przeznaczenie, sposób używania, jak również to, czy konkurują one ze sobą lub też się uzupełniają. Pod uwagę można brać również inne czynniki, takie jak kanały dystrybucji przedmiotowych towarów [zob. podobnie wyrok z dnia 11 lipca 2007 r., *El Corte Inglés/OHIM – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños)*, T-443/05, EU:T:2007:219, pkt 37 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 40 W pierwszej kolejności, podobnie jak podnosi skarżąca, należy stwierdzić, że ze względu na brak zawartości alkoholu w ich składzie charakter produktów określanych jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”, objętych zgłoszonym znakiem towarowym, różni się od charakteru wszystkich towarów objętych wcześniejszym znakiem towarowym.
- 41 Zostało już orzeczone, że obecność lub brak alkoholu w napoju są postrzegane jako istotna różnica, jeśli chodzi o charakter przedmiotowych napojów, przez ogół odbiorców w Unii. Szeroki krąg odbiorców w Unii jest uważny i dokonuje rozróżnienia między napojami zawierającymi alkohol a napojami bezalkoholowymi, nawet jeśli wybiera napój zgodnie z chwilową preferencją [wyrok z dnia 12 grudnia 2019 r., *Super bock group/EUIPO – Agus (Crystal)*, T-648/18, niepublikowany, EU:T:2019:857, pkt 32].
- 42 Zostało także orzeczone, że rozróżnienie między napojami zawierającymi alkohol a napojami bezalkoholowymi jest konieczne, ponieważ niektórzy konsumenci nie życzą sobie bądź też nie mogą spożywać alkoholu [zob. podobnie wyroki: z dnia 15 lutego 2005 r., *Lidl Stiftung/OHIM – REWE-Zentral (LINDENHOF)*, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 54; z dnia 18 czerwca 2008 r., *MEZZOPANE*, T-175/06, EU:T:2008:212, pkt 79–81; z dnia 4 października 2018 r., *FLÜGEL*, T-150/17, EU:T:2018:641, pkt 82]. Prawdą jest, że te ostatnie ustalenia zostały dokonane w odniesieniu do konsumentów niemieckich i austriackich (wyroki: z dnia 15 lutego 2005 r., *LINDENHOF*, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 45; z dnia 18 czerwca 2008 r., *MEZZOPANE*, T-175/06, EU:T:2008:212, pkt 21; z dnia 4 października 2018 r., *FLÜGEL*, T-150/17, EU:T:2018:641, pkt 69). Należy jednak stwierdzić, że żaden element nie pozwala na stwierdzenie, że ocena ta nie odnosi się również do przeciętnego konsumenta hiszpańskojęzycznego równie przyzwyczajonego i uważnego w zakresie rozróżniania między napojami alkoholowymi oznaczonymi wcześniejszym znakiem towarowym a „wodą butelkowaną; wodą mineralną bez właściwości leczniczych; wodami mineralnymi [napojami]”, objętych zgłoszonym znakiem towarowym. I tak, po pierwsze, dla znacznej większości konsumentów – hiszpańskojęzycznych lub w Unii w ogólności – spożycie alkoholu może, w zależności od spożytej ilości, prowadzić do stanu odurzenia mogącego przejawiać się obniżeniem niektórych refleksów lub niższym poziomem uważności. Może ono prowadzić do zmiany zdolności motorycznych (zaburzenia równowagi, mowy), a także do zmniejszenia pola widzenia i trudności w ocenie odległości, co może okazać się istotne w codziennym życiu, w szczególności gdy konsumenci mają zamiar wykonywać określoną aktywność wymagającą pewnego poziomu uwagi, jak na przykład prowadzenie pojazdu. Tymczasem te skutki spożycia alkoholu nie są przekładalne na spożycie wód butelkowanych lub wód mineralnych. Po drugie, dla znaczącej części odbiorców hiszpańskojęzycznych – lub ogólnie w Unii – konsumpcja alkoholu może stanowić rzeczywisty problem zdrowotny.

- 43 W drugiej kolejności, jak również słusznie podnosi skarżąca, cel i sposób używania przedmiotowych towarów są odmienne. Przede wszystkim napoje alkoholowe, w tym napoje o niskiej zawartości alkoholu, są co do zasady przeznaczone do degustacji, a nie do gaszenia pragnienia. Następnie spożycie napojów alkoholowych takich jak oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym nie odpowiada potrzebom życiowym i może nawet szkodzić zdrowiu. Ponadto, jak słusznie zauważyła skarżąca, napoje alkoholowe oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym, nawet te o niskiej zawartości alkoholu, są co do zasady nie tak lekkie i znacznie droższe niż napoje określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”. Wreszcie znaczną liczbę napojów oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym spożywa się ze szczególnych okazji i nie codziennie.
- 44 Natomiast objęte zgłoszonym znakiem towarowym napoje określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” są w szczególności przeznaczone do gaszenia pragnienia (zob. w odniesieniu do win musujących z jednej strony oraz wód mineralnych i gazowanych oraz innych napojów bezalkoholowych z drugiej strony, wyrok z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 55). Spożycie wody stanowi potrzebę życiową, a jej przyjmowanie wielokrotnie w ciągu dnia czyni ją towarem pierwszej potrzeby (zob. także pkt 27 zaskarżonej decyzji). Wody mineralne są jedynie podkategorią kategorii wód. Są to artykuły codziennej konsumpcji.
- 45 W trzeciej kolejności przedmiotowe towary nie pozostają w stosunku komplementarności.
- 46 W tym względzie należy przypomnieć, że towary lub usługi komplementarne to takie, między którymi istnieje ścisły związek polegający na tym, że jedno są nieodzowne lub istotne do użycia drugich, wobec czego konsumenci mogą myśleć, że za produkcję obu tych towarów lub za świadczenie obu tych usług odpowiedzialne jest to samo przedsiębiorstwo [wyroki: z dnia 1 marca 2005 r., Sergio Rossi/OHIM – Sissi Rossi (SISSI ROSSI), T-169/03, EU:T:2005:72, pkt 60; z dnia 11 lipca 2007 r., PiraÑAM diseño original Juan Bolaños, T-443/05, EU:T:2007:219, pkt 48; zob. również wyrok z dnia 22 stycznia 2009 r., easyHotel, T-316/07, EU:T:2009:14, pkt 57 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 47 Tymczasem brak jest ścisłego związku między przedmiotowymi towarami w tym znaczeniu, że zakup jednego z nich ma być nieodzowny lub istotny dla użycia drugiego. Nie można bowiem uznać, że nabywca jednego z towarów należących do klasy 32 i określanych jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”, objętych zgłoszonym znakiem towarowym, będzie zobowiązany do nabycia towaru z klasy 33, oznaczonego wcześniejszym znakiem towarowym i odwrotnie (zob., w odniesieniu do win z jednej strony oraz wód mineralnych i gazowanych oraz innych napojów bezalkoholowych z drugiej strony, wyrok z dnia 18 czerwca 2008 r., MEZZOPANE, T-175/06, EU:T:2008:212, pkt 84).
- 48 Z pkt 28 zaskarżonej decyzji wynika wprawdzie, że „napoje o wysokiej zawartości alkoholu” mogą być „zmieszane z wodą, [...], w celu ugaszenia pragnienia lub nawodnienia się”. Jednakże zdaniem Izby Odwoławczej „[f]akt, że woda jest towarem uzyskanym bezpośrednio z natury i że napoje alkoholowe zostały poddane przetworzeniu w celu ich uzyskania, nie oznacza również, że odbiorcy nie mogą uznać, że ich pochodzenie handlowe jest takie samo lub że istnieje między nimi powiązanie gospodarcze”. Podążając tym tokiem rozumowania i biorąc pod uwagę czynniki wskazane w pkt 19 zaskarżonej decyzji, a mianowicie fakt, że Izba Odwoławcza zamierzała zastosować w szczególności rozwinięte w orzecznictwie kryterium „komplementarności”, należy stwierdzić, że w pkt 28 zaskarżonej decyzji próbowała ona wykazać, iż ze względu na możliwość

zmieszania z jednej strony napojów alkoholowych z wyjątkiem piwa oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, a z drugiej strony wód mineralnych objętych zgłoszonym znakiem towarowym, między tymi towarami istniał stosunek komplementarności, w związku z czym wykazywały one „niewielki stopień podobieństwa” (zob. pkt 29 zaskarżonej decyzji).

- 49 Jednakże rozumowania tego nie można przyjąć w niniejszej sprawie.
- 50 Po pierwsze bowiem, pojmowanie pojęcia komplementarności jako odnoszącego się do zwykłej możliwości mieszania napojów alkoholowych z wodami mineralnymi jest trudne do pogodzenia z pojęciem komplementarności wynikającym z orzecznictwa przytoczonego w pkt 46 powyżej.
- 51 Pojęcie komplementarności nie obejmuje zwykłej możliwości zmieszania towarów, lecz zakłada istnienie „ściśłego związku” określonego w pkt 46 powyżej. Ten „ściśły związek” należy rozumieć w ten sposób, że jeden z towarów jest nieodzowny lub istotny dla użycia drugiego (wyrok z dnia 1 marca 2005 r., SISSI ROSSI, T-169/03, EU:T:2005:72, pkt 60).
- 52 Nie można zaś uznać, że nabywanie lub konsumpcja oznaczonych zgłoszonym znakiem towarowym towarów należących do klasy 32 są niezbędne do zakupu lub konsumpcji napojów alkoholowych należących do klasy 33, oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, i odwrotnie. Podobnie nie można stwierdzić, że spożycie wspomnianych towarów należących do klasy 32 jest istotne dla spożycia napojów alkoholowych należących do klasy 33, oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym.
- 53 Po drugie, w każdym razie bez wątpienia prawdą jest, że napoje należące do klasy 32 i określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”, takie jak objęte zgłoszonym znakiem towarowym, często mogą być mieszane z dużą liczbą napojów należących do klasy 33, oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym. W rzeczywistości, ogólnie rzecz biorąc, wiele napojów alkoholowych i bezalkoholowych może być mieszanych, spożywanych lub nawet sprzedawanych razem, albo w tych samych placówkach, albo jako napoje alkoholowe uprzednio zmieszane.
- 54 Niemniej taka możliwość nie eliminuje różnicy między przedmiotowymi towarami wynikającej z obecności lub braku alkoholu. Co więcej, uznanie, że te kategorie towarów należy uznać za podobne z tego tylko powodu, że produkty mogą być mieszane i spożywane jako mieszaniny, podczas gdy nie są one przeznaczone do konsumpcji ani w tych samych okolicznościach, ani z tym samym nastawieniem, ani w danym wypadku przez te same kategorie konsumentów, spowodowałoby, że duża liczba towarów, które mogą zostać zakwalifikowane jako „napoje” tworzyłaby jedną i tę samą kategorię dla celów stosowania art. 8 ust. 1 rozporządzenia nr 207/2009 (wyroki: z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 57; z dnia 4 października 2018 r., FLÜGEL, T-150/17, EU:T:2018:641, pkt 80).
- 55 Wreszcie w zakresie, w jakim w pkt 23 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza powołała się na istnienie pastisu, nie wyciągając jednak precyzyjnych wniosków w tym względzie, należy wskazać na następujące elementy. Prawdą jest, że pastis pije się dopiero po niezbędnym zmieszaniu go z wodą. Jednakże napoju tego co do zasady nie miesza się z wodą mineralną (gazowaną), lecz z wodą z kranu. Skarżąca nie wskazała tymczasem, że chce zarejestrować zgłoszony znak towarowy dla wody z kranu. Jest tak, nawiasem mówiąc, w przypadku raki i absyntu, ponieważ napoje te spożywa się co do zasady po zmieszaniu z wodą z kranu. Nie można zatem uznać, że pastis i wody, do których odnosi się zgłoszony znak towarowy, są komplementarne.

- 56 W czwartej kolejności, jeśli chodzi o konkurencyjny charakter przedmiotowych towarów, należy przypomnieć, że zgodnie z orzecznictwem, aby można było uznać produkty za konkurencyjne, muszą one pozostawać względem siebie w stosunku substytucyjności [zob. wyrok z dnia 17 lutego 2017 r., Hernández Zamora/EUIPO – Rosen Tantau (Paloma), T-369/15, niepublikowany, EU:T:2017:106, pkt 26 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 57 Tymczasem, po pierwsze, ze względu na różnicę spowodowaną obecnością lub brakiem alkoholu, którego unika znaczna część konsumentów ze względów zdrowotnych i który powoduje również różnicę w smaku, nie można przyjąć, że przeciętny konsument hiszpańskojęzyczny uzna przedmiotowe towary za zamiennie. Różnica wynikająca z obecności lub braku alkoholu i różnica w smaku skutkują bowiem tym, że przeciętni konsumenci hiszpańskojęzyczni, którzy pragną zaopatrzyć się w wodę mineralną, nie będą co do zasady porównywać tego towaru z przedmiotowymi napojami należącymi do klasy 33. Nabędą oni wodę mineralną albo jeden z tych napojów alkoholowych (zob. analogicznie wyrok z dnia 18 czerwca 2008 r., MEZZOPANE, T-175/06, EU:T:2008:212, pkt 85).
- 58 To ostatnie stwierdzenie znajduje potwierdzenie w orzecznictwie zapoczątkowanym wyrokiem z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49), w którym zostało orzeczone, że wina musujące nie mogą być uważane za pozostające w stosunku konkurencji z napojami bezalkoholowymi, ponieważ wina musujące stanowią jedynie nietypowy napój zastępujący napoje należące do klasy 32, określane jako „piwo, mieszanki napojów zawierających piwo, wody mineralne i gazowane oraz inne napoje bezalkoholowe; napoje owocowe i soki owocowe, soki warzywne; syropy i inne preparaty do produkcji napojów; napoje na bazie serwatki [...]” (wyrok z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 2, 56).
- 59 Wreszcie zgodnie z tym samym orzecznictwem przeciętny niemiecki konsument uzna za normalne, a tym samym będzie się tego spodziewał, że wina musujące będą pochodzić od innych przedsiębiorstw niż napoje określane jako „wody mineralne i gazowane oraz inne napoje bezalkoholowe; napoje owocowe i soki owocowe” (wyrok z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 51). Sąd dodał, że wina musujące i owe napoje nie mogą zostać uznane za należące do tej samej rodziny napojów czy też za stanowiące elementy tej samej ogólnej gamy napojów mogących posiadać wspólne pochodzenie handlowe (wyrok z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 51).
- 60 Tę ostatnią ocenę można zaś przełożyć na niniejszą sprawę. Przeciętny konsument hiszpańskojęzyczny – a ponadto wszyscy przeciętni konsumenci w Unii – w obecności z jednej strony wody mineralnej, gazowanej lub nie, a z drugiej strony napojów alkoholowych oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, nie będzie bowiem oczekiwał, że napoje te mają to samo pochodzenie handlowe.
- 61 Po drugie, należy stwierdzić, że cena może mieć decydujący wpływ na kwestię substytucyjności produktów.
- 62 I tak zostało orzeczone, że biorąc pod uwagę znaczne różnice w jakości, a w konsekwencji w cenach win, decydujący stosunek konkurencji między piwem, napojem popularnym i powszechnie spożywanym, a winem powinien zostać określony w odniesieniu do win najbardziej dostępnych szerokiemu kręgowi odbiorców, które co do zasady są najlżejsze i najtańsze (wyroki: z dnia 12 lipca 1983 r., Komisja/Zjednoczone Królestwo, 170/78, EU:C:1983:202, pkt 8; z dnia 9 lipca 1987 r., Komisja/Belgia, 356/85, EU:C:1987:353, pkt 10; z dnia 17 czerwca 1999 r., Socridis, C-166/98, EU:C:1999:316, pkt 18).

- 63 Dotyczy to również przedmiotowych towarów. Napoje należące do klasy 32, objęte zgłoszonym znakiem towarowym i określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”, są co do zasady znacznie tańsze niż oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym towary należące do klasy 33, określane jako „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa; wino; wino musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity”. Chociaż rozumowanie Trybunału przedstawione w pkt 62 powyżej znajduje zastosowanie, należy stwierdzić, że z punktu widzenia ceny przedmiotowe towary nie są substytucyjne.
- 64 Należy więc uznać, że przedmiotowe towary nie konkurują ze sobą.
- 65 W piątej kolejności, co się tyczy kanałów dystrybucji przedmiotowych towarów, należy zauważyć, że wspomniana przez Izbę Odwoławczą w pkt 24 zaskarżonej decyzji okoliczność, iż towary te mogą być sprzedawane „w tych samych placówkach”, nie pozwala na poparcie sformułowanego przez nią wniosku, zgodnie z którym wspomniane towary wykazują niewielki stopień podobieństwa.
- 66 Sąd miał już okazję wypowiedzieć się w przedmiocie kanałów dystrybucji towarów należących do klas 32 i 33 jako czynnika, który należy wziąć pod uwagę przy dokonywaniu oceny stopnia podobieństwa tych towarów.
- 67 I tak stwierdził, że towary należące do klas 32 i 33 są zwykle przedmiotem szerokiej dystrybucji, od działu spożywczego domu towarowego po bary i kawiarnie (wyrok z dnia 9 marca 2005 r., Hai, T-33/03, EU:T:2005:89, pkt 44). Na podstawie tego stwierdzenia Sąd doszedł do wniosku, że towary ujęte w klasie 33 są do tego stopnia powiązane z towarami należącymi do klasy 32, że należy uznać je za „podobne” (wyrok z dnia 9 marca 2005 r., Hai, T-33/03, EU:T:2005:89, pkt 46).
- 68 Ponadto w pkt 82 wyroku z dnia 18 czerwca 2008 r., MEZZOPANE (T-175/06, EU:T:2008:212), Sąd wskazał co do istoty, że wina jako „napoje alkoholowe” są jako takie wyraźnie oddzielone od „napojów bezalkoholowych” zarówno w sklepach, jak i w kartach napojów, oraz że przeciętny konsument jest przyzwyczajony do oddzielenia napojów alkoholowych od bezalkoholowych. Podsumowując, Sąd uznał, że wino i napoje bezalkoholowe należy uznać za „niepodobne”.
- 69 Wreszcie w wyroku z dnia 5 października 2011 r., ROSALIA DE CASTRO (T-421/10, niepublikowanym, EU:T:2011:565), przypomniawszy stwierdzenie zawarte w orzecznictwie przytoczonym w pkt 67 powyżej, a mianowicie, że napoje bezalkoholowe są często sprzedawane i spożywane z napojami alkoholowymi oraz że są one przedmiotem szerokiej dystrybucji, od działu spożywczego domu towarowego po bary i kawiarnie, Sąd podkreślił jednak, że napoje te mają również różne cechy. Sąd wskazał również, że podczas gdy napoje alkoholowe są zazwyczaj spożywane w sytuacjach szczególnych i o charakterze towarzyskim, woda i napoje bezalkoholowe są spożywane na co dzień. Ponadto podkreślił on, że spożycie wody odpowiada potrzebie życiowej i że przeciętny konsument, uważany za właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, jest wrażliwy na rozróżnienie między napojami alkoholowymi i bezalkoholowymi, które jest niezbędne, ponieważ niektórzy konsumenci nie życzą sobie lub nie mogą spożywać alkoholu. W świetle tych okoliczności Sąd uznał, że podobieństwo istniejące między tymi dwoma rodzajami towarów można uznać jedynie za „niewielkie” (wyrok z dnia 5 października 2011 r., ROSALIA DE CASTRO, T-421/10, niepublikowany, EU:T:2011:565, pkt 31, 32).
- 70 W świetle różnych odpowiedzi udzielonych na podstawie kryterium odnoszącego się do kanałów dystrybucji w orzecznictwie Sądu, dla celów niniejszego wyroku należy przyjąć, że wbrew temu, co wynika z pkt 44 wyroku z dnia 9 marca 2005 r., Hai (T-33/03, EU:T:2005:89) oraz z pkt 32 wyroku

z dnia 5 października 2011 r., ROSALIA DE CASTRO (T-421/10, niepublikowanego, EU:T:2011:565), sam fakt, że towary należące do klas 32 i 33 są zwykle przedmiotem szerokiej dystrybucji, od działu spożywczego domu towarowego po bary i kawiarnie, nie wystarcza sam w sobie, aby przyjąć, że towary ujęte w klasach 32 i 33 „muszą” zostać uznane za podobne w niewielkim stopniu, czy też podobne.

- 71 W rzeczywistości bowiem, jak wynika z orzecznictwa wypracowanego w przedmiocie kryterium związanego z kanałami dystrybucji na długo przed ogłoszeniem wyroków: z dnia 9 marca 2005 r., Hai (T-33/03, EU:T:2005:89) i z dnia 5 października 2011 r., ROSALIA DE CASTRO (T-421/10, niepublikowanego, EU:T:2011:565), okoliczność, że towary mogą być sprzedawane w tych samych placówkach handlowych, takich jak domy towarowe lub supermarkety, nie jest szczególnie istotna, ponieważ w tych punktach sprzedaży możliwe jest znalezienie bardzo zróżnicowanych towarów, a konsumenci nie przypisują im automatycznie tego samego pochodzenia [wyrok z dnia 13 grudnia 2004 r., El Corte Inglés/OHIM – Pucci (EMILIO PUCCI), T-8/03, EU:T:2004:358, pkt 43].
- 72 Orzecznictwo to zostało potwierdzone [wyroki: z dnia 24 marca 2010 r., 2nine/OHIM – Pacific Sunwear of California (nollie), T-364/08, niepublikowany, EU:T:2010:115, pkt 40; z dnia 2 lipca 2015 r., BH Stores/OHIM – Alex Toys (ALEX), T-657/13, EU:T:2015:449, pkt 83], może zatem zostać uznane za utrwalone.
- 73 W orzecznictwie wyjaśniono również, że jedynie obecność towarów w tym samym dziale tych sklepów mogłaby stanowić wskazówkę co do ich podobieństwa (wyrok z dnia 17 lutego 2017 r., Paloma, T-369/15, niepublikowany, EU:T:2017:106, pkt 28).
- 74 Wreszcie należy przypomnieć, że wina musujące z jednej strony, i napoje określane jako „wody mineralne i gazowane oraz inne napoje bezalkoholowe; napoje owocowe i soki owocowe” z drugiej strony są oferowane do sprzedaży obok siebie, zarówno w sklepach, jak i w kartach napojów (zob. podobnie wyrok z dnia 15 lutego 2005 r., LINDENHOF, T-296/02, EU:T:2005:49, pkt 50). Dotyczy to nie tylko win musujących, o których mowa w okolicznościach sprawy, w której został wydany ten wyrok, ale również wszystkich napojów alkoholowych oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym, o których mowa w niniejszej sprawie.
- 75 Tymczasem, pomijając rzadkie wyjątki, napoje należące do klasy 32, określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]”, objęte zgłoszonym znakiem towarowym, oraz towary należące do klasy 33, określane jako „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa; wino; wina musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity” oznaczone wcześniejszym znakiem towarowym, są sprzedawane wprawdzie w sąsiednich działach supermarketów, ale nie w tych samych działach.
- 76 Wreszcie w zakresie, w jakim Sąd odniósł się do barów i kawiarni (wyroki: z dnia 9 marca 2005 r., Hai, T-33/03, EU:T:2005:89, pkt 44; z dnia 5 października 2011 r., ROSALIA DE CASTRO, T-421/10, niepublikowany, EU:T:2011:565, pkt 31), prawdą jest, że lokale te proponują co do zasady wszystkie przedmiotowe towary i często przy tym samym kontuarze. Konsument hiszpańskojęzyczny pozostanie jednak uważny w odniesieniu do różnic istniejących między tymi kategoriami towarów, w szczególności co do obecności lub braku alkoholu, tak że sam fakt, iż są one oferowane przy tym samym kontuarze, nie przeważa nad różnicami między tymi towarami.

- 77 Mając na względzie całość powyższych rozważań, należy stwierdzić, że wbrew temu, co stwierdziła Izba Odwoławcza w pkt 29 zaskarżonej decyzji, objęte zgłoszonym znakiem towarowym napoje należące do klasy 32, określane jako „woda butelkowana; woda mineralna bez właściwości leczniczych; wody mineralne [napoje]” nie wykazują niewielkiego stopnia podobieństwa do oznaczonych wcześniejszym znakiem towarowym towarów należących do klasy 33, określanych jako „napoje alkoholowe z wyjątkiem piwa; wino; wina musujące; likiery; wyroby spirytusowe; okowity”. Towary te należy uznać za różniące się od siebie.
- 78 W świetle tego, co zostało wskazane w pkt 24 powyżej, czyli mając na względzie zasadę, zgodnie z którą co do istoty wykazanie identyczności lub podobieństwa towarów lub usług oznaczonych kolidującymi ze sobą znakami towarowymi jest warunkiem sine qua non istnienia prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w rozumieniu art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, błąd w ocenie popełniony w zaskarżonej decyzji skutkuje tym, że należy zgodzić się z zarzutem skarżącej.
- 79 Co za tym idzie, należy uwzględnić podniesiony przez skarżącą zarzut i w konsekwencji stwierdzić nieważność zaskarżonej decyzji, bez potrzeby badania, czy kolidujące ze sobą oznaczenia są do siebie podobne.

W przedmiocie kosztów

- 80 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ponieważ EUIPO przegrało sprawę, należy – zgodnie z żądaniem skarżącej i EUIPO – obciążyć ten urząd kosztami postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (druga izba)

orzeka, co następuje:

- 1) Stwierdza się nieważność decyzji Czwartej Izby Odwoławczej Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) z dnia 20 stycznia 2020 r. (sprawa R 2524/2018-4).**
- 2) EUIPO zostaje obciążone kosztami postępowania.**

Tomljenović

Schalin

Škvařilová-Pelzl

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 22 września 2021 r.

Podpisy