



## Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (tretji senat)

z dne 6. marca 2014\*

„Znamke — Direktiva 2008/95/ES — Člen 12(2)(a) — Razveljavitev — Znamka, ki zaradi dejanj ali opustitve njenega imetnika v gospodarskem prometu postane obča oznaka za proizvod ali storitev, za katero je registrirana — Dojemanje besednega znaka KORNSPITZ s strani prodajalcev po eni strani in s strani končnih kupcev po drugi strani — Izguba razlikovalnega učinka zgolj z vidika končnih kupcev“

V zadevi C-409/12,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki ga je vložilo Oberster Patent- und Markensenat (Avstrija) z odločbo z dne 11. julija 2012, ki je prispela na Sodišče 6. septembra 2012, v postopku

**Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH**

proti

**Pfahnl Backmittel GmbH,**

SODIŠČE (tretji senat),

v sestavi M. Ilešič (poročevalec), predsednik senata, C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, sodnika, C. Toader, sodnica, in E. Jarašiūnas, sodnik,

generalni pravobranilec: P. Cruz Villalón,

sodni tajnik: K. Malacek, administrator,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 29. maja 2013,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

- za Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH E. Enging-Deniz, odvetnik,
- za Pfahnl Backmittel GmbH M. Gumpoldsberger, odvetnik,
- za nemško vlado T. Henze in J. Kemper, agenta,
- za francosko vlado D. Colas in J.-S. Pilczer, agenta,
- za italijansko vlado G. Palmieri, agentka, skupaj s S. Varonejem, avvocato dello Stato,
- za Evropsko komisijo F. Bulst in J. Samnadda, agenta,

\* Jezik postopka: nemščina.

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 12. septembra 2013

izreka naslednjo

### Sodbo

- 1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago člena 12(2)(a) Direktive 2008/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (UL L 299, str. 25).
- 2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH (v nadaljevanju: Backaldrin), družbo avstrijskega prava, in Pfahnl Backmittel GmbH (v nadaljevanju: Pfahnl), ki je prav tako družba avstrijskega prava, zaradi besednega znaka KORNSPITZ, ki ga je družba Backaldrin registrirala kot znamko.

### Pravni okvir

#### *Direktiva 2008/95*

- 3 V skladu s členom 2 Direktive 2008/95 je lahko „[b]lagovna znamka [...] sestavljena iz kakršnihkoli znakov, ki jih je mogoče predstaviti grafično, [...] če se s pomočjo teh znakov blago ali storitve nekega podjetja lahko razlikujejo od blaga ali storitev drugih podjetij“.
- 4 Člen 3 navedene direktive določa:  
„1. Ne registrira se ali, če je registrirano, se lahko razglasi za neveljavno naslednje:  
[...]  
(b) blagovne znamke, ki so brez slehernega razlikovalnega značaja;  
(c) blagovne znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali označbe, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitev ali druge lastnosti blaga ali storitev;  
(d) blagovne znamke, ki so sestavljene izključno iz znakov ali označb, ki so postali običajni v jezikovni rabi ali v dobroverni ustaljeni praksi trgovanja;  
[...].“
- 5 Člen 5 te direktive določa:  
„1. Registrirana blagovna znamka podeljuje imetniku izključne pravice. Imetnik ima pravico [...] tretjim osebam, ki nimajo njegove privolitve, preprečiti, da v gospodarskem prometu uporabljajo:  
(a) kateri koli znak, ki je enak blagovni znamki, za enako blago ali storitve, za katere je registrirana blagovna znamka;  
(b) kateri koli znak, pri katerem zaradi njegove enakosti ali podobnosti z blagovno znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, označenih z blagovno znamko in znakom, obstaja verjetnost zmede v javnosti, ki vključuje verjetnost povezovanja med znakom in blagovno znamko.

2. Vsaka država članica lahko določi, da ima imetnik pravico tretjim osebam, ki nimajo njegove privolitve, preprečiti, da v gospodarskem prometu uporabljajo kateri koli znak, enak ali podoben blagovni znamki v zvezi z blagom ali storitvami, ki niso podobne tistim, za katere je registrirana blagovna znamka, če ima slednja v državi članici ugled in če bi uporaba takega znaka brez upravičenega razloga izkoristila ali oškodovala razlikovalni značaj ali ugled blagovne znamke.

[...].“

6 Člen 12 Direktive 2008/95 določa:

„1. Blagovna znamka se lahko razveljavi, če se v neprekinjenem obdobju petih let ni resno uporabljala v državah članicah v zvezi z blagom ali storitvami, za katere je registrirana, in za neuporabo ne obstajajo upravičeni razlogi.

[...]

2. Brez poseganja v odstavek 1 se blagovna znamka razveljavi, če po datumu registracije:

(a) zaradi dejanj ali opustitve imetnika v gospodarskem prometu postane obča oznaka za proizvod ali storitev, za katero je registrirana;

[...].“

*Avstrijsko pravo*

7 Člen 33b zakona o varstvu znamk iz leta 1970 (Markenschutzgesetz 1970, BGBl. 260/1970) v različici, ki je veljala v času dejanskega stanja iz postopka v glavni stvari, določa:

„1. Vsakdo lahko zahteva izbris znamke, če po datumu registracije zaradi dejanj ali opustitve imetnika v gospodarskem prometu postane obča oznaka za proizvod ali storitev, za katero je registrirana.

2. Odločba o izbrisu učinkuje za nazaj od trenutka, za katerega je bilo dokazano, da je znamka dokončno postala obča oznaka [...].“

### **Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje**

8 Družba Backaldrin je registrirala avstrijsko besedno znamko KORNSPITZ za proizvode iz razreda 30 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen. Med temi proizvodi so med drugim:

„moka in izdelki iz žitaric; pekovski izdelki; sredstva za peko; pecivo, tudi pripravljeno za dopeko; oblikovano testo [...] za izdelavo peciva“.

9 Družba Backaldrin pod to znamko proizvaja mešanico za peko, ki jo dobavlja predvsem pekom. Ti to mešanico predelajo v pekovsko pecivo podolgovate oblike, ki se na obeh koncih zoži v špico. Družba Backaldrin je privolila v to, da ti peki in distributerji živilskih proizvodov, ki jim ti peki dobavljajo, pri prodaji tega pekovskega peciva uporabljajo navedeno znamko.

10 Konkurenti družbe Backaldrin, med katerimi je tudi družba Pfahnl, in večina pekov vedo, da je bil besedni znak KORNSPITZ registriran kot znamka. Vendar pa v skladu s trditvami družbe Pfahnl, ki jim družba Backaldrin nasprotuje, končni kupci ta besedni znak dojemajo kot občo oznako za pekovski izdelek, in sicer za pekovsko pecivo podolgovate oblike, ki se na obeh koncih zoži v špico. Tako

dojemanje naj bi bilo mogoče razložiti zlasti s tem, da peki, ki uporabljajo mešanico za peko, ki jo dobavlja družba Backaldrin, na splošno svojih strank ne opozarjajo na to, da je bil znak KORNSPITZ registriran kot znamka, niti na to, da je pekovsko pecivo proizvedeno iz te mešanice.

- 11 Družba Pfahnl je 14. maja 2010 na podlagi člena 33b zakona o varstvu znamk iz leta 1970 predlagala razveljavitev znamke KORNSPITZ za v točki 8 te sodbe navedene proizvode. Oddelek za izbris pri Österreichischer Patentamt (avstrijski urad za patente) je z odločbo z dne 26. julija 2011 temu predlogu ugodil. Družba Backaldrins se je zoper to odločbo pritožila pri Oberster Patent- und Markensenat (vrhovni senat za patente in znamke).
- 12 To sodišče se sprašuje, v kolikšni meri mora pri uporabi merila „obča oznaka v gospodarskem prometu“ v sporu o glavni stvari upoštevati dejstvo, da niso vsi proizvodi, za katere je bila znamka registrirana, namenjeni istim strankam. V zvezi s tem opozarja, da so končni kupci surovih izdelkov in polizdelkov, ki jih prodaja družba Backaldrin pod znamko KORNSPITZ, kot je mešanica za peko pekovskega peciva, peki in distributerji živilskih proizvodov, medtem ko so končni kupci pekovskega peciva stranke teh pekov in distributerjev živilskih proizvodov.
- 13 Oberster Patent- und Markensenat meni, da bo pritožbi zoper odločbo oddelka za izbris pri Österreichischer Patentamt o razveljavitvi treba ugoditi glede surovih izdelkov in polizdelkov, za katere je bila registrirana znamka iz postopka v glavni stvari, kot so moka in izdelki iz žitaric, sredstva za peko, pecivo, pripravljeno za dopeko, in oblikovano testo za izdelavo peciva.
- 14 Kar pa zadeva končne izdelke, za katere je bila znamka KORNSPITZ prav tako registrirana, namreč pekovske izdelke in pecivo, želi to sodišče dobiti pojasnilo s predhodno odločbo Sodišča. Izvedeti želi zlasti, ali je razveljavitev znamke mogoča, če je ta znamka postala obča oznaka ne v skladu z dojemanjem prodajalcev končnega izdelka, pridobljenega iz mešanice, ki jo dobavlja imetnik navedene znamke, ampak v skladu z dojemanjem končnih kupcev tega izdelka.
- 15 Navedeno sodišče dodaja, da bo po prejetju predhodne odločbe preučilo potrebo po izvedbi ankete med končnimi kupci o dojemanju besednega znaka KORNSPITZ.
- 16 V teh okoliščinah je Oberster Patent- und Markensenat prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:
  - „1. Ali znamka postane ‚obča oznaka za proizvod ali storitev‘ v smislu člena 12(2)(a) Direktive [2008/95], kadar:
    - a) trgovci sicer vedo, da gre za označbo izvora, vendar tega končnim [kupcem] po navadi ne razkrijejo, in
    - b) končni [kupci] znamke (tudi iz tega razloga ne dojemajo več kot označbe izvora, temveč kot občo oznako za proizvode ali storitve, za katere je znamka registrirana?
  2. Ali gre za ‚opustitev‘ v smislu člena 12(2)(a) Direktive [2008/95] že takrat, kadar ostane imetnik znamke nedejaven, čeprav trgovci strank ne opozarjajo, da gre za registrirano znamko?
  3. Ali je treba znamko, ki je zaradi dejanj ali opustitve imetnika postala obča oznaka za končnega [kupca], ne pa za trgovce, razveljaviti, kadar in samo kadar so končni kupci od nje odvisni, ker ne obstajajo enakovredne druge možnosti?“

## Vprašanja za predhodno odločanje

### Prvo vprašanje

- 17 Predložitveno sodišče s prvim vprašanjem v bistvu sprašuje, ali je treba člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 razlagati tako, da se lahko znamka za neki proizvod, za katerega je registrirana, razveljavi, kadar je zaradi dejanj ali opustitve njenega imetnika zgolj z vidika končnih kupcev tega proizvoda postala obča oznaka za ta proizvod.
- 18 Po mnenju družbe Backaldrin, nemške in francoske vlade ter Evropske komisije je treba na to vprašanje odgovoriti nikalno, medtem ko družba Pfahnl in italijanska vlada podpirata nasprotno rešitev.
- 19 V zvezi s tem je treba najprej opozoriti, da se člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 nanaša na položaj, v katerem znamka ne more več izpolnjevati svoje funkcije označbe izvora (sodba z dne 29. aprila 2004 v zadevi Björnekulla Fruktindustrier, C-371/02, Recueil, str. I-5791, točka 22).
- 20 Med vsemi funkcijami znamke ima navedena funkcija označbe izvora bistveno vlogo (glej v tem smislu zlasti sodbi z dne 23. marca 2010 v združenih zadevah Google France in Google, od C-236/08 do C-238/08, ZOdl., str. I-2417, točka 77, in z dne 22. septembra 2011 v zadevi Budějovický Budvar, C-482/09, ZOdl., str. I-8701, točka 71). Omogoča opredeliti proizvod ali storitev, ki ju znamka označuje, kot proizvod ali storitev, ki izhajata iz nekega podjetja, in ju tako razlikovati od proizvodov in storitev drugih podjetij (glej v tem smislu sodbo z dne 18. aprila 2013 v zadevi Colloseum Holding, C-12/12, točka 26 in navedena sodna praksa). Navedeno podjetje je, kot je to v točki 27 sklepnih predlogov navedel generalni pravobranilec, tisto, pod nadzorom katerega se blago ali storitev prodaja.
- 21 Zakonodajalec Evropske unije je v členu 2 Direktive 2008/95 priznal to bistveno funkcijo znamke s tem, da je določil, da je lahko znamka iz znakov, ki jih je mogoče predstaviti grafično, sestavljena le, če se lahko z njihovo pomočjo blago ali storitve nekega podjetja razlikujejo od blaga ali storitev drugih podjetij (sodba z dne 4. oktobra 2001 v zadevi Merz & Krell, C-517/99, Recueil, str. I-6959, točka 23, in zgoraj navedena sodba Björnekulla Fruktindustrier, točka 21).
- 22 Posledice tega pogoja so med drugim razvidne iz členov 3 in 12 navedene direktive. Medtem ko so v členu 3 te direktive naštetih primeri, v katerih znamka *ab initio* ni zmožna izpolnjevati funkcije označbe izvora, se člen 12(2)(a) te direktive nanaša na položaj, v katerem je znamka postala obča oznaka in je tako izgubila svoj razlikovalni učinek, tako da te funkcije ne izpolnjuje več (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo Björnekulla Fruktindustrier, točka 22). Znamka se torej lahko razveljavi, tako da njen imetnik ne more več uveljavljati pravic, ki mu jih podeljuje člen 5 Direktive 2008/95 (glej v tem smislu sodbo z dne 27. aprila 2006 v zadevi Levi Strauss, C-145/05, ZOdl., str. I-3703, točka 33).
- 23 V primeru, ki ga opisuje predložitveno sodišče, ki je izključno pristojno za presojo dejstev tega primera, končni kupci izdelka iz postopka v glavni stvari, namreč pekovskega peciva, imenovanega KORNSPITZ, ta besedni znak dojemajo kot občo oznako za ta izdelek in se tako ne zavedajo, da je bilo nekaj od tega pekovskega peciva pridobljenega iz mešanice za peko, ki ga je pod znamko KORNSPITZ dobavilo določeno podjetje.
- 24 Kot je prav tako navedlo predložitveno sodišče, je do takega dojetja končnih kupcev med drugim prišlo zato, ker prodajalci pekovskega peciva, pridobljenega iz navedene mešanice, na splošno ne obveščajo svojih strank, da je bil znak KORNSPITZ registriran kot znamka.
- 25 Za primer, opisan v predložitveni odločbi, je poleg tega značilno to, da prodajalci navedenega končnega izdelka svojih strank ob prodaji na splošno ne opozarjajo na poreklo različnih izdelkov, ki so v prodaji.

- 26 Ugotoviti je treba, da v takem primeru znamka KORNSPITZ v gospodarskem prometu s pekovskim pecivom, imenovanim KORNSPITZ, ne izpolnjuje svoje bistvene funkcije označbe izvora in da se tako lahko razveljavi glede končnega proizvoda, za katerega je registrirana, če je do izgube razlikovalnega učinka navedene znamke v zvezi z navedenim proizvodom prišlo zaradi dejanj ali opustitve tega imetnika.
- 27 Ta ugotovitev ni v nasprotju z razlago člena 12(2)(a) Direktive 2008/95, ki jo je Sodišče podalo v točki 26 zgoraj navedene sodbe Björnekulla Fruktindustrier in v skladu s katero v primeru, da pri distribuciji proizvoda, označenega z registrirano znamko, sodelujejo trgovski posredniki, zainteresirana javnost, katere mnenje je treba upoštevati pri presoji vprašanja, ali je ta znamka v gospodarskem prometu postala obča oznaka za zadevni proizvod, pomeni vse potrošnike ali končne kupce in, glede na značilnosti trga za zadevni proizvod, vse osebe, ki poklicno sodelujejo pri njegovi prodaji.
- 28 Sicer je res, da je, kot je s to razlago pojasnilo Sodišče, to, ali je znamka v gospodarskem prometu postala obča oznaka za proizvod ali storitev, za katero je registrirana, treba presojati ne le ob upoštevanju dojemanja potrošnikov ali končnih kupcev, ampak tudi glede na značilnosti zadevnega trga, ob upoštevanju dojemanja oseb, ki se s tem poklicno ukvarjajo, kot so prodajalci.
- 29 Vendar pa ima, na splošno, dojemanje potrošnikov ali končnih kupcev, kot je Sodišče poudarilo v točki 24 zgoraj navedene sodbe Björnekulla Fruktindustrier, odločilno vlogo. Kot je generalni pravobranilec navedel v točkah 58 in 59 sklepnih predlogov, je treba šteti, da lahko v primeru, kot je ta iz postopka v glavni stvari, za katerega je s pridržkom, da predložitveno sodišče to preveri, značilno, da je zadevna znamka z vidika končnih kupcev izgubila razlikovalni učinek, ta izguba privede do razveljavitve zadevne znamke. Take razveljavitve ne more izključiti že zgolj okoliščina, da se prodajalci zavedajo obstoja navedene znamke in izvora, ki ga ta znamka označuje.
- 30 Iz vsega zgoraj navedenega izhaja, da je na prvopostavljeno vprašanje treba odgovoriti, da je treba člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 razlagati tako, da se lahko v primeru, kot je ta iz postopka v glavni stvari, znamka za neki proizvod, za katerega je registrirana, razveljavi, kadar je zaradi dejanj ali opustitve njenega imetnika zgolj z vidika končnih kupcev tega proizvoda postala obča oznaka za ta proizvod.

#### *Drugo vprašanje*

- 31 Predložitveno sodišče z drugim vprašanjem v bistvu sprašuje, ali je treba člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 razlagati tako, da je mogoče za „opustitev“ v smislu te določbe opredeliti dejstvo, da imetnik znamke prodajalcev ne spodbuja k večji uporabi te znamke za prodajo proizvoda, za katero je navedena znamka registrirana.
- 32 V zvezi s tem je treba opozoriti, da je zakonodajalec Unije pri tehtanju interesov imetnika znamke in interesov njegovih konkurentov v zvezi z razpoložljivostjo znakov s sprejetjem člena 12(2)(a) navedene direktive presodil, da izguba razlikovalnega učinka navedene znamke ne more biti v škodo njenemu imetniku, razen če je ta izguba posledica njegovih dejanj ali opustitve (zgoraj navedena sodba Levi Strauss, točka 19, in sodba z dne 10. aprila 2008 v zadevi adidas in adidas Benelux, C-102/07, ZOdl., str. I-2439, točka 24).
- 33 Sodišče je že presodilo, da lahko pod pojem „opustitev“ spada tudi to, da imetnik znamke ne uveljavlja pravočasno izključne pravice iz člena 5 navedene direktive, da bi od pristojnih organov zahteval, naj zadevnim tretjim osebam prepovejo uporabo znaka, pri katerem obstaja verjetnost zmede v zvezi s to znamko, saj je namen takih zahtev ravno ohraniti razlikovalni učinek navedene znamke (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo Levi Strauss, točka 34).



- 34 Vendar pa, razen če bi se odpovedali iskanju ravnovesja, opisanega v točki 32 te sodbe, navedeni pojem nikakor ni omejen na to vrsto opustitve, ampak obsega vse opustitve, s katerimi se imetnik znamke izkaže za nezadostno skrbnega glede ohranitve razlikovalnega učinka svoje znamke. Zato je v primeru, kot je ta, ki ga je opisalo predložitveno sodišče in v katerem prodajalci proizvoda, pridobljenega iz mešanice, ki jo dobavlja imetnik znamke, svojih strank na splošno ne obveščajo, da je bil znak, ki označuje zadevni proizvod, registriran kot znamka, in tako prispevajo k temu, da je ta znamka postala obča oznaka, opustitev navedenega imetnika, ki ne sprejme nobenih ukrepov, s katerimi bi te prodajalce lahko spodbudil k večji uporabi te znamke, mogoče opredeliti za opustitev v smislu člena 12(2)(a) Direktive 2008/95.
- 35 Predložitveno sodišče bo moralo preveriti, ali je v obravnavani zadevi družba Backaldrin sprejela ukrepe za spodbuditev pekov in distributerjev živilskih proizvodov, ki prodajajo pekovsko pecivo, pridobljeno iz mešanice za peko, ki jo dobavlja navedena družba, k večji uporabi znamke KORNSPITZ v njihovih poslovnih stikih s strankami.
- 36 Iz vsega zgoraj navedenega izhaja, da je na drugo zastavljeno vprašanje treba odgovoriti, da je člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 treba razlagati tako, da je mogoče za „opustitev“ v smislu te določbe opredeliti dejstvo, da imetnik znamke prodajalcev ne spodbuja k večji uporabi te znamke za prodajo proizvoda, za katerega je navedena znamka registrirana.

### *Tretje vprašanje*

- 37 S tretjim vprašanjem predložitveno sodišče v bistvu sprašuje, ali je treba člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 razlagati tako, da je za razveljavitev znamke nujno, da se ugotovi, ali za proizvod, katerega znamka je postala obča oznaka v gospodarskem prometu, obstajajo druge oznake.
- 38 Kot izhaja iz besedila navedene določbe, se lahko znamka razveljavi, če zaradi dejanj ali opustitve njenega imetnika v gospodarskem prometu postane obča oznaka za proizvod ali storitev, za katero je registrirana.
- 39 Ko pride do tega, ni pomembno, ali morebiti obstajajo druge oznake za zadevni proizvod ali storitev, saj to ne more spremeniti ugotovitve, da je navedena znamka izgubila razlikovalni učinek, ker je postala obča oznaka v gospodarskem prometu.
- 40 Zato je na tretje zastavljeno vprašanje treba odgovoriti, da je treba člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 razlagati tako, da za razveljavitev znamke ni nujno, da se ugotovi, ali za proizvod, katerega znamka je postala obča oznaka v gospodarskem prometu, obstajajo druge oznake.

### **Stroški**

- 41 Ker je ta postopek za stranki v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški, priglašeni za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (tretji senat) razsodilo:

- Člen 12(2)(a) Direktive 2008/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami je treba razlagati tako, da se lahko v primeru, kot je ta iz postopka v glavni stvari, znamka za neki proizvod, za katerega je registrirana, razveljavi, kadar je zaradi dejanj ali opustitve njenega imetnika zgolj z vidika končnih kupcev tega proizvoda postala obča oznaka za ta proizvod.**

2. Člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 je treba razlagati tako, da je mogoče za „opustitev“ v smislu te določbe opredeliti dejstvo, da imetnik znamke prodajalcev ne spodbuja k večji uporabi te znamke za prodajo proizvoda, za katerega je navedena znamka registrirana.
3. Člen 12(2)(a) Direktive 2008/95 je treba razlagati tako, da za razveljavitev znamke ni nujno, da se ugotovi, ali za proizvod, katerega znamka je postala obča oznaka v gospodarskem prometu, obstajajo druge oznake.

Podpisi