



## Zbirka odločb sodne prakse

Zadeva T-668/19

**Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG**  
**proti**  
**Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino**

**Sodba Splošnega sodišča (peti razširjeni senat) z dne 7. julija 2021**

„Znamka Evropske unije – Prijava znamke Evropske unije, ki jo sestavlja kombinacija zvokov ob odprtju pločevinke gazirane pijače – Absolutni razlog za zavrnitev – Neobstoj razlikovalnega učinka – Člen 7(1)(b) Uredbe (EU) 2017/1001 – Člen 95(1) Uredbe 2017/1001“

1. *Znamka Evropske unije – Opredelitev in pridobitev znamke Evropske unije – Absolutni razlogi za zavrnitev – Znamke brez razlikovalnega učinka – Zvočna znamka, ki je sestavljena iz kombinacije zvokov ob odprtju pločevinke gazirane pijače (Uredba Evropskega parlamenta in Sveta 2017/1001, člen 7(1)(b))*

(Glej točke 20, 21, 33, od 40 do 48 in 58.)

2. *Znamka Evropske unije – Opredelitev in pridobitev znamke Evropske unije – Absolutni razlogi za zavrnitev – Znamke brez razlikovalnega učinka – Zvočni znaki – Razlikovalni učinek – Merila presoje – Zaznava upoštevne javnosti, ki se lahko razlikuje od zaznave upoštevne javnosti v zvezi s tridimenzionalnimi znamkami (Uredba Evropskega parlamenta in Sveta 2017/1001, člen 7(1)(b))*

(Glej točke od 23 do 26, 31, 32, 55 in 56.)

3. *Znamka Evropske unije – Opredelitev in pridobitev znamke Evropske unije – Absolutni razlogi za zavrnitev – Znamke brez razlikovalnega učinka – Tridimenzionalna znamka, ki jo sestavlja oblika proizvoda – Razlikovalni učinek – Merila presoje (Uredba Evropskega parlamenta in Sveta 2017/1001, člen 7(1)(b))*

(Glej točki 29 in 30.)

## Povzetek

### Splošno sodišče se je prvič izreklo o registraciji zvočne znamke, predstavljene v zvočnem zapisu

*Zvočne datoteke, ki vsebuje zvok, ki nastane ob odprtju pločevinke pijače, temu pa sledi tišina in šumenje, ni mogoče registrirati kot znamko za različne pijače ter za kovinske zabojnike za transport in skladiščenje, ker nima razlikovalnega učinka*

Družba Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG je pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) vložila zahtevo za registracijo zvočnega znaka kot znamke Evropske unije. Ta znak, predstavljen z zvočno datoteko, spominja na zvok, ki nastane ob odprtju pločevinke pijače, temu pa sledi približno enosekundna tišina in približno devetsekundno šumenje. Registracija je bila zahtevana za različne pijače ter za kovinske zabojnike za transport in skladiščenje.

EUIPO je to zahtevo za registracijo zavrnil, ker prijavljena znamka nima razlikovalnega učinka.

V sodbi je Splošno sodišče zavrnilo tožbo družbe Ardagh Metal Beverage Holdings in se prvič izreklo o registraciji zvočne znamke, predstavljene v zvočnem zapisu. Pojasnilo je merila za presojo razlikovalnega učinka zvočnih znamk in to, kako potrošniki na splošno zaznavajo te znamke.

#### *Presoja Splošnega sodišča*

Splošno sodišče je najprej opozorilo, da se merila za presojo razlikovalnega učinka<sup>1</sup> zvočnih znamk ne razlikujejo od meril, ki se uporabljajo za druge kategorije znamk, in da mora imeti zvočni znak določeno polnost, kar zadevnemu potrošniku omogoča, da ga zazna kot znamko, in ne kot funkcionalni element ali označbo brez svojstvenih značilnosti.<sup>2</sup> Tako mora potrošnik zadevnih proizvodov ali storitev imeti možnost, da zgolj zaradi zaznavanja znamke – ne da bi ta bila kombinirana z drugimi elementi, kot so med drugim besedni ali figurativni elementi ali celo druga znamka – to poveže s trgovskim izvorom navedenih proizvodov ali storitev.

Dalje, ker je EUIPO po analogiji uporabil sodno prakso,<sup>3</sup> v skladu s katero ima le znamka, ki se bistveno razlikuje od standarda ali navad v sektorju, razlikovalni učinek, je Splošno sodišče poudarilo, da se je ta sodna praksa razvila v zvezi s tridimenzionalnimi znamkami, ki so sestavljene iz oblike samega proizvoda ali njegove embalaže, čeprav obstajajo standard ali navade v sektorju v zvezi s to obliko. V takem primeru pa zadevni potrošnik, ki je vaje prepoznati eno ali več oblik, ki ustrezajo standardu ali navadam v sektorju, tridimenzionalne znamke ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora proizvodov, če je njena oblika enaka ali podobna običajni obliki ali oblikam. Splošno sodišče je dodalo, da s to sodno prakso niso določena nova merila za presojo razlikovalnega učinka znamke, ampak je v njej zgolj pojasnjeno, da v okviru uporabe teh meril zaznava povprečnega potrošnika ni nujno enaka v primeru tridimenzionalne znamke kot v primeru besedne, figurativne ali zvočne znamke, ki jo sestavlja znak, ki ni odvisen od zunanjega

<sup>1</sup> V smislu člena 7(1)(b) Uredbe (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1).

<sup>2</sup> Sodba z dne 13. septembra 2016, Globo Comunicação e Participações/EUIPO (Zvočna znamka) (T-408/15, EU:T:2016:468, točki 41 in 45).

<sup>3</sup> Glej zlasti sodbo z dne 7. oktobra 2004, Mag Instrument/UUNT (C-136/02 P, EU:C:2004:592, točka 31).

videza ali oblike proizvodov. Zato je Splošno sodišče razsodilo, da navedene sodne prakse, ki se nanaša na tridimenzionalne znamke, načeloma ni mogoče uporabiti za zvočne znamke. Vendar je Splošno sodišče, kljub temu da je EUIPO napačno uporabil to sodno prakso, ugotovilo, da ta napaka ne more povzročiti nepravilnosti obrazložitve izpodbijane odločbe, ki temelji tudi na drugem razlogu.

V zvezi s tem drugim razlogom, in sicer da upoštevena javnost prijavljeno znamko zaznava kot funkcionalni element zadevnih proizvodov, je Splošno sodišče na eni strani ugotovilo, da bo zvok, ki nastane ob odprtju pločevinke, glede na vrsto proizvodov dejansko obravnavan kot povsem tehnični in funkcionalni element. Odprtje pločevinke ali steklenice je namreč neločljivo povezano s tehnično rešitvijo glede ravnanja s pijačami z namenom njihovega uživanja, zato tak zvok torej ne bo zaznan kot označba trgovskega izvora teh proizvodov. Na drugi strani pa upoštevena javnost zvok šumenja mehurčkov takoj poveže s pijačami. Poleg tega je Splošno sodišče poudarilo, da zvočni elementi in približno enosekundna tišina, obravnavani skupaj, nimajo nobene svojstvene značilnosti, na podlagi katere bi jih ta javnost lahko zaznavala kot označbo trgovskega izvora proizvodov. Ti elementi niso imeli zadostne polnosti, da bi se razlikovali od primerljivih zvokov na področju pijač. Zato je Splošno sodišče potrdilo ugotovitve EUIPO glede neobstoja razlikovalnega učinka prijavljene znamke.

Nazadnje je Splošno sodišče zavrnilo ugotovitev EUIPO, da je na trgih pijač in njihovih embalaž neobičajno zgolj z zvoki označiti trgovski izvor proizvoda, saj ti proizvodi ne oddajajo zvoka, dokler se ne zaužijejo. Splošno sodišče je namreč poudarilo, da večina proizvodov sama po sebi ne oddaja zvoka in proizvede zvok šele, ko se proizvodi zaužijejo. Tako zgolj dejstvo, da lahko zvok nastane šele pri zaužitju, ne pomeni, da je uporaba zvokov za označitev trgovskega izvora proizvoda na določenem trgu še neobičajna. Vendar je Splošno sodišče pojasnilo, da morebitna napaka EUIPO v zvezi s tem ne more povzročiti razveljavitve izpodbijane odločbe, saj ta napaka ni odločilno vplivala na izrek te odločbe.