



Mediji in informacije

Sodišče Evropske unije
SPOROČILO ZA MEDIJE ŠT. 98/14

V Luxembourggu, 10. julija 2014

Sodba v zadevi C-421/13
Apple Inc. / Deutsches Patent- und Markenamt

Predstavitev ureditve prodajnega mesta, kot je vodilna trgovina „Apple“, je pod določenimi pogoji mogoče registrirati kot znamko

Ta predstavitev mora omogočati razlikovanje proizvodov ali storitev nekega podjetja od proizvodov ali storitev drugih podjetij

Družba Apple je leta 2010 pri United States Patent and Trademark Office (Urad Združenih držav za patente in znamke) registrirala tridimenzionalno znamko, sestavljeno iz predstavitve, z večbarvno (zlasti v kovinsko sivi in svetlo rjavi) sliko, svojih vodilnih trgovin (*flagship stores*). Ta znamka je bila registrirana za „storitve trgovine na drobno v zvezi z računalniki, računalniškimi programi, računalniškimi perifernimi enotami, mobilnimi telefoni, potrošniško elektroniko in dodatki ter demonstracijo s tem povezanih proizvodov“.

Ta predstavitev je bila v takšni obliki:



Nato je družba Apple to znamko mednarodno razširila. Deutsches Patent- und Markenamt (nemški urad za patente in znamke) je leta 2013 zavrnil razširitev na nemško ozemlje iz razloga, da predstavitev prodajnega mesta proizvodov nekega podjetja ne bi bila nič drugega kot predstavitev bistvenega aspekta trženja tega podjetja in da potrošnik te ureditve ne bi mogel razumeti kot označbo izvora proizvodov.

Družba Apple je zoper to odločbo vložila tožbo pri Bundespatentgericht (zvezno patentno sodišče, Nemčija). To sodišče med drugim sprašuje Sodišče, ali je mogoče predstavitev ureditve prodajnega mesta zgolj s sliko, brez navedbe velikosti ali dimenzij, registrirati kot storitveno znamko za storitve z namenom spodbujanja potrošnikov za nakup proizvodov vlagatelja prijave za registracijo, in če je odgovor pritrdilen, ali je mogoče to „predstavitev, v kateri se izraža storitev“, obravnavati enako kot „embalažo“.

Sodišče v sodbi z današnjega dne najprej opozarja, da mora predmet prijave za registracijo, zato da lahko sestavlja znamko, na podlagi Direktive o znamkah¹ izpolnjevati tri pogoje, in sicer (1) mora biti znak, (2) ta znak mora biti mogoče grafično predstaviti, in (3) s tem znakom mora biti mogoče „blago“ ali „storitve“ nekega podjetja razlikovati od blaga in storitev drugih podjetij.

Sodišče glede tega meni, da **predstavitev, kakršna je ta v obravnavani zadevi, s katero je upodobljena ureditev prodajnega mesta s povezano celoto črt, vijug in oblik, lahko sestavlja znamko**, če se z njeno pomočjo blago ali storitve nekega podjetja lahko razlikujejo od blaga ali

¹ Direktiva 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).

storitev drugih podjetij. Poleg tega po mnenju Sodišča ni mogoče izključiti, da je na podlagi ureditve prodajnega mesta, ki ga upodablja tak znak, mogoče ugotoviti, da zadevni proizvodi ali storitve izvirajo iz določenega podjetja. To je lahko tako, če se upodobljena ureditev občutno razlikuje od standarda ali navad v zadevnem gospodarskem sektorju.

Vendar Sodišče poudarja, da splošna sposobnost znaka, da lahko sestavlja znamko, ne pomeni, da ima ta znak nujno **razlikovalni učinek** v smislu Direktive. Ta učinek **je treba presojati in concreto glede na, prvič, navedene proizvode ali storitve, in drugič, to, kako znak zaznava upoštevna javnost** (ki je povprečni potrošnik, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren). **Pristojni organ mora prav tako in concreto presoditi opisnost znaka** glede značilnosti zadevnih proizvodov ali storitev in to, ali spada na področje uporabe katerega od drugih razlogov za zavrnitev registracije, ki so navedeni v Direktivi.

Sodišče ugotavlja, da za sliko, na kateri je predstavljena ureditev prodajnega mesta, merila za presojo, ki jim mora slediti pristojni organ, niso različna od meril, ki jih je treba uporabiti za druge vrste znakov.

Sodišče nazadnje v zvezi z vprašanjem, ali storitve z namenom spodbujanja potrošnikov za nakup proizvodov vlagatelja prijave za registracijo lahko pomenijo „storitve“, za katere je mogoče znak, kakršen je ta v obravnavani zadevi, registrirati kot znamko, meni, da **če nobeden od razlogov za zavrnitev registracije iz Direktive tej ne nasprotuje, je znak, ki predstavlja ureditev vodilnih trgovin proizvajalca blaga, mogoče veljavno registrirati** ne samo za te proizvode, ampak tudi za storitve, če te storitve niso sestavni del prodaje navedenih proizvodov. Storitve, kot so te, ki so omenjene v prijavi družbe Apple, da se na primer v teh trgovinah demonstrirajo proizvodi s pomočjo delavnic, lahko same po sebi pomenijo odplačne storitve, ki so zajete s pojmom „storitev“.

Sodišče na tej podlagi ugotavlja, da je predstavitev ureditve prodajnega mesta zgolj s sliko, brez navedbe velikosti ali dimenzij, mogoče registrirati kot storitveno znamko za storitve, ki so povezane s temi proizvodi, vendar niso sestavni del njihove prodaje, če ta predstavitev omogoča razlikovanje storitev vlagatelja prijave za registracijo od storitev drugih podjetij in če nobeden od razlogov za zavrnitev ne nasprotuje registraciji.

OBVESTILO: S predlogom za sprejetje predhodne odločbe lahko sodišča držav članic v zvezi s sporom, o katerem odločajo, Sodišču predložijo vprašanja o razlagi prava Unije ali veljavnosti aktov Unije. Sodišče ne odloči o nacionalnem sporu. Zadevo reši nacionalno sodišče v skladu z odločbo Sodišča. Ta odločba je enako zavezujoča za druga nacionalna sodišča, ki obravnavajo podoben problem.

Neuradni dokument za medije, ki ne zavezuje Sodišča.

[Celotno besedilo](#) sodbe je objavljeno na spletni strani CURIA na dan razglasitve.

Kontaktna oseba: Ireneusz Kolowca ☎ (+352) 4303 2793