



Kontakty z Mediami
i Informacja

Sąd Unii Europejskiej
KOMUNIKAT PRASOWY nr 120/21
Luksemburg, 7 lipca 2021 r.

Wyrok w sprawie T-668/19
Ardagh Metal Beverage Holdings / EUIPO

Sąd po raz pierwszy rozstrzygnął w przedmiocie rejestracji dźwiękowego znaku towarowego przedstawionego w formie pliku dźwiękowego

Plik dźwiękowy zawierający dźwięk powstający przy otwieraniu puszki napoju wraz z następującymi po nim ciszą i musowaniem nie może zostać zarejestrowany jako znak towarowy w odniesieniu do różnych napojów i do pojemników z metalu do transportu i składowania, ponieważ nie wykazuje charakteru odróżniającego

Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH Co. KG dokonała w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) zgłoszenia oznaczenia dźwiękowego jako unijnego znaku towarowego. Oznaczenie to, przedstawione za pomocą pliku dźwiękowego, przypomina dźwięk powstający przy otwieraniu puszki napoju wraz z następującymi po nim około jednosekundową ciszą i około dziewięćsekundowym musowaniem. Zgłoszenia dokonano dla różnych napojów oraz dla pojemników z metalu do transportu i składowania.

EUIPO odrzuciło zgłoszenie do rejestracji na tej podstawie, że zgłoszony znak towarowy jest pozbawiony charakteru odróżniającego.

W ogłoszonym dzisiaj wyroku Sąd UE oddalił skargę wniesioną przez Ardagh Metal Beverage Holdings i po raz pierwszy rozstrzygnął w przedmiocie rejestracji dźwiękowego znaku towarowego przedstawionego w formie pliku dźwiękowego. Przedstawił on uściślenia dotyczące kryteriów oceny charakteru odróżniającego dźwiękowych znaków towarowych oraz sposobu postrzegania tych znaków towarowych w ogólności przez konsumentów.

Ocena Sądu

Na wstępie Sąd przypomniał, że **kryteria oceny charakteru odróżniającego¹ dźwiękowych znaków towarowych nie różnią się od kryteriów stosowanych do innych kategorii znaków towarowych i że oznaczenie dźwiękowe musi posiadać określoną siłę wywoływania skojarzeń umożliwiającą danemu konsumentowi jego postrzeżenie jako znaku towarowego, a nie jako elementu o charakterze funkcjonalnym lub jako wskazówki pozbawionej własnej samoistnej właściwości²**. Konsument danych towarów lub usług powinien zatem być w stanie, poprzez samo postrzeganie znaku towarowego, bez łączenia go z innymi elementami, takimi jak w szczególności elementy słowne lub graficzne, a nawet inny znak towarowy, ustalić związek z ich pochodzeniem handlowym.

Następnie w zakresie, w jakim EUIPO zastosowało przez analogię orzecznictwo³, zgodnie z którym tylko znak, który w sposób znaczący odbiega od normy lub zwyczajów panujących w danym sektorze, nie jest pozbawiony charakteru odróżniającego, Sąd podkreślił, że orzecznictwo to zostało wypracowane w odniesieniu do trójwymiarowych znaków towarowych składających się z kształtu samego towaru lub jego opakowania, podczas gdy w danym sektorze

¹ W rozumieniu art. 7 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 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 Wyrok z dnia 13 września 2016 r. w sprawie *Globo Comunicação e Participações/EUIPO* (Dźwiękowy znak towarowy) (T-408/15, EU:T:2016:468, pkt 41, 45), zob. również komunikat prasowy nr [93/16](#).

³ Zob. w szczególności wyrok z dnia 7 października 2004 r. w sprawie *Mag Instrument/OHIM* (C-136/02 P, EU:C:2004:592, pkt 31).

istnieje norma lub panują zwyczaje dotyczące tego kształtu. W takim zaś przypadku zainteresowany konsument, który jest przyzwyczajony do oglądania jednego lub kilku kształtów odpowiadających normie lub zwyczajom panującym w danym sektorze, nie będzie postrzegać trójwymiarowego znaku towarowego jako wskazówki pochodzenia handlowego towarów, jeśli jego kształt jest identyczny ze zwykle występującym kształtem lub do niego podobny. Sąd dodał, że orzecznictwo to nie ustanawia nowych kryteriów oceny charakteru odróżniającego znaku towarowego, lecz ogranicza się do uściślenia, że w ramach stosowania tych kryteriów sposób postrzegania znaku towarowego przez przeciętnego konsumenta niekoniecznie będzie taki sam w przypadku trójwymiarowego znaku towarowego jak w przypadku znaku słownego, graficznego lub dźwiękowego, którym jest oznaczenie niemające związku z wyglądem zewnętrznym lub kształtem towarów. W konsekwencji Sąd orzekł, że wspomniane orzecznictwo dotyczące trójwymiarowych znaków towarowych nie może co do zasady być stosowane do dźwiękowych znaków towarowych. Jednakże, chociaż EUIPO niesłusznie zastosowało to orzecznictwo, Sąd stwierdził, że ten błąd nie może podważyć rozumowania przedstawionego w zaskarżonej decyzji, która opiera się również na innej podstawie.

W odniesieniu do tej innej podstawy, odnoszącej się do sposobu postrzegania zgłoszonego znaku towarowego przez właściwy krąg odbiorców jako elementu funkcjonalnego rozpatrywanych towarów, Sąd zauważył, po pierwsze, że **dźwięk powstający przy otwieraniu puszk** będzie **faktycznie uważany, przy uwzględnieniu rodzaju towarów, za element czysto techniczny i funkcjonalny. Otwarcie puszk** lub **butelki jest bowiem nieodłącznym elementem rozwiązania technicznego związanego z wykorzystywaniem konsumpcyjnym napojów, zatem taki dźwięk nie będzie postrzegany jako wskazówka pochodzenia handlowego tych towarów.** Po drugie, właściwy krąg odbiorców kojarzy natychmiast dźwięk musowania pęcherzyków z napojami. Ponadto Sąd zauważył, że **elementy dźwiękowe i około jednosekundowa cisza, rozpatrywane łącznie, nie posiadają żadnej samoistnej właściwości pozwalającej na ich postrzeganie przez ten krąg jako wskazówki pochodzenia handlowego towarów.** Elementy te nie mają dostatecznej siły wywoływania skojarzeń, by odróżniać się od porównywalnych dźwięków w branży napojów. W rezultacie Sąd potwierdził wnioski EUIPO co do braku charakteru odróżniającego zgłoszonego znaku towarowego.

Wreszcie, Sąd odrzucił stwierdzenie EUIPO, zgodnie z którym na rynkach napojów i ich opakowań sygnalizowanie pochodzenia handlowego towaru jedynie za pomocą dźwięków jest niezwykłe na tej podstawie, że towary te są bezgłośnie do chwili ich konsumpcji. Sąd zauważył bowiem, że większość towarów jest sama w sobie bezgłośnie i powoduje powstanie dźwięku dopiero w chwili ich konsumpcji. Zatem sama okoliczność, że dźwięk może rozbrzmiewać jedynie podczas konsumpcji, nie oznacza, by używanie dźwięków do sygnalizowania pochodzenia handlowego towaru na określonym rynku było jeszcze niezwykłe. Sąd wyjaśnił jednak, że ewentualny błąd EUIPO w tym względzie nie pociąga za sobą stwierdzenia nieważności zaskarżonej decyzji, ponieważ nie miałby on decydującego wpływu na sentencję tej decyzji.

UWAGA: Unijny znak towarowy jest skuteczny na całym obszarze Unii Europejskiej i współistnieje ze znakami krajowymi. Zgłoszenia znaku towarowego kierowane są do EUIPO. Odwołanie od jego decyzji może zostać wniesione do Sądu.

UWAGA: Odwołanie od orzeczenia Sądu, ograniczone do kwestii prawnych, może zostać wniesione do Trybunału w terminie dwóch miesięcy i dziesięciu dni od dnia zawiadomienia o tym orzeczeniu. Odwołanie podlega badaniu w trybie wstępnej procedury dotyczącej jego dopuszczalności. W tym celu powinno ono zawierać wniosek o dopuszczenie do rozpoznania wskazujący istotną kwestię lub istotne kwestie związane z jednolitym stosowaniem, spójnością lub rozwojem prawa Unii, których dotyczy odwołanie.

UWAGA: Celem skargi o stwierdzenie nieważności jest doprowadzenie do uznania za nieważne aktów instytucji Unii, które są sprzeczne z prawem Unii. Państwa członkowskie, instytucje wspólnotowe oraz jednostki mogą, pod pewnymi warunkami, wnieść skargę o stwierdzenie nieważności do Trybunału Sprawiedliwości lub Sądu. Jeżeli skarga jest zasadna, stwierdza się nieważność aktu. Instytucja, której to dotyczy, powinna zarządzić ewentualnej próżni prawnej spowodowanej nieważnością tego aktu.

[Pełny tekst](#) wyroku jest publikowany na stronie internetowej CURIA w dniu ogłoszenia.

Osoba odpowiedzialna za kontakty z mediami: Ireneusz Kolowca ☎ (+352) 4303 2793

Nagranie wideo z ogłoszenia wyroku jest dostępne przez „[Europe by Satellite](#)” ☎ (+32) 2 2964106.