

ROZSUDOK SÚDU PRVÉHO STUPŇA (tretia komora)
z 15. septembra 2005 *

Vo veci T-320/03,

Citicorp, so sídlom v New Yorku (Spojené štáty), v zastúpení: V. von Bomhard,
A. Renck a A. Pohlmann, advokáti,

žalobca,

proti

Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu (ochranné známky a vzory) (ÚHVT),
v zastúpení: S. Laitinen, P. Bullock a A. von Mühlendahl, splnomocnení zástupcovia,

žalovanému,

ktorej predmetom je návrh na zrušenie rozhodnutia tretieho odvolacieho senátu ÚHVT z 25. júna 2003 (vec R 85/2002-3), týkajúceho sa prihlášky slovnej ochrannej známky LIVE RICHLY ako ochrannej známky Spoločenstva,

* Jazyk konania: angličtina.

SÚD PRVÉHO STUPŇA EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTIEV
(tretia komora),

v zložení: predseda komory M. Jaeger, sudcovia J. Azizi a E. Cremona,

tajomník: C. Kristensen, referentka,

so zreteľom na písomnú časť konania a po pojednávaní z 9. decembra 2004,

vyhlásil tento

Rozsudok

Okolnosti predchádzajúce sporu

- 1 Žalobca podal 2. marca 2001 na Úrad pre harmonizáciu vnútorného trhu (ochranné známky a vzory) (ÚHVT) prihlášku ochrannej známky Spoločenstva podľa nariadenia Rady (ES) č. 40/94 z 20. decembra 1993 o ochrannej známke spoločenstva (Ú. v. ES L 11, 1994, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 146).
- 2 Prihlasovanou ochrannou známkou bolo slovné označenie LIVE RICHLY.

- 3 Služby, pre ktoré bola prihláška ochrannej známky podaná, patria do triedy 36 v zmysle Niceskej dohody o medzinárodnom triedení výrobkov a služieb pre zápis známk z 15. júna 1957 v revidovanom a doplnenom znení a zodpovedajú tomuto opisu:

„Finančné služby; peňažné služby; záležitosti súvisiace s nehnuteľnosťami; osobitne bankové služby; kreditné karty; komerčné a spotrebiteľské financovanie a pôžičky; sprostredkovanie hypoték a nehnuteľného majetku; správa, plánovanie a poradenstvo vo veciach zvereného a nehnuteľného majetku; investovanie, investičné poradenstvo a podpora; služby sprostredkovania a obchodovania s cennými papiermi na zabezpečenie finančných transakcií; poisťovacie služby; osobitne uzatváranie a predaj poistenia nehnuteľností, úrazového poistenia, životného poistenia a zmlúv o dôchodku“.

- 4 Prieskumová pracovníčka namietla listom z 3. júla 2001 absenciu rozlišovacej spôsobilosti pre zápis ochrannej známky LIVE RICHLIY. Žalobca napadol vo svojom liste z 8. augusta 2001 postoj prieskumovej pracovníčky a požiadal ju, aby vyhovel jeho prihláške. Prieskumová pracovníčka potvrdila rozhodnutím zo 4. decembra 2001 (ďalej len „rozhodnutie prieskumovej pracovníčky“) svoje zamietnutie prihlášky ochrannej známky LIVE RICHLIY.
- 5 Žalobca podal 22. januára 2002 na ÚHVT proti rozhodnutiu prieskumovej pracovníčky odvolanie podľa článkov 57 až 62 nariadenia č. 40/94.
- 6 Tretí odvolací senát zamietol toto odvolanie rozhodnutím z 25. júna 2003 (ďalej len „napadnuté rozhodnutie“), a tak potvrdil rozhodnutie prieskumovej pracovníčky o zamietnutí. Odvolací senát v podstate usúdil, že ochranná známka LIVE RICHLIY

nezodpovedá požiadavkám článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94, keďže dotknutá verejnosť by ju vnímala iba ako pochvalnú formulu, a nie ako označenie obchodného pôvodu predmetných služieb.

Konanie a návrhy účastníkov konania

- 7 Žalobca podal 15. septembra 2003 do kancelárie Súdu prvého stupňa žalobu proti napadnutému rozhodnutiu na základe článku 63 nariadenia č. 40/94. V dôsledku podania vyjadrenia žalovaného, v ktorom žalovaný uviedol, že ochrannú známku LIVE RICHLY prieskumová pracovníčka akceptovala pre poisťovacie a realitné služby, žalobca požiadal podľa článku 135 ods. 2 Rokovacieho poriadku Súdu prvého stupňa o právo podať repliku. Rozhodnutím predsedu tretej komory z 19. februára 2004 sa žalobcovi povolilo predložiť repliku.
- 8 Na základe správy sudcu spravodajcu sa Súd prvého stupňa (tretia komora) rozhodol položiť účastníkom konania písomné otázky a otvoriť ústnu časť konania. Účastníci konania odpovedali na tieto otázky v stanovených lehotách.
- 9 Prednesy účastníkov konania a ich odpovede na otázky položené Súdom prvého stupňa boli vypočuté počas pojednávania 9. decembra 2004. Pri tejto príležitosti žalovaný potvrdil, že ochranná známka LIVE RICHLY môže byť zapísaná pre poisťovacie a realitné služby. V dôsledku tohto potvrdenia žalobca uznal, že predmet sporu na Súde prvého stupňa už tieto služby nezahŕňa, a obmedzuje sa, pokiaľ ide o podstatu veci, na finančné a peňažné služby. Žalobca napokon vyhlásil, že v dôsledku rozsudku Súdneho dvora z 21. októbra 2004, ÚHVT/Erpo Möbelwerk (C-64/02 P, Zb. II-10031) už netvrdí, že na to, aby ochranná známka Spoločenstva

nemala rozlišovaciu spôsobilosť, treba preukázať, že je všeobecne používaná. Tieto vyhlásenia účastníkov konania boli zaznamenané v zápisnici z pojednávania.

10 Žalobca navrhuje, aby Súd prvého stupňa:

- zrušil napadnuté rozhodnutie,
- zaviazal žalovaného na náhradu trov konania.

11 Žalovaný navrhuje, aby Súd prvého stupňa:

- zamietol žalobu,
- zaviazal žalobcu na náhradu trov konania.

Právny stav

O prípustnosti určitých dôkazov predložených žalobcom

Tvrdenia účastníkov konania

12 Žalobca na podporu svojej argumentácie o rozlišovacej spôsobilosti označenia LIVE RICHLY predkladá kópie výňatkov z databáz týkajúcich sa ochranných známkov a z internetových stránok, určených na preukázanie, že je jediným subjektom, ktorý používa prihlasované označenie pre dotknuté služby.

- 13 Žalovaný sa domnieva, že tieto dokumenty sú neprípustné vzhľadom na to, že boli predložené po prvýkrát na Súde prvého stupňa [pozri v tomto zmysle rozsudok Súdu prvého stupňa zo 6. marca 2003, DaimlerChrysler/ÚHVT (Kalander), T-128/01, Zb. s. II-701, bod 18].

Posúdenie Súdom prvého stupňa

- 14 Je na mieste pripomenúť, že cieľom žaloby podanej na Súd prvého stupňa je preskúmanie zákonnosti rozhodnutí odvolacích senátov ÚHVT v zmysle článku 63 nariadenia č. 40/94 a zákonnosť napadnutého aktu sa v spore o zrušenie musí posudzovať v závislosti od skutkového a právneho stavu v deň vydania aktu (rozsudky Súdneho dvora zo 7. februára 1979, Francúzsko/Komisia, 15/76 a 16/76, Zb. s. 321, bod 7, a Súdu prvého stupňa z 12. decembra 1996, Altmann a i./Komisia, T-177/94 a T-377/94, Zb. s. II-2041, bod 119). Úloha Súdu prvého stupňa preto nie je v opätovnom skúmaní skutkových okolností vo svetle dôkazov, ktoré mu boli po prvýkrát predložené. Dôkazy predložené po prvýkrát Súdu prvého stupňa sú teda neprípustné (pozri v tomto zmysle rozsudok Kalander, už citovaný v bode 13 vyššie, bod 18).
- 15 V prejednávanej veci sa bez toho, aby to žalobca napádal, zdá, že nové dokumenty, ktorých sa dovoľáva na podporu výlučného použitia ochrannej známky LIVE RICHLI, boli po prvýkrát predložené Súdu prvého stupňa. Tieto dokumenty sa teda musia vyhlásiť za neprípustné.
- 16 Tento záver nijako nespochybnili tvrdenia žalobcu prednesené na pojednávaní, podľa ktorých, po prvé, dovoľávané dokumenty mali len podporiť už skôr uvedené okolnosti, po druhé, tieto okolnosti mal ÚHVT skúmať z vlastného podnetu, po tretie, tieto okolnosti nemenili predmet sporu na odvolacom senáte. Ako je totiž uvedené v bode 14 vyššie, Súdu prvého stupňa prináleží preskúmať zákonnosť rozhodnutí odvolacieho senátu. Z toho vyplýva, že toto preskúmanie sa má uskutočniť s ohľadom na skutkový a právny rámec sporu, ako bol predložený

odvolaciemu senátu, a žiadny účastník konania nemôže meniť skutkové a právne okolnosti, na základe ktorých sa skúma zákonnosť rozhodnutia odvolacieho senátu [rozsudok Súdu prvého stupňa z 5. marca 2003, Unilever/ÚHVT (Oválna tableta), T-194/01, Zb. s. II-383, bod 16]. Ako je pritom uvedené v bode 15 vyššie, dovolávané skutkové okolnosti sú nové skutkové okolnosti, ktoré neboli predložené odvolaciemu senátu. Tieto okolnosti preto netvoria súčasť skutkového a právneho rámca sporu, ako bol predložený odvolaciemu senátu, v momente vydania jeho rozhodnutia. Toto zistenie nie je dotknuté skutočnosťou, že tieto skutkové okolnosti mali len podporiť už skôr uvedené okolnosti alebo že nemenia predmet sporu v prejednávanej veci. S ohľadom na preskúmanie zákonnosti Súdom prvého stupňa teda Súdu prvého stupňa neprislúcha zaujať k týmto okolnostiam postoj. Okrem toho, vo vzťahu k tvrdeniu, že na tieto okolnosti mal ÚHVT obrátiť pozornosť z vlastného podnetu, treba pripomenúť, že podľa článku 74 ods. 2 nariadenia č. 40/94 prináleží účastníkom konania včas predložiť dôkazné prostriedky, ktorých sa chcú dovolávať. Z toho vyplýva, že ÚHVT nemožno vytýkať žiadnu nezákonnosť vo vzťahu k dôkazným prostriedkom, ktoré mu žalobca včas nepredložil.

O žalobnom dôvode založenom na porušení práva byť vypočutý

Tvrdenia účastníkov konania

- 17 Žalobca uvádza dvojité porušenie svojho práva byť vypočutý, ktoré je upravené článkom 73 druhou vetou nariadenia č. 40/94.
- 18 Po prvé, žalobca sa domnieva, že zatiaľ čo prieskumová pracovníčka sa v odôvodnení svojho rozhodnutia o zamietnutí opierała o čisto ekonomický zmysel výrazu „richly“ (bohato), odvolací senát založil svoje rozhodnutie na odlišnej a prepracovanejšej definícii predloženej samotným žalobcom, podľa ktorej tento výraz znamená „v hojnosti alebo dôkladne; plne a náležite“ (in a rich or elaborate manner; fully and

appropriately). Tejto prepracovanejšej definície výrazu „richly“ sa však žalobca dovoľával v prospech zápisu predmetnej ochrannnej známky. Žalobca sa domnieva, že odvolací senát sa tým, že zamietol zápis predmetnej ochrannnej známky na základe tvrdenia žalobcu v prospech tohto zápisu, opieral o úplne novú okolnosť. Absencia príležitosti, ktorú by odvolací senát žalobcovi ponúkol na vyjadrenie sa k tejto novej okolnosti, viedla podľa žalobcu k porušeniu práva byť vypočutý, ako ho priznáva článok 73 druhá veta nariadenia č. 40/94. V tomto ohľade sa odvoláva na rozsudok Súdneho dvora z 26. júna 1980, National Panasonic/Komisia (136/79, Zb. s. 2033, bod 21), a na rozhodnutia odvolacích senátov z 10. apríla 2002, bébé/BEBÉ (R 1112/2000-3), a z 27. februára 2003, MYKO VITAL/Miko (R 476/2002-3).

- 19 Po druhé, žalobca sa domnieva, že odvolací senát takisto porušil jeho právo byť vypočutý, keď usúdil, že stupeň pozornosti spotrebiteľov voči službám pokrytým označením LIVE RICHLY je nízky, bez toho, aby sa informoval o postoji žalobcu v tomto ohľade.
- 20 Žalovaný sa domnieva, že odvolací senát nezaviedol nový význam výrazu „richly“ (bohato) pri potvrdení zamietnutia prieskumovou pracovníčkou. Preto sa domnieva, že odvolací senát neporušil v tomto ohľade právo žalobcu byť vypočutý. Žalovaný nevyjadril osobitné pripomienky, pokiaľ ide o druhé tvrdenie o porušení práva byť vypočutý.

Posúdenie Súdom prvého stupňa

— Predbežné pripomienky

- 21 Podľa článku 73 druhej vety nariadenia č. 40/94 sa rozhodnutia ÚHVT môžu zakladať iba na dôvodoch, ku ktorým mali účastníci konania možnosť zaujať postoj. Toto ustanovenie upravuje všeobecnú zásadu ochrany práva na obhajobu v rámci práva ochranných známk Spoločenstva.

- 22 Podľa tejto všeobecnej zásady práva Spoločenstva sa musí adresátom rozhodnutí orgánov verejnej moci, ktoré citeľným spôsobom ovplyvňujú ich záujmy, účinne umožniť uviesť svoje stanovisko [rozsudky Súdneho dvora z 23. októbra 1974, *Transocean Marine Paint/Komisia*, 17/74, Zb. s. 1063, bod 15, a Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, *Eurocool Logistik/ÚHVT (EUROCOOL)*, T-34/00, Zb. s. II-683, bod 21].
- 23 V prejednávanej veci ide o analýzu, či to, že odvolací senát si na základe určitého významu výrazu „live richly“ osvojil úsudok odlišný od úsudku žalobcu, a úvaha odvolacieho senátu, že dotknutá verejnosť nebola veľmi pozorná, predstavujú dôvody, ku ktorým žalobca nemal možnosť zaujať postoj.
- 24 V tomto ohľade treba predovšetkým preskúmať rozdiely medzi rozhodnutím prieskumovej pracovníčky a napadnutým rozhodnutím, pokiaľ ide o okolnosti, ktorých sa žalobca dovoľáva, v rozsahu, v akom môže absencia rozdielov medzi týmito rozhodnutiami vylúčiť akékoľvek porušenie práva žalobcu na obhajobu. Ak totiž rozhodnutie odvolacieho senátu vo vzťahu k týmto okolnostiam iba preberalo rozhodnutie prieskumovej pracovníčky, muselo by sa usúdiť, že žalobca mohol k uvedeným okolnostiam zaujať postoj vo svojom odvolaní proti rozhodnutiu prieskumovej pracovníčky.

— Významy výrazu „live richly“

- 25 Pokiaľ ide o význam výrazu „live richly“, je vhodné na úvod poznamenať, že žalobca vo svojom odvolaní na odvolací senát uviedol, že výraz „rich“ je v *Collins dictionary* definovaný na prvom mieste ako „majúci veľký blahobyť, majetok atď., zámožný“

(well supplied with wealth, property, etc., owning much) a výraz „richly“ je v rovnakom slovníku definovaný ako „v hojnosti alebo dôkladne“; „plne a náležite“ (in a rich or elaborate manner; fully and appropriately).

- 26 Vo vzťahu k uvádzanému porušeniu práva na obhajobu spočívajúcemu v absencii postoja žalobcu k úsudku odvolacieho senátu, ktorý sa zakladal na inom význame výrazu „live richly“ ako tom, akého sa pridržala prieskumová pracovníčka, treba poznamenať, že prieskumová pracovníčka vo svojom rozhodnutí popiera rozlišovaciu spôsobilosť ochrannej známky žalobcu takto:

„Každý investor, či profesionál, či amatér, sa usiluje o zveľadenie svojho majetku a každá banka, ktorá dosahuje určité úspechy, svojich klientov obohacuje alebo im prinajmenšom umožňuje viesť bohatý život; všetci konkurenti žalobcu chcú privábiť klientov s podobnými sloganmi, ktoré iba zvyrazňujú to, čo môžu finančne dosiahnuť.

... Investície vytvorili viac bohatstva ako akýkoľvek iný spôsob, teda usilovná práca alebo dedičstvo. Čo si želajú tí, ktorí za takéto služby platia? Zbohatnúť alebo prinajmenšom viesť bohatý život.

Obidve slová ‚žiť‘ [live] i ‚bohato‘ [richly] sú bežné; výraz ‚bohatý‘ má pozitívny ekonomický význam...“

- 27 V dôsledku tohto rozhodnutia prieskumovej pracovníčky žalobca vo svojom odvolaní na odvolací senát zdôraznil, že výraz „live richly“ nemožno chápať vo výlučne ekonomickom zmysle, ale takisto aj v širšom a menej určitom zmysle, ktorý označuje naplnený život alebo život plný skúseností.

- 28 Odvolací senát v napadnutom rozhodnutí potvrdil zamietnutie zápisu prieskumovou pracovníčkou najmä z nasledujúcich dôvodov:

„10. ... Podľa anglického slovníka Collins slovo RICHLY (‚bohato‘) znamená ‚v hojnosti alebo dôkladne; plne a náležite‘ (‚in a rich or elaborate manner; fully and appropriately‘).

11. S ohľadom na túto definíciu vyjadruje kombinované použitie slov LIVE a RICHLY v súvislosti so službami uvedenými v prihláške jasnú informáciu s pochvalným významom. Informuje dotknutých spotrebiteľov, že predmetné služby im dávajú možnosť viesť bohatý život.

...

14. Pokiaľ ide o tvrdenie žalobcu, podľa ktorého má slovo RICHLY rozličné významy, treba poznamenať, že rozlišovaciu spôsobilosť označenia možno posudzovať iba v závislosti od výrobkov alebo služieb uvedených v prihláške. Prieskumová pracovníčka preto teda zohľadnila význam slova RICHLY, ktorý sa spája so službami uvedenými v prihláške.“

- 29 Z rozhodnutia prieskumovej pracovníčky tak predovšetkým vyplýva, že výraz „richly“ vzala do úvahy v zmysle „mať peniaze, bohatstvo“, teda v ekonomickom zmysle.

- 30 Z napadnutého rozhodnutia ďalej vyplýva, že odvolací senát vnímal definíciu slova „richly“ najmä vo význame „in a rich manner“. Ako pritom žalovaný uviedol, výraz „rich“ je v prvom rade definovaný ako „majúci veľký blahobyť, majetok atď., zámožný“ (well supplied with wealth, property, etc., owning much). Tento postoj nebol spochybnený žalobcom, ktorý sa počas konania na odvolacom senáte dovoľával rovnakej definície a vo svojej žalobe uznal, že výraz „rich“ v prvom rade znamená „prosperujúci alebo bohatý“ (prosperous or wealthy). Definícia, ktorej sa dovoľával odvolací senát, preto zahŕňa ekonomický zmysel výrazu „richly“, ktorého sa takisto pridŕžala prieskumová pracovníčka.
- 31 Z bodu 14 napadnutého rozhodnutia je okrem toho zrejmé, že odvolací senát schválil, že prieskumová pracovníčka zohľadnila význam výrazu „richly“ s ohľadom na osobitné služby, pre ktoré sa navrhoval zápis ochrannej známky. Z toho vyplýva, že odvolací senát neprehliadol ekonomický zmysel výrazu „richly“.
- 32 Významy slova „richly“, ktorých sa pridŕžal odvolací senát, sa tak v skutočnosti neodlišujú od významov, ktoré zohľadnila prieskumová pracovníčka.
- 33 Skutočnosť, že odvolací senát uviedol, že bral do úvahy definíciu pojmu „richly“, ktorá zahŕňa viaceré významy slova „richly“, tento záver nespochybňuje. Definícia zahŕňajúca viaceré významy sa totiž musí považovať za vzatú do úvahy, pokiaľ sa zohľadnil iba jeden z jej významov. Potvrdenie odvolacieho senátu v prejednávanej veci, že prieskumová pracovníčka správne zohľadnila význam výrazu „richly“ spresňuje, ktorý význam v definícii tohto výrazu bol zohľadnený.

- 34 Pokiaľ napokon ide o použitie slovného spojenia „viesť alebo žiť bohatý život“ (to lead a rich life or to live a rich life), je namieste poznamenať, že toto slovné spojenie je použité tak v rozhodnutí prieskumovej pracovníčky, ako aj v rozhodnutí odvolacieho senátu. Keďže sa toto slovné spojenie zakladá na slove „rich“, ktoré, ako bolo uvedené vyššie, má ekonomický význam, jeho použitie v napadnutom rozhodnutí nespochybňuje predchádzajúce úvahy.
- 35 Pokiaľ ide o dovolávanie sa skorších rozhodnutí ÚHVT zo strany žalobcu, postačuje pripomenúť, že zákonnosť rozhodnutí odvolacích senátov sa musí posudzovať iba na základe nariadenia č. 40/94, ako ho vykladá súd Spoločenstva, a nie na základe skoršej rozhodovacej praxe ÚHVT [pozri rozsudok Súdu prvého stupňa z 3. júla 2003, Alejandro/ÚHVT — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Zb. s. II-2251, bod 61 a tam citovanú judikatúru].
- 36 Nad rámec a pre každý prípad treba pripomenúť, že Súd prvého stupňa už rozhodol, že odvolacie senáty musia byť oprávnené založiť svoje rozhodnutia na tvrdeniach, ktoré neboli prieskumovej pracovníčke predložené, pokiaľ bola dotknutá osoba schopná uviesť pripomienky k skutočnostiam, ktoré majú dosah na uplatňovanie predmetnej právnej úpravy. Podľa zásady funkčnej kontinuity medzi prieskumovou pracovníčkou a odvolacími senátmi môžu tieto senáty opätovne preskúmať prihlášku bez toho, aby boli obmedzené úsudkom prieskumovej pracovníčky [rozsudky Súdu prvého stupňa zo 16. februára 2000, Procter & Gamble/ÚHVT (Tvar mydla), T-122/99, Zb. s. II-265, bod 27, a z 5. júna 2002, Hershey Foods/ÚHVT (Kiss Device with plume), T-198/00, Zb. s. II-2567, bod 25].
- 37 V prejednávanej veci je aj za predpokladu, že odvolací senát sa odklonil od postoja prieskumovej pracovníčky, zrejme, po prvé, že odvolací senát sa neopieral o nové skutkové okolnosti, ku ktorým sa žalobca nemohol vyjadriť. Žalobca totiž vzhľadom na to, že širšieho výkladu slova „richly“ sa dovoľával on sám, nemôže tvrdiť, že nemal

možnosť zaujať k tejto skutočnosti postoj. Po druhé je zrejmé, že odvolací senát sa obmedzil iba na osvojenie si úsudku, ktorý sa odlišoval od úsudku obhajovaného žalobcom. To prítom vzhľadom na judikatúru citovaných v bode 36 vyššie nemôže samo osebe predstavovať porušenie práv žalobcu na obhajobu.

— Pozornosť dotknutej verejnosti

38 Čo sa týka porušenia práv žalobcu na obhajobu spočívajúceho v nezaujatí postoja k stupňu pozornosti dotknutej verejnosti, ktorý uvádzal odvolací senát, je potrebné takisto začať analýzou rozdielov medzi rozhodnutím odvolacieho senátu a rozhodnutím prieskumovej pracovníčky v tomto ohľade.

39 Druhá veta rozhodnutia prieskumovej pracovníčky znie takto:

„Ako odpoveď na Vaše tvrdenie, podľa ktorého je odkaz vyjadrený ochrannou známkou vágny a neurčitý, treba predovšetkým poznamenať, že odkaz... je určený verejnosti v širokom zmysle, ktorá je primerane dobre informovaná a primerane pozorná a obozretná...“

40 Odvolací senát v bodoch 13 a 15 napadnutého rozhodnutia uviedol:

„13. Pokiaľ ide o vnímanie označenia LIVE RICHLI dotknutou verejnosťou, odvolací senát sa v zhode s prieskumovou pracovníčkou domnieva, že tento slogan sa skladá z bežných slov, ktoré by dotknutá verejnosť v spojení so službami

uvodenými v prihláške chápala iba ako pochvalnú formulu, a nie ako označenie obchodného pôvodu predmetných služieb.

...

15. V syntagme LIVE RICHLY sa navyše nenachádza okrem jej zrejmeho reklamného významu nič, čo by dotknutej verejnosti umožňovalo ľahko a bezprostredne si zapamätať označenie ako rozlišovacia ochrannú známku pre označované služby. Pri neznalosti kontextu označenia by cieľová verejnosť nemohla vnímať nič iné, ako jeho reklamný význam. Dotknutý spotrebiteľ nie je veľmi pozorný. Ak mu označenie bezprostredne nepoukazuje na pôvod predmetu zvažovanej kúpy, ale poskytuje iba čisto reklamnú a abstraktnú informáciu, nestrávi čas informovaním sa o rozličných možných funkciách označenia alebo tým, že si ho zapamätá ako ochrannú známku.“

41 Žalobca z bodu 15 napadnutého rozhodnutia, podľa ktorého dotknutý spotrebiteľ nie je veľmi pozorný (not very attentive), odvodil, že pozornosť dotknutého spotrebiteľa je nízka (low).

42 Z výroku, že spotrebiteľ nie je veľmi pozorný, však nevyhnutne nevyplýva, že pozornosť tohto spotrebiteľa je nízka. Tento výrok totiž môže rovnako znamenať, že hoci dotknutý spotrebiteľ nevenuje predmetnej ochrannej známke veľkú pozornosť, venuje jej predsa len pozornosť primeranú.

- 43 V prejednávanej veci je namieste poznamenať, že odvolací senát v bode 13 napadnutého rozhodnutia potvrdil analýzu prieskumovej pracovníčky, pokiaľ ide o vnímanie označenia LIVE RICHLIY dotknutou verejnosťou. Prieskumová pracovníčka pritom v druhej vete svojho rozhodnutia usúdila, že odkaz ochrannej známky je určený širokej verejnosti, ktorá nie je len primerane informovaná a obozretná, ale aj primerane pozorná.
- 44 Preto treba uviesť, že odvolací senát sa výrokom, že dotknutý spotrebiteľ nie je veľmi pozorný, v skutočnosti domnieval, že dotknutý spotrebiteľ je pozorný primerane. Odvolací senát iba odlišne vyjadril postoj prieskumovej pracovníčky spomenutý v druhej vete jej rozhodnutia.
- 45 Vzhľadom na to, že odvolací senát iba parafrázoval postoj prieskumovej pracovníčky, žalobca nesprávne usudzuje, že odvolací senát bral do úvahy nízky stupeň pozornosti dotknutej verejnosti bez toho, aby žalobca mohol k tomuto aspektu zaujať postoj.
- 46 Z vyššie uvedených dôvodov musia byť dôvody založené na porušení práv žalobcu na obhajobu zamietnuté.

O žalobnom dôvode založenom na porušení povinnosti odôvodnenia

- 47 Žalobca v podstate uvádza, že napadnuté rozhodnutie nie je riadne odôvodnené v tom, že zamieta zápis prihlasovanej ochrannej známky pre všetky služby, pre ktoré bola podaná prihláška, bez toho, aby vymedzilo dôvody, pre ktoré bol zápis

zamietnutý, pokiaľ ide o poisťovacie a realitné služby. Žalovaný tento žalobný dôvod popiera a uvádza, že ÚHVT od začiatku konania akceptoval zápis pre poisťovacie a realitné služby.

- 48 Súd prvého stupňa poznamenáva, že žalobca v dôsledku vyhlásení žalovaného na pojednávaní, podľa ktorých ochranná známka LIVE RICHLÝ môže byť zapísaná pre poisťovacie a realitné služby, výslovne uznal, že predmet sporu sa obmedzuje na finančné a peňažné služby. Žalobca tým v skutočnosti vzal späť svoj žalobný dôvod založený na absencii odôvodnenia, ktorý sa týkal iba poisťovacích a realitných služieb. Súdu prvého stupňa teda už neprislúcha vysloviť sa k tomuto žalobnému dôvodu.

O žalobnom dôvode založenom na porušení článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94

Tvrdenia účastníkov konania

- 49 Žalobca sa domnieva, že napadnuté rozhodnutie musí byť zrušené takisto preto, lebo odvolací senát v ňom podáva nesprávny výklad článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94, ktorý sa týka absolútneho dôvodu zamietnutia zápisu ochrannej známky Spoločenstva spočívajúceho v absencii jej rozlišovacej spôsobilosti.
- 50 Žalobca predovšetkým zdôrazňuje, že tak judikatúra Súdneho dvora, ako aj prax odvolacích senátov potvrdzujú, že slogany sú podrobené rovnakým kritériám, ako každý iný typ ochrannej známky [rozsudok Súdu prvého stupňa z 11. decembra 2001, Erpo Möbelwerk/ÚHVT (DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT), T-138/00, Zb. s. II-3739, bod 44, a rozhodnutie odvolacieho senátu

z 11. februára 1999, BEAUTY ISN'T ABOUT LOOKING YOUNG BUT LOOKING GOOD, R 73/1998-2]. Žalobca sa pritom domnieva, že odvolací senát v prejednávanej veci zamietol zápis slovného označenia iba preto, že išlo o pochvalný slogan, bez toho, aby sa vyslovil k jeho schopnosti rozlišovať predmetné služby.

51 Žalobca ďalej uvádza, že odvolací senát uznal, že výraz „live richly“ nie je opisný. Toto uznanie podľa žalobcu znamená, že odvolací senát sa nemôže, ako sa to stalo v prejednávanej veci, opierať iba o pochvalný charakter formuly na to, aby preukázal absenciu rozlišovacej spôsobilosti predmetnej ochrannej známky. Žalobca sa v tomto ohľade dovoľáva rôznych rozhodnutí odvolacích senátov.

52 Žalobca sa domnieva, na rozdiel od podľa neho nezdôvodneného postoja odvolacieho senátu, ktorý usudzuje, že výraz „live richly“ predstavuje iba pochvalnú formulu s jasným významom, že tento výraz môže byť pre jeho vágny, neurčitý a viacznačný zmysel predmetom rôznych výkladov, osobitne pokiaľ ide o finančné a peňažné služby. Prihlasovaná ochranná známka LIVE RICHLY predstavuje podľa žalobcu slovnú hru, ktorá sama osebe nedáva veľa zmyslu, keďže pravdepodobne existuje toľko spôsobov bohatého života, koľko je ľudských bytostí, a každý spotrebiteľ si bude tento slogan vykladať po svojom. Žalobca sa okrem toho domnieva, že spotrebiteľia, ktorí sa stretnú s predmetným sloganom, budú prekvapení, popudení alebo zmätení, pretože neočakávajú, že banka ponúkajúca finančné služby ich vyzve „žiť bohato“, čo svedčí o rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky LIVE RICHLY. Na podporu svojej argumentácie žalobca uvádza definíciu výrazu „rich“ v *Collins English Dictionary* (vydanie 1995), odlišný výklad výrazu „richly“ odvolacím senátom a prieskumovou pracovníčkou, rozhodnutie odvolacieho senátu z 1. októbra 2001, ES GIBT SIE NOCH, DIE GUTEN DINGE (R 393/2000-1), reklamy zo Spojených štátov a komentáre, ktoré vyvolali na internete. Osobitne sa domnieva, že tieto komentáre dosvedčujú, že vnímanie tejto ochrannej známky spotrebiteľmi je vzdialené od jednoduchosti a uniformity.

- 53 Žalobca sa navyše domnieva, že napadnuté rozhodnutie spočíva na nesprávnej domnienke, podľa ktorej je stupeň pozornosti dotknutej verejnosti nízky, zatiaľ čo v skutočnosti je vysoký. Priemerný spotrebiteľ finančných služieb je podľa žalobcu osobitne opatrný a pozorný vzhľadom na to, že tieto služby sa nekupujú „pripravené na použitie“ (off the shelf) ako džínsy alebo mlieko a z dôvodu ich veľkej dôležitosti v živote tohto spotrebiteľa. Priemerný spotrebiteľ preto strávi viac času hľadaním významov tohto sloganu a ľahšie si ho zapamätá, pokiaľ sa vzťahuje na finančné služby.
- 54 Judikatúra Súdu prvého stupňa vo veciach sloganov, ako aj rozhodovacia prax odvolacích senátov podľa žalobcu potvrdzujú, že slogan LIVE RICHLY je spôsobilý byť predmetom zápisu. V rozsudkoch DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT, už citovanom v bode 50 vyššie, a z 5. decembra 2002, Sykes Enterprises/ÚHVT (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS) (T-130/01, Zb. s. II-5179), Súd prvého stupňa na jednej strane uznal, že v rozpore s tvrdením prieskumovej pracovníčky v jej liste z 3. júla 2001 nemôže absencia rozlišovacej spôsobilosti vyplývať ani z chýbajúcej obrazotvornosti, ani z chýbajúcej pridanej originality. Na druhej strane Súd prvého stupňa usúdil, že používanie rovnakého označenia alebo podobných označení na trhu hrá rozhodujúcu úlohu pri hodnotení skutočnej rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky. Súd prvého stupňa podľa žalobcu osobitne uviedol v rozsudku DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT, už citovanom v bode 50 vyššie, že absenciu rozlišovacej spôsobilosti možno zdôvodniť, iba ak sa preukázalo, že predmetná slovná ochranná známka je všeobecne používaná. Žalobca pritom v prejednávanej veci zdôrazňuje, že jednak žalovaný nepreukázal používanie výrazu „live richly“ a jednak tento výraz nebol nikdy použitý pri podpore alebo predaji finančných alebo peňažných služieb. Vzhľadom na jedinečný a neobyčajný charakter svojho sloganu sa žalobca domnieva, že jeho ochranná známka má rozlišovaciu spôsobilosť v zmysle článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94.
- 55 Ustálená prax odvolacích senátov takisto potvrdzuje spôsobilosť ochrannej známky LIVE RICHLY byť predmetom zápisu. Žalobca v tomto ohľade spomína rozhodnutie zo 7. novembra 2001, WE GET IT DONE (R 1090/2000-4). Tvrdí, že z tohto rozhodnutia možno vyvodiť, že jednak prah vyžadovaný na neuplatňovanie článku 7

ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 je nízky a jednak ÚHVT prináleží dokázať, že ochrannú známku nemožno podľa tohto článku zapísať, teda na ustanovenie absencie rozlišovacej spôsobilosti nepostačuje tvrdiť, že slogan je banálny alebo predstavuje iba pochvalnú formulu. Žalobca sa s odkazom na toto rozhodnutie domnieva, že odvolací senát nevysvetlil, prečo by mali reklamné a pochvalné vlastnosti výrazu „live richly“ v prejednávanej veci brániť priemernému spotrebiteľovi finančných a peňažných služieb nájsť súvislosť medzi týmto označením a žalobcom, a teda vnímať slogan ako ochrannú známku. Žalobca tvrdí, že slogan možno vykladať rôznymi spôsobmi, dotknutá verejnosť si ho zapamätá okamžite, lebo neočakáva, že finančná inštitúcia propaguje svoje služby s takým sloganom, a je jediný, kto tento slogan používa.

56 Žalobca z ustálenej rozhodovacej praxe odvolacích senátov vyvodzuje, že vážny charakter sloganu možno zohľadniť pri ustanovení rozlišovacej spôsobilosti označenia (rozhodnutia WE GET IT DONE, už citované; z 25. februára 2002, Taking care of the world's water ... and yours, R 135/2000-2, a z 18. septembra 2001, TEAM POWER, R 222/2001-1). Takisto z tejto praxe vyvodzuje, že absencia používania predmetného sloganu alebo varianty tohto sloganu na dotknutom trhu významne poukazujú na to, že má skutočnú rozlišovaciu spôsobilosť (rozhodnutia Taking care of the world's water ... and yours, už citované; TEAM POWER, už citované; zo 4. mája 1999, Früher an Später denken!, R 153/1998-2; z 5. júla 2000, UNLOCK THE POTENTIAL, R 689/1999-3, a z 5. júna 2002, WHATEVER WHENEVER, R 58/2001-4).

57 Žalobca ďalej spomína, že ÚHVT vykonal pre služby patriace do triedy 36 Niceskej dohody a zodpovedajúce opisu „finančné služby; peňažné služby; záležitosti súvisiace s nehnuteľnosťami“ zápis určitého počtu sloganov obsahujúcich výrazy „live“ alebo „life“, medzi ktorými sa nachádzajú „make more of life“, „WHERE MONEY LIVES“ a „SO YOU CAN ENJOY LIFE!“ Uvádza, že zamietnutie zápisu ochrannej známky LIVE RICHLY pre rovnaké služby by bolo protirečivé.

- 58 Pripomína takisto určitý počet sloganov zapísaných vnútroštátnymi úradmi určitých členských štátov, ktoré dosvedčujú, že zápis sa vykonal pri menej rozlišovacích sloganoch, ako je predmetný slogan.
- 59 Žalobca poznamenáva, že ochranná známka LIVE RICHLY bola zapísaná orgánmi príslušnými vo veciach ochranných známok početných tretích krajín vrátane Austrálskeho zväzu a Spojených štátov amerických pre tie isté služby patriace do triedy 36 Niceskej dohody. Aj keď žalobca uznáva, že Spojené štáty americké a Austrálsky zväz nie sú členskými štátmi, domnieva sa, že tieto zápisy ochrannej známky LIVE RICHLY významne poukazujú na možnosť zápisu tejto ochrannej známky v anglicky hovoriacich krajinách vo všeobecnosti.
- 60 Žalobca sa napokon domnieva, pokiaľ sa spor týka už iba zápisu ochrannej známky LIVE RICHLY pre finančné a peňažné služby, že postoj žalovaného, podľa ktorého toto pomenovanie nie je pre uvedené služby rozlišovacie vzhľadom na to, že jasným odkazom výrazu „live richly“ je žiť hmotne bohatší život, zatiaľ čo je rozlišovacie pre poisťovacie a realitné služby, je svojvoľný, nelogický, paradoxný a protirečivý.
- 61 Tento úsudok je podľa žalobcu založený na veľkej príbuznosti, až totožnosti, tak medzi finančnými a poisťovacími službami, ako aj medzi finančnými a realitnými službami, ktorú žalovaný zdôrazňoval v skorších rozhodnutiach (rozhodnutie odvolacieho senátu z 27. novembra 2002, TravelCard/AIR TRAVEL CARD, R 498/2001-3; rozhodnutia námietkového oddelenia z 21. júla 2003, LLOYD/LLOYDS TSB, 1454-2003, a z 11. novembra 2003, ADIGSA/ADIG GRUPPE GUT FÜR IHR GELD, 2451-2003).

- 62 Najvyšší paradox však podľa žalobcu plynie zo zdôvodnenia absencie rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky pre finančné a peňažné služby žalovaným, ktoré spočíva v skutočnosti, že táto ochranná známka by šíрила odkaz, že predmetné služby ponúkajú dotknutej verejnosti prinajmenšom možnosť zvýšiť svoje finančné aktíva, a teda žiť hmotne bohatším spôsobom. Aj keby sa malo toto vnímanie sloganu považovať za správne, čo žalobca popiera, konečným účelom poisťovacích a realitných služieb je podľa neho z uhla pohľadu spotrebiteľa tiež prípadné obohatenie jednotlivca. Žalobca sa preto domnieva, že odvolaciemu senátu sa nepodarilo preukázať absenciu rozlišovacej spôsobilosti výrazu „live richly“, čo mu pri zamietnutí prihlášky tejto ochrannej známky prislúchalo podľa článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94. Rozhodnutie o čiastočnom zamietnutí zápisu ochrannej známky LIVE RICHLY pre predmetné služby musí byť teda zrušené.
- 63 Žalovaný popiera tvrdenia žalobcu a domnieva sa, že žiadne z nich nespochybňuje absenciu rozlišovacej spôsobilosti prihlasovanej ochrannej známky.

Posúdenie Súdom prvého stupňa

— Predbežné pripomienky

- 64 Podľa článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 sa do registra nezapíšu „ochranné známky, ktoré nemajú rozlišovaciu spôsobilosť“. Článok 7 ods. 2 nariadenia č. 40/94

navyššie hovorí, že „odsek 1 sa bude uplatňovať napriek skutočnosti, že dôvody na zamietnutie existujú iba v časti spoločnosti“.

- 65 Ako už Súd prvého stupňa rozhodol, článok 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 sa vzťahuje najmä na tie ochranné známky, ktoré dotknutej verejnosti neumožňujú pri neskoršom obstarávaní predmetných výrobkov alebo služieb zopakovať kúpu, ak sa ukáže ako pozitívum, alebo sa jej vyhnúť, ak sa ukáže ako negatívum [rozsudky Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Rewe-Zentral/ÚHVT (LITE), T-79/00, Zb. s. II-705, bod 26, a EUROCOOL, už citovaný v bode 22 vyššie, bod 37]. To je najmä prípad označení, ktoré sa bežne používajú pri uvádzaní dotknutých tovarov alebo služieb na trh.
- 66 Skutočnosťou zostáva, že zápis ochrannej známky zloženej z označení alebo údajov, ktoré sa používajú aj ako reklamné slogany, údaje o kvalite alebo výrazy nabádajúce na kúpu výrobkov alebo služieb, na ktoré sa táto ochranná známka vzťahuje, nie je z dôvodu tohto použitia sám osebe vylúčený (pozri analogicky rozsudok Súdneho dvora zo 4. októbra 2001, Merz & Krell, C-517/99, Zb. s. I-6959, bod 40). Označenie, ktoré plní iné funkcie, ako sú funkcie ochrannej známky v tradičnom slova zmysle, je však rozlišovacie v zmysle článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 iba vtedy, ak ho možno bezprostredne vnímať ako údaj o obchodnom pôvode predmetných výrobkov alebo služieb, čo dotknutej verejnosti umožňuje rozlišovať bez možnosti zámeny výrobky alebo služby majiteľa ochrannej známky od výrobkov alebo služieb iného obchodného pôvodu [rozsudok Súdu prvého stupňa z 3. júla 2003, Best Buy Concepts/ÚHVT (BEST BUY), T-122/01, Zb. s. II-2235, body 20 a 21].
- 67 Rozlišovacia spôsobilosť sa musí posudzovať jednak vo vzťahu k výrobkom alebo službám, pre ktoré sa podala prihláška, a jednak vo vzťahu k vnímaniu dotknutej verejnosti, ktorú tvoria spotrebiteľia týchto výrobkov alebo služieb (rozsudky EUROCOOL, už citovaný v bode 22 vyššie, bod 38, a LITE, už citovaný v bode 65 vyššie, bod 27).

68 Zo znenia článku 7 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 40/94 napokon vyplýva, že na to, aby sa dôvod zamietnutia vymedzený v tomto článku neuplatňoval, postačuje minimálna rozlišovacia spôsobilosť (rozsudok LITE, už citovaný v bode 65 vyššie, bod 28).

— Pokiaľ ide o dotknutú verejnosť a stupeň jej pozornosti

69 Pokiaľ ide o dotknutú verejnosť, treba predovšetkým pripomenúť, že označovanými službami sú finančné a peňažné služby patriace do triedy 36 Niceskej dohody. Dotknutú verejnosť pre tieto služby tvoria všetci spotrebiteľia. Rozlišovaciu spôsobilosť prihlasovanej ochrannej známky teda treba posudzovať so zohľadnením predpokladanej pozornosti primerane informovaného a primerane pozorného a obozretného priemerného spotrebiteľa (pozri analogicky rozsudok Súdneho dvora zo 16. júla 1998, Gut Springenheide a Tusky, C-210/96, Zb. s. I-4657, bod 31).

70 Ďalej je namieste pripomenúť, že vnímanie ochrannej známky dotknutou verejnosťou, v tomto prípade priemerným spotrebiteľom, je ovplyvnené stupňom jej pozornosti, ktorý sa môže líšiť v závislosti od kategórie predmetných výrobkov alebo služieb [pozri vo vzťahu k prvej smernici Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známok (Ú. v. ES L 40, 1989, s. 1; Mim. vyd. 17/001, s. 92) rozsudok Súdneho dvora z 22. júna 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Zb. s. I-3819, bod 26, a vo vzťahu k nariadeniu č. 40/94 rozsudok Oválna tableta, už citovaný v bode 16 vyššie, bod 42].

- 71 V tomto ohľade sa žalobca na rozdiel od postoja odvolacieho senátu domnieva, že dotknutá verejnosť je podľa všetkého veľmi pozorná, pokiaľ ide o finančné služby, vzhľadom na to, že tieto služby sa nekupujú „prípravené na použitie“ (off the shelf) ako džinsy alebo mlieko a sú pre budúcnosť spotrebiteľa životne dôležité.
- 72 Súd prvého stupňa predovšetkým pripomína, že v rozpore so žalobcom obhajovaným výkladom, podľa ktorého sa odvolací senát domnieval, že pozornosť dotknutej verejnosti je nízka, sa odvolací senát v skutočnosti domnieval, že dotknutá verejnosť je pozorná primerane (pozri bod 42 a nasl. vyššie).
- 73 Časť týchto spotrebiteľov môže ďalej vzhľadom na povahu určitých predmetných finančných a peňažných služieb predstavovať veľmi pozornú verejnosť, keďže jednak záväzky spotrebiteľov môžu byť relatívne významné, a jednak sa tieto služby môžu ukázať ako relatívne odborné.
- 74 Tento stupeň pozornosti však môže byť relatívne nízky s ohľadom na údaje reklamného charakteru, ktoré nie sú pre obozretnú verejnosť určujúce (pozri v tomto zmysle rozsudky REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS, už citovaný v bode 54 vyššie, bod 24, a BEST BUY, už citovaný v bode 66 vyššie, bod 25).
- 75 Preto treba uznať, že označené služby ako celok sú určené pre primerane informovanú a obozretnú verejnosť.

76 Keďže slovné označenie LIVE RICHLIY sa navyše skladá z výrazov v anglickom jazyku, dotknutou verejnosťou je anglicky hovoriaca verejnosť i verejnosť hovoriaca inak ako po anglicky, ale s dostatočnou znalosťou anglického jazyka.

— Pokiaľ ide o vnímanie dotknutou verejnosťou

77 Je potrebné posúdiť vnímanie označenia LIVE RICHLIY ako ochrannej známky pre finančné a peňažné služby dotknutou verejnosťou.

78 V tomto ohľade je namieste uviesť, že odvolací senát usúdil, že označenie LIVE RICHLIY je slogan zložený z dvoch bežných anglických slov, ktorému dotknutá verejnosť rozumie iba ako pochvalnej formule s významom, že služby žalobcu umožňujú spotrebiteľom žiť bohato. Odvolací senát sa navyše domnieval, že označenie LIVE RICHLIY okrem svojho zrejmého reklamného významu neumožňuje dotknutej verejnosti si ho ľahko a okamžite zapamätať ako ochrannú známku pre označované služby. Keďže priemerný spotrebiteľ nie je veľmi pozorný, ak mu označenie bezprostredne neuvádza pôvod označovaného výrobku alebo služby, ale mu dáva iba čisto reklamnú a abstraktnú informáciu, nestrávi čas dopytovaním sa na iné možné funkcie označenia alebo tým, že si ho zapamätá ako ochrannú známku. Z týchto dôvodov odvolací senát usúdil, že označenie nemôže predstavovať ochrannú známku.

- 79 Vzhľadom na tieto úvahy žalobca nesprávne tvrdí, že odvolací senát usúdil, že predmetné označenie nemôže byť predmetom zápisu iba preto, lebo ide o reklamnú pochvalnú formulu. Tieto úvahy navyše umožňujú vyvrátiť tvrdenie žalobcu, podľa ktorého sa odvolací senát zdržal komentovania spôsobilosti označenia LIVE RICHLY rozlišovať služby žalobcu od služieb jeho konkurentov.
- 80 Odvolací senát sa totiž tým, že v bode 15 napadnutého rozhodnutia uviedol, že dotknutá verejnosť by si nemohla označenie ľahko a okamžite zapamätať ako ochrannú známku pre predmetné služby, neobmedzil na vyvodenie absencie rozlišovacej spôsobilosti predmetného označenia z reklamného charakteru výrazu „live richly“, ale vzal do úvahy spôsobilosť tohto označenia rozlišovať výrobky žalobcu od výrobkov konkurencie z pohľadu dotknutej verejnosti.
- 81 Ochrannú známku skladajúcu sa z viacerých prvkov (zloženú ochrannú známku) je navyše na účely posúdenia jej rozlišovacej spôsobilosti namieste skúmať ako celok [rozsudok Súdu prvého stupňa z 20. novembra 2002, Bosch/ÚHVT (Kit pro a Kit Super Pro), T-79/01 a T-86/01, Zb. s. II-4881, bod 22].
- 82 V tomto ohľade treba uviesť, že hoci označenie LIVE RICHLY nie je výlučne a priamo opisom služby alebo výrobku, čo účastníci konania uznávajú, skladá sa z dvoch v anglickom jazyku bežných slov, ktoré majú ako celok samostatný zmysel. Toto označenie je totiž ľahko zrozumiteľné vo význame, že služby žalobcu umožňujú spotrebiteľom týchto služieb bohato žiť.

- 83 Hoci slovnému spojeniu „bohato žiť“ iste možno rozumieť rôznymi spôsobmi, a teda má vágny zmysel, význam slovnej ochrannej známky je potrebné skúmať s ohľadom na služby označené v prihláške ochrannej známky (pozri rozsudok Kit pro a Kit Super Pro, už citovaný v bode 81 vyššie, bod 24 a tam citovanú judikatúru). Pokiaľ sa predmetná slovná ochranná známka spája s finančnými a peňažnými službami, bude sa v prvom rade chápať v jej hmotnom alebo ekonomickom zmysle. Odvolací senát teda mohol platne usúdiť, že označenie LIVE RICHLY vyjadruje v kontexte finančných a peňažných služieb jasný informatívny odkaz s pochvalným významom.
- 84 Okrem toho je namieste uviesť, že skutočnosť, že neopisné označenie LIVE RICHLY môže mať viaceré významy, môže predstavovať slovnú hru a možno ho vnímať ako ironické, prekvapivé a neočakávané, ho nerobí rozlišujúcim. Tieto rozličné prvky robia toto označenie rozlišujúcim iba pokiaľ ho dotknutá verejnosť bezprostredne vníma ako údaj o obchodnom pôvode služieb žalobcu, a to tým, že dotknutej verejnosti umožňujú rozlišovať bez možnosti zámény služby žalobcu od služieb iného obchodného pôvodu [rozsudky BEST BUY, už citovaný v bode 66 vyššie, bod 21; REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS, už citovaný v bode 54 vyššie, bod 20, a rozsudok Súdu prvého stupňa z 28. januára 2004, Deutsche SiSi-Werke/ÚHVT (Stojaté vrecko), T-146/02 až T-153/02, Zb. II-447, bod 38].
- 85 Dotknutá verejnosť bude v prejednávanej veci toto označenie v rámci finančných a peňažných služieb reálne vnímať, tak ako odvolací senát uvádza, v prvom rade ako reklamnú formulu, a nie ako údaj o obchodnom pôvode predmetných služieb. Označenie LIVE RICHLY neobsahuje prvky, ktoré by okrem jeho zrejmeho reklamného významu umožňovali dotknutej verejnosti ľahko a bezprostredne si zapamätať označenie ako rozlišovaciu ochrannú známku pre označované služby. Aj za predpokladu, že by sa predmetné označenie používalo samotné bez iného označenia alebo ochrannej známky, nemohla by ho dotknutá verejnosť vnímať bez predchádzajúceho upovedomenia inak ako v jeho reklamnom zmysle (rozsudok REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS, už citovaný v bode 54 vyššie, bod 28).

- 86 Pokiaľ ide o paradoxnú povahu tohto postoja vo vzťahu k akceptácii ochrannej známky LIVE RICHLY zo strany ÚHVT pre poisťovacie a realitné služby, treba zdôrazniť, že príslušnosť Súdu prvého stupňa sa obmedzuje na uplatňovanie nariadenia č. 40/94 v spore, ktorý mu je predložený. Hoci v možnom rozsahu iste treba zachovávať súladnosť v uznávaní ochranných známk, Súdu prvého stupňa neprináleží vyslovovať sa o ochranných známkach nad rámec sporu, ktorý mu je predložený.

— Pokiaľ ide o výlučné používanie ochrannej známky žalobcom

- 87 Vo vzťahu k tvrdeniu založenému na nezohľadnení nepoužívania prihlasovanej ochrannej známky žalobca na pojednávaní vyhlásil, že v dôsledku rozsudku ÚHVT/ Erpo Möbelwerk, už citovaného v bode 9 vyššie, berie späť tvrdenie, podľa ktorého ÚHVT musí na to, aby ochranná známka Spoločenstva nemala rozlišovaciu spôsobilosť, preukázať, že je všeobecne používaná. Toto vyhlásenie bolo zaznamenané v zápisnici z pojednávania. Žalobca však tvrdil, že absencia používania ochrannej známky môže predstavovať údaj, podľa ktorého konkurenti nemôžu tento výraz použiť na označenie svojich vlastných služieb.

- 88 Súd prvého stupňa v tomto ohľade pripomína, že rozlišovacia spôsobilosť ochrannej známky sa posudzuje na základe skutočnosti, že dotknutá verejnosť môže túto ochrannú známku bezprostredne vnímať ako označenie obchodného pôvodu predmetného výrobku alebo služby (pozri bod 66 vyššie). Absencia predchádzajúceho používania nepredstavuje v tomto ohľade nevyhnutne údaj o takom vnímaní.

89 Nepoužívanie, hoci aj preukázané, nespochybňuje v prejednávanej veci vzhľadom na predchádzajúce okolnosti vnímanie predmetných služieb. Tvrdenie žalobcu musí byť preto zamietnuté.

— Pokiaľ ide o chýbajúci obrazotvorný charakter ochrannej známky

90 Žalobca sa domnieva, že prieskumová pracovníčka vo svojom liste z 3. júla 2001 brala nesprávne do úvahy pri zamietnutí jeho prihlášky chýbajúci obrazotvorný charakter ochrannej známky.

91 Súd prvého stupňa v tejto súvislosti pripomína, že podľa judikatúry nemôže absencia rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky vyplývať z chýbajúcej pridanej originality [rozsudok Súdu prvého stupňa z 5. apríla 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/ÚHVT (EASYBANK), T-87/00, Zb. s. II-1259, bod 39] alebo minimálnej obrazotvornosti [rozsudky Súdu prvého stupňa z 31. januára 2001, Taurus-Film/ÚHVT (Cine Action), T-135/99, Zb. s. II-379, bod 31, a Taurus-Film/ÚHVT (Cine Comedy), T-136/99, Zb. s. II-397, bod 31], pretože ochranná známka Spoločenstva nie je nevyhnutne výsledkom tvorivej činnosti a nie je založená na prvku originality alebo obrazotvornosti, ale na schopnosti individualizovať výrobky alebo služby na trhu vo vzťahu k výrobkom alebo službám rovnakého druhu, ktoré ponúkajú konkurenti (rozsudok LITE, už citovaný v bode 65 vyššie, bod 30).

92 V prejednávanej veci z napadnutého rozhodnutia nevyplýva, že odvolací senát založil svoje posúdenie na nevyhnutnosti originality alebo obrazotvornosti ochrannej známky pre existenciu jej rozlišovacej spôsobilosti.

- 93 Podľa článku 63 nariadenia č. 40/94 môže byť predmetom žaloby na Súde prvého stupňa iba rozhodnutie odvolacieho senátu. Žalobca pritom založil časť svojho žalobného dôvodu na zohľadnení prvkov originality a obrazotvornosti prieskumovou pracovníčkou v jej liste z 3. júla 2001, ktoré však neboli zohľadnené v napadnutom rozhodnutí.
- 94 Preto aj za predpokladu, že treba usúdiť, že prieskumová pracovníčka vo svojom rozhodnutí toto kritérium zohľadnila nesprávne, musí byť pri absencii takého údaja v napadnutom rozhodnutí toto tvrdenie zamietnuté.

— Precedensy ÚHVT a iných orgánov

- 95 Pokiaľ ide o tvrdenia žalobcu založené na skorších rozhodnutiach ÚHVT, sloganoch zapísaných ÚHVT a v členských štátoch, ako aj akceptácii ochrannej známky LIVE RICHLIY v tretích krajinách, postačuje pripomenúť jednak, že režim ochranných znáмок Spoločenstva je autonómny systémom [rozsudok Súdu prvého stupňa z 5. decembra 2000, Messe München/ÚHVT (electronica), T-32/00, Zb. s. II-3829, bod 47], a jednak, že zákonnosť rozhodnutí odvolacích senátov sa posudzuje iba na základe nariadenia č. 40/94, ako ho vykladá súd Spoločenstva, a nie na základe ich skoršej rozhodovacej praxe [rozsudok BUDMEN, už citovaný v bode 35 vyššie, bod 61, a rozsudok Súdu prvého stupňa z 27. februára 2002, Streamserve/ÚHVT (STREAMSERVE) T-106/00, Zb. s. II-723, bod 66].
- 96 Tvrdenia žalobcu založené na skorších rozhodnutiach ÚHVT, iných sloganoch zapísaných ÚHVT alebo v členských štátoch, ako aj zápise ochrannej známky LIVE RICHLIY v tretích krajinách sú teda irelevantné a musia byť zamietnuté.

O trovách

Tvrdenia účastníkov konania

- 97 Žalobca sa domnieva, že nemohol z napadnutého rozhodnutia vyvodiť, že zápis ochranej známky bol zamietnutý iba pre finančné a peňažné služby. Žalovaný uznal podľa žalobcu až v priebehu konania, že ochranná známka LIVE RICHLY môže byť zapísaná pre poisťovacie a realitné služby. Preto sa domnieva, že žalovaný by mal byť povinný nahradiť prinajmenšom dve tretiny trov vynaložených počas tohto konania.
- 98 Žalovaný na pojednávaní uviedol, že jeho vyhlásenia týkajúce sa zápisu ochranej známky pre poisťovacie a realitné služby nemajú vplyv na rozdelenie trov konania.

Posúdenie Súdom prvého stupňa

- 99 Podľa článku 87 ods. 2 rokovacieho poriadku je účastník konania, ktorý nemal vo veci úspech, povinný nahradiť trovy konania, ak to bolo v tomto zmysle navrhnuté. Navyše, ak Súd prvého stupňa konanie vo veci zastavil, rozhodne podľa článku 87 ods. 6 rokovacieho poriadku o náhrade trov konania podľa voľnej úvahy.

100 V prejednávanej veci žalovaný navrhol zaviazať žalobcu na náhradu trov konania. Všetky žalobcom uvedené žalobné dôvody sú zamietnuté s výnimkou žalobného dôvodu založeného na chýbajúcom odôvodnení, o ktorom netreba rozhodnúť vzhľadom na spresnenia žalobcu týkajúce sa predmetu sporu (pozri bod 48 vyššie). Tieto spresnenia žalobcu sú však následkom vyhlásení žalovaného uskutočnených po prvýkrát v priebehu konania vo vzťahu k zápisu prihlasovanej ochrannéj známky pre poisťovacie a realitné služby, pre ktoré nie je z napadnutého rozhodnutia dostatočne jasné, že neboli predmetom zamietnutia zápisu.

101 Za týchto okolností je namieste nariadiť, že žalobca znáša svoje vlastné trovy konania a je povinný nahradiť polovicu trov konania, ktoré vznikli žalovanému.

Z týchto dôvodov

SÚD PRVÉHO STUPŇA (tretia komora)

rozhodol a vyhlásil:

1. Žaloba sa zamieta.

2. **Žalobca znáša svoje vlastné trovy konania a je povinný nahradiť polovicu trov konania, ktoré vznikli žalovanému.**

3. **Žalovaný znáša polovicu svojich vlastných trov konania.**

Jaeger

Azizi

Cremona

Rozsudok bol vyhlásený na verejnom pojednávaní v Luxemburgu 15. septembra 2005.

Tajomník

Predseda komory

H. Jung

M. Jaeger