



Pers en Voorlichting

Gerecht van de Europese Unie
PERSCOMMUNIQUÉ nr. 41/12
Luxemburg, 29 maart 2012

Arrest in zaak T-369/10
You-Q BV / BHIM

Apple Corps kan verhinderen dat een gemeenschapsbeeldmerk bestaande uit het woordelement „BEATLE” voor elektrische rolstoelen wordt ingeschreven

Het is aannemelijk dat You-Q door het gebruik van dat merk een ongerechtvaardigd voordeel zou halen uit de bekendheid en de voortdurende aantrekkingskracht van de merken BEATLES en THE BEATLES van Apple Corps

In januari 2004 heeft Handicare Holding BV het BHIM (het gemeenschapsmerkenbureau) verzocht om een beeldteken bestaande uit het woordelement „BEATLE” voor vervoermiddelen (elektrische rolstoelen) voor personen met beperkte mobiliteit als gemeenschapsmerk in te schrijven.

Apple Corps Ltd, een onderneming die door de groep „The Beatles” is opgericht, heeft tegen deze aanvraag evenwel oppositie ingesteld op grond van een aantal oudere gemeenschapsmerken en nationale merken waarvan zij houdster is, zoals het woordmerk „BEATLES” en meerdere beeldmerken met het woordelement „BEATLES” of „THE BEATLES”.

Op 31 mei 2010 heeft het BHIM het verzoek van Handicare afgewezen omdat het ingevolge de overeenstemming van de tekens, de aanzienlijke bekendheid die de oudere merken van Apple Corps al heel lang genieten en het gedeeltelijk samenvallen van het relevante publiek, aannemelijk was dat Handicare door het gebruik van dat merk een ongerechtvaardigd voordeel zou halen uit de bekendheid en de voortdurende aantrekkingskracht van de merken van Apple Corps. Bijgevolg heeft het vastgesteld dat er een ernstig gevaar bestond dat aan de oudere merken van Apple Corps afbreuk zou worden gedaan.

Handicare – die na de inleiding van deze zaak You-Q BV is geworden – heeft het Gerecht verzocht deze beslissing te vernietigen.

In het vandaag gewezen arrest **bevestigt het Gerecht de zienswijze van het BHIM en wordt het beroep verworpen.**

Allereerst oordeelt het Gerecht dat het BHIM op basis van de meegedeelde gegevens, onder meer inzake de platenverkoop van de Beatles, kon vaststellen dat de oudere merken THE BEATLES en BEATLES een aanzienlijke bekendheid genieten voor geluids-, video- en filmopnamen, en tevens – zij het in mindere mate – bekendheid genieten voor afgeleide producten zoals speelgoed en spelletjes.

Vervolgens heeft het BHIM volgens het Gerecht terecht geoordeeld dat de conflicterende tekens visueel, fonetisch en begripsmatig in hoge mate overeenstemmen.

Bovendien beschikken deze merken over onderscheidend vermogen, zodat het grote publiek, in het bijzonder in de niet-Engelstalige lidstaten van de Unie, onmiddellijk denkt aan de gelijknamige groep en haar producten wanneer het met die merken in aanraking komt.

Het BHIM heeft er eveneens terecht op gewezen dat het relevante publiek voor beide conflicterende tekens gedeeltelijk samenvalt, aangezien personen met beperkte mobiliteit eveneens deel uitmaken van het grote publiek waarop de oudere merken zich richten.

Derhalve kon het BHIM uit deze gegevens terecht afleiden dat er een verband bestaat tussen de conflicterende tekens, ook al zijn de erdoor aangeduide waren niet soortgelijk.

Bijgevolg zou dit verband het relevante publiek, ook zonder dat er verwarringsgevaar bestaat, ertoe brengen de waarden van de oudere merken te projecteren op de door het aangevraagde merk aangeduide waren. De oudere merken staan zelfs na 50 jaar nog altijd voor jeugdigheid en een bepaalde tegencultuur van de jaren zestig en genieten als zodanig nog steeds een positief imago. Dit positieve imago zou de door het aangevraagde merk aangeduide waren nu net ten goede kunnen komen, aangezien het erg positieve beeld van vrijheid, jeugdigheid en mobiliteit dat uitgaat van de merken BEATLES en THE BEATLES het relevante publiek precies wegens zijn handicap bijzonder zou aantrekken, temeer daar het publiek waarop de waren van You-Q gericht zijn, gedeeltelijk behoort tot de generatie die de producten van de Beatles in de jaren zestig heeft gekend en sommigen onder hen thans het doelpubliek vormen van de door het aangevraagde merk aangeduide waren. Dankzij deze imago-overdracht kan You-Q haar eigen merk dus op de markt brengen zonder zich aan grote risico's bloot te stellen en zonder dat zij de lanceringskosten van een pas gecreëerd merk, zoals de reclamekosten, hoeft te dragen.

Het Gerecht komt aldus tot de slotsom dat het BHIM het terecht aannemelijk heeft geacht dat You-Q door het gebruik van dat merk een ongerechtvaardigd voordeel zou halen uit de bekendheid en de voortdurende aantrekkingskracht van alle of enkele van de merken van Apple Corps.

NOTA BENE: Tegen de beslissing van het Gerecht kan binnen een termijn van twee maanden vanaf de betekening ervan een tot rechtsvragen beperkte hogere voorziening worden ingesteld bij het Hof.

NOTA BENE: Het beroep tot nietigverklaring strekt tot nietigverklaring van met het recht van de Unie strijdige handelingen van de instellingen van de Unie. Onder bepaalde voorwaarden kunnen de lidstaten, de Europese instellingen en particulieren bij het Hof van Justitie of het Gerecht een beroep tot nietigverklaring instellen. Indien het beroep gegrond is, wordt de handeling nietig verklaard. De betrokken instelling moet in voorkomend geval voorzien in de door de nietigverklaring van de handeling ontstane leemte in de regelgeving.

NOTA BENE: Een gemeenschapsmerk geldt voor het gehele grondgebied van de Europese Unie en bestaat naast de nationale merken. De verzoeken om inschrijving van een gemeenschapsmerk worden ingediend bij het BHIM. Bij het Gerecht kan beroep worden ingesteld tegen de beslissing van het BHIM.

Voor de media bestemd niet-officieel stuk, dat het Gerecht niet bindt.

De [volledige tekst](#) van het arrest is op de dag van de uitspraak te vinden op de website CURIA.

Contactpersoon voor de pers: Stefaan Van der Jeught ☎ (+352) 4303 2170

Beelden van de uitspraak van het arrest zijn beschikbaar via "[Europe by Satellite](#)" ☎ (+32) 2 2964106