

A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (első tanács)

2006. január 12. *

A C-361/04. P. sz. ügyben,

Claude Ruiz-Picasso (lakóhelye: Párizs [Franciaország]),

Paloma Ruiz-Picasso (lakóhelye: London [Egyesült Királyság]),

Maya Widmaier-Picasso (lakóhelye: Párizs),

Marina Ruiz-Picasso (lakóhelye: Genf [Svájc]),

és **Bernard Ruiz-Picasso** (lakóhelye: Párizs)

(képviseletet: C. Gielen advocaat)

fellebbezőknek

az Európai Bíróság alapokmányának 56. cikke alapján 2004. augusztus 18-án benyújtott fellebbezése tárgyában,

* Az eljárás nyelve: német.

a többi fél az eljárásban:

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)** (képviselik: G. Schneider és A. von Mühlendahl, meghatalmazotti minőségben),

alperes az elsőfokú eljárásban,

és a **DaimlerChrysler AG** (képviseli: S. Völker Rechtsanwalt),

beavatkozó az elsőfokú eljárásban,

A BÍRÓSÁG (első tanács),

tagjai: P. Jann tanácselnök, K. Schiemann (előadó), N. Colneric, K. Lenaerts és Juhász E. bírák,

főtanácsnok: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
hivatalvezető: K. Sztranc tisztviselő,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2005. július 14-i tárgyalásra,

a főtanácsnok indítványának a 2005. szeptember 8-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

- 1 Fellebbezésükkel Claude Ruiz-Picasso, Paloma Ruiz-Picasso, Maya Widmaier-Picasso és Marina Ruiz-Picasso, valamint Bernard Ruiz-Picasso azt kérik a Bíróságtól, hogy helyezze hatályon kívül az Európai Közösségek Elsőfokú Bíróságának a T-185/02. sz., Ruiz-Picasso és társai kontra OHIM – DaimlerChrysler (PICARO) ügyben 2004. június 22-én hozott ítéletét (EBHT 2004., II-1739. o.; a továbbiakban: megtámadott ítélet), amellyel az Elsőfokú Bíróság elutasította a Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM) harmadik fellebbezési tanácsának 2002. március 18-i, a „succession Picasso” által a PICARO szövegjel bejelentésével szemben benyújtott felszólalást elutasító határozatának (R 247/2001-3. sz. ügy) (a továbbiakban: a vitatott határozat) hatályon kívül helyezése iránti kérelmüket.

Jogi háttér

- 2 A közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK tanácsi rendelet (HL 1994. L 11, 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 146. o.) 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) A korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha:

[...]

- b) azt azon a területen, ahol a korábbi védjegy oltalom alatt áll, a fogyasztók összetéveszthetik a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.”

- 3 Ugyanezen rendelet 9. cikke (1) bekezdésének b) pontja így szól:

„A közösségi védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ:

[...]

- b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a közösségi védjeggyel összetéveszthetnek a megjelölés és a közösségi védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint a megjelölés és a közösségi védjegy árujegyzékében szereplő áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez”.

- 4 A 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja és 9. cikke (1) bekezdésének b) pontja szövegezését tekintve lényegében megegyezik a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló első, 1988. december 21-i 89/104/EGK tanács irányelv (HL 1989. L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) 4. cikke (1) bekezdésének b) pontjával, illetve 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjával.

A jogvita előzményei

- 5 1998. szeptember 11-én a DaimlerChrysler AG (a továbbiakban: DaimlerChrysler) a PICARO szóvédjegy közösségi védjegyként történő lajstromozása iránti kérelmet nyújtott be az OHIM-hoz, a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 12. osztályba tartozó áruk vonatkozásában, az alábbi leírással: „személygépkocsik és alkatrészeik, omnibuszok”.
- 6 1999. augusztus 19-én a „succession Picasso” személyegyesülés, amely a francia Code Civil 815. és azt követő cikkeinek értelmében örökölt, osztatlan közös tulajdonnal rendelkezik – amelynek tulajdonostársai a fellebbező felek – felszólalást nyújtott be a védjegybejelentési kérelemmel szemben, a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt összetéveszthetőség fennállására hivatkozva. A „succession Picasso” e tekintetben a PICASSO korábbi közösségi szóvédjegyre hivatkozott, amely az említett 12. osztályba tartozó áruk tekintetében került lajstromozásra, az alábbi leírással: „Járművek; szárazföldi, légi vagy vízi közlekedési eszközök, gépkocsik, autóbuszok, teherautók, kamionok, furgonok, lakókocsik, pótkocsik, utánfutók” (a továbbiakban: korábbi védjegy).
- 7 Miután az OHIM felszólalási osztálya 2001. január 11-én elutasította a felszólalást, a „succession Picasso” fellebbezést nyújtott be az elutasító határozat ellen.
- 8 A vitatott határozattal az OHIM harmadik fellebbezési tanácsa elutasította ezt a fellebbezést, lényegében azzal az érveléssel, hogy az érintett vásárlóközönség figyelmének magas szintje miatt az ütköző megjelölések sem hangzásban, sem vizuálisan nem hasonlók, továbbá a korábbi védjegy fogalmi benyomása semlegesíti a két megjelölés közötti esetleges hangzásbeli és/vagy vizuális hasonlóságot.

Az Elsőfokú Bíróság előtti eljárás és a megtámadott határozat

- 9 2002. június 13-án a felperesek – „succession Picasso” közös elnevezés alatt – keresetet nyújtottak be az Elsőfokú Bíróság Hivatalához a vitatott határozat hatályon kívül helyezése iránt.
- 10 Az Elsőfokú Bíróság úgy ítélte meg, hogy a közös elnevezés ellenére a keresetet úgy kell tekinteni, mintha azt öt – természetes személyként eljáró – közös tulajdonos nyújtotta volna be, és a kereset ily módon elfogadható. Ugyanakkor elutasította a keresetet, mert úgy vélte, hogy a felperesek által hivatkozott jogalapok nem megalapozottak.
- 11 A 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja megsértésére vonatkozó jogalappal kapcsolatban az Elsőfokú Bíróság – miután megállapította, hogy a védjegybejelentéssel érintett, illetve a korábbi védjeggyel megjelölt áruk részben azonosak és részben hasonlóak – a megtámadott ítélet 54–62. pontjában az alábbiakat mondta ki:

„54 A vizuális és hangzásbeli hasonlóságot illetően, a felperesek helyesen mutattak rá arra, hogy a szóban forgó megjelölések mindegyike három szótagból áll, hasonló helyeken és ugyanabban a sorrendben ugyanazokat a magánhangzókat, illetve az »ss«, illetve »r« betűk kivételével ugyanazokat a mássalhangzókat tartalmazzák, mely utóbbiak ráadásul hasonló helyeken találhatóak. Végül, különös jelentőségű az első két szótag, valamint az utolsó betű azonosságának ténye. Ugyanakkor, az »ss« kettős mássalhangzó kiejtése igen tisztán különbözik az »r« mássalhangzó kiejtésétől. Ebből következően a két megjelölés vizuálisan és hangzásban hasonló, azonban ez utóbbi szempontból a hasonlóság foka csekély.

- 55 Fogalmi szempontból a PICASSO szómegjelölést, mint a híres festő, Pablo Picasso nevét különösen jól ismeri az érintett közönség, A PICARO szómegjelölést a spanyolul beszélő fogyasztók a spanyol irodalom egy szereplőjére utaló kifejezésként érthetik, míg az érintett közönség spanyolul nem beszélő (nagyobb) része számára nem hordoz jelentéstartalmat. A megjelölések tehát fogalmi szempontból nem hasonlóak.
- 56 Az ilyen jellegű fogalmi különbségek ellensúlyozzák – bizonyos körülmények között – az érintett megjelölések közötti képi és hangzásbeli hasonlóságot. Ennek fennállásához az szükséges, hogy legalább az egyik megjelölésnek az érintett közönség észlelése szerint világos és határozott jelentéssel kell bírnia, hogy az azonnal érthető legyen számára (az Elsőfokú Bíróság T-292/01. sz., Phillips-Van Heusen kontra OHIM – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS) ügyben 2003. október 14-én hozott ítéletének [EBHT 2003., II-4335. o.] 54. pontja).
- 57 A PICASSO szóvédjegy az érintett közönség észlelése szempontjából világos és határozott jelentéstartalommal bír. A felperesek állításaival ellentétben, az összetéveszthetőség mérlegelése tekintetében jelen esetben nem befolyásolja a megjelölés jelentésének jelentőségét az a tény, hogy e jelentés nem áll kapcsolatban az érintett árukkal. A festő, Pablo Picasso hírneve olyan, hogy azt – ellenkező értelmű konkrét bizonyítékok hiányában – nem lehet úgy tekinteni, hogy a PICASSO megjelölés, mint járművekkel kapcsolatos védjegy az átlagos fogyasztó észlelésében felülírja a festő nevét oly módon, hogy e fogyasztó a PICASSO védjeggyel találkozva, az érintett áruk összefüggésében a továbbiakban figyelmen kívül hagyja a megjelölés jelentését, mint a festő nevét, és azt elsősorban a gépjárműveket jelölő védjegyek egyikének tekinti.
- 58 Ebből következik, hogy a szóban forgó megjelölések közötti fogalmi különbségek jelen esetben ellensúlyozzák a fenti 54. pontban leírt vizuális és hangzásbeli hasonlóságokat.

- 59 Az összetéveszthetőség átfogó értékelésének keretében ezenfelül figyelembe kell venni azon tényt, hogy az érintett áruk jellegére, és különösen azok árára és kifejezetten technikai jellegére tekintettel, az érintett közönség figyelmének szintje ezen áruk megvásárlásának pillanatában különösen magas. A felperesek által felvetett azon lehetőség, miszerint az érintett közönség tagjai az adott árukat olyan helyzetekben is észlelhetik, amelyekben nem tulajdonítanak nekik akkora figyelmet, nem akadályozza a figyelem szintjének számításba vételét. Valamely megjelölés lajstromozásának valamely korábbi védjeggyel fennálló összetéveszthetőségén alapuló elutasítása indokolt annak alapján, hogy az ilyen összetévesztés helytelenül befolyásolhatja az érintett fogyasztókat az adott áruk, illetve szolgáltatások közötti választásban. Következésképpen az összetéveszthetőség mérlegelésekor figyelembe kell venni az átlagos fogyasztó figyelmének szintjét abban a pillanatban, amikor a különböző, a védjegy árujegyzékében szereplő osztályba tartozó árukra vagy szolgáltatásokra vonatkozóan kialakítja választását, illetve amikor választ közülük.
- 60 Hozzá kell fűzni, hogy az a kérdés, hogy az összetéveszthetőség mérlegelésekor tekintetbe kell-e venni az érintett közönség figyelmének szintjét, eltér attól a kérdéstől, hogy a vételi helyzetet követő körülmények jelentősek lehetnek-e a védjegyjog megsértésének megállapításánál, ahogyan a Bíróság [a C-206/01. sz.] Arsenal Football Club ügyben [2002. november 12-én hozott] ítéletében [EBHT 2002., I-10273] – melyre a felperesek is hivatkoznak – egy védjeggyel azonos megjelölés használata esetében elismerte.
- 61 Ezenkívül, a felperesek jelen ügyben tévesen hivatkoznak azon ítélkezési gyakorlatra, miszerint – az akár önmagukban, akár a piaci ismertségük okán – erőteljesebb megkülönböztető képességgel rendelkező védjegyek szélesebb körű oltalomban részesülnek, mint az enyhébb megkülönböztető képességgel rendelkezők (a [C-251/95. sz.] SABEL-[ügyben 1997. november 11-én hozott] ítélet [EBHT 1997., I-6191. o.] 24. pontja és a Bíróság C-39/97. sz. Canon-ügyben 1998. szeptember 29-én hozott ítéletének [EBHT 1998., I-5507. o.] 18. pontja). A PICASSO szóvédjegy – amely a híres festő, Pablo Picasso nevével egyezik meg – közismertsége nem fokozza az összetévesztés veszélyét a két szóban forgó megjelölés között az érintett áruk vonatkozásában.

62 Mindezen érvekre tekintettel, a kérdéses megjelölések közötti hasonlóság foka nem elegendően magas ahhoz, hogy azt úgy lehessen tekinteni, hogy az érintett közönség a kérdéses árukat ugyanattól a vállalkozástól, vagy adott esetben gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származónak hihetné. Ennélfogva a fellebbezési tanács helyesen állapította meg, hogy nem áll fenn közöttük az összetévesztés veszélye.”

A fellebbezés

- 12 Fellebbezésükben a felperesek azt kérik a Bíróságtól, hogy helyezze hatályon kívül a megtámadott ítéletet, valamint a vitatott határozatot, és az OHIM-ot kötelezze a költségek viselésére; fellebbezésük alátámasztására csupán egyetlen, négy részre bontható jogalapra hivatkoznak: a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjának megsértésére.
- 13 Az OHIM és a DaimlerCrysler azt kéri, hogy a Bíróság utasítsa el a fellebbezést, és a felperest kötelezze a költségek viselésére.

A jogalap első részéről

A felperesek érvei

- 14 A felperesek úgy vélik, hogy a megtámadott ítélet 56–58. pontjában az Elsőfokú Bíróság helytelenül alkalmazta a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontját, különösen az ezen rendelkezésben foglalt „korábbi védjeggyel való hasonlóság” kritériuma tekintetében.

- 15 Álláspontjuk szerint az Elsőfokú Bíróság helytelenül állapította meg azt, hogy egy olyan híres családnévhez kötődő jelentés, mint a PICASSO – amely világos és határozott, és ezért alkalmas arra, hogy azt az érintett vásárlóközönség közvetlenül megértse –, a két megjelölés közötti fogalmi különbséghez vezethet, amely következésképpen ellensúlyozza a két megjelölés között egyébként fennálló vizuális és hangzásbeli hasonlóságokat.
- 16 A felperesek egyrészt arra hivatkoznak, hogy a két megjelölés között fennálló fogalmi különbség nem mélyülhet azon körülmény folytán, hogy ezek egyikének jelentése világos és határozott, ennél fogva alkalmas arra, hogy az érintett vásárlóközönség közvetlenül megértse. Következésképpen ez a körülmény nem bír relevanciával annak mérlegelése során, hogy e fogalmi különbség hatással lehet-e a szóban forgó megjelölések vizuális és hangzásbeli hasonlóságainak semlegesítésére.
- 17 Másrészt annak mérlegelését, hogy milyen jelentőséget kell tulajdonítani egy védjegy és egy másik védjegy esetleges vizuális, hangzásbeli vagy fogalmi hasonlóságának, a védjeggyel érintett árukatégoriákra, valamint az áruk forgalmazásának körülményeire tekintettel kell elvégezni, amint az a Bíróság C-342/97. sz., Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-én hozott ítéletének [EBHT 1999., I-3819. o.] 27. pontjából következik. Ebből az következik, hogy ilyen értékelés során a jelentés, amely valamely híres személy nevéhez kötődik, ezen áruk körén kívül nem bír relevanciával. Vagyis az Elsőfokú Bíróság tévesen alapozta ítéletét e jelentésre, amikor úgy vélte, hogy a szóban forgó megjelölések között megállapított vizuális és hangzásbeli hasonlóságok semlegesítődnének, és sem az árukatégoriát, sem a piaci helyzetet nem vette figyelembe.

A Bíróság álláspontja

- 18 Amint az a 89/104 irányelv tizedik preambulum-bekezdéséből, valamint a 40/94 rendelet hetedik preambulum-bekezdéséből következik, az összetéveszthetőség értékelése számos tényezőtől függ, különösen a védjegy piaci ismertségétől, attól a

képzettársítástól, amelyet a használt vagy a védjegyként lajstromozott megjelölés előidéző, továbbá a védjegy és a megjelölés közötti, valamint a velük megjelölt áruk és szolgáltatások közötti hasonlóság mértékétől. Az összetéveszthetőséget összességében kell vizsgálni, az alapügy minden lényeges elemét figyelembe véve (e tekintetben, a 89/104 irányelv vonatkozásában, lásd a fent hivatkozott SABEL-ítélet 22. pontját).

- 19 Ami az ütköző védjegyek vizuális, hangzásbeli és fogalmi hasonlóságát illeti, az átfogó értékelésnek a védjegyek által keltett összbenyomáson kell alapulnia, különös tekintettel a megkülönböztető és meghatározó elemekre (lásd különösen a fent hivatkozott SABEL-ítélet 23. pontját).
- 20 Az Elsőfokú Bíróság nem követett el jogi hibát, amikor a megtámadott ítélet 56. pontjában helyben hagyta, hogy ha két ütköző védjegy közül legalább az egyiknek olyan meghatározott és egyértelmű jelentése van, amely alapján azt az érintett vásárlóközönség azonnal felismerheti, a megjelölések között fennálló fogalmi különbségek kiegyenlíthetik a köztük fennálló vizuális és hangzásbeli hasonlóságot, és úgy ítélte meg, hogy jelen ügyben az az eset áll fenn.
- 21 Amint azt az OHIM helyesen előadja, az ilyen mérlegelés jelen esetben teljes mértékben illeszkedik azon folyamatba, amely a megjelölések által keltett összbenyomás meghatározására, valamint a köztük fennálló összetéveszthetőség átfogó értékelésére irányul.
- 22 Emlékeztetni kell arra, hogy a megtámadott ítélet 54. pontjában az Elsőfokú Bíróság megállapította, hogy a két ütköző megjelölés vizuálisan és hangzásban hasonló, ám hangzásbeli hasonlóságuk csekély. Egyébiránt az Elsőfokú Bíróság az ítélet 55. pontjában úgy ítélte meg, hogy e megjelölések fogalmi szinten nem hasonlóak.

- 23 Ezután az Elsőfokú Bíróság a megtámadott ítélet 56. és azt követő pontjaiban a szóban forgó megjelölések által keltett összbenyomás kérdésében foglalt állást, és a tényelemek értékelése során megállapította, hogy a fennálló vizuális és hangzásbeli hasonlóságok, a jelen ügyben különösen szembeszökő és nyilvánvaló fogalmi eltérésből következően, semlegesítődnek; a Bíróságnak azonban a fellebbezés keretén belül nem feladata, hogy a tények elferdítésére vonatkozó megállapítások teljes hiányában felülvizsgálja ezt az értékelést. Az Elsőfokú Bíróság az összetéveszthetőség értékelésének keretén belül figyelembe vette, amint a hivatkozott ítélet 59. pontjából is következik, azt a tényt, hogy az érintett vásárlóközönség figyelme – gépkocsikról lévén szó – különösen magas.
- 24 Az ítélet 61. pontjában az Elsőfokú Bíróság annak kérdésében is határozott, hogy a PICASSO védjegy nem rendelkezik-e olyan erőteljes megkülönböztető képességgel, amely felerősíthetné a két védjegy között az érintett áruk vonatkozásában fennálló összetéveszthetőséget.
- 25 Így az Elsőfokú Bíróság kizárólag az összetéveszthetőség átfogó értékelésének elvégzését lehetővé tevő különféle elemek vizsgálata alapján vélte úgy a megtámadott ítélet 62. pontjában, hogy a kérdéses megjelölések közötti hasonlóság foka nem elegendően magas ahhoz, hogy úgy lehessen tekinteni, hogy az érintett közönség az érintett kérdéses árukat ugyanattól a vállalkozástól, vagy adott esetben gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származónak hihesse, vagyis a kérdéses megjelölések között nem áll fenn az összetéveszthetőség.
- 26 A továbbiakban elegendő annyit megállapítani, hogy a felperesek a megtámadott ítélet téves értelmezésének eredményeként vélik úgy, hogy az Elsőfokú Bíróság az ütköző megjelölések közötti hasonlóság értékelése során elmulasztotta tekintetbe venni az érintett árukategóriákat.

- 27 Az említett ítélet 55. és 57. pontjából ugyanis kiderül, hogy az Elsőfokú Bíróság úgy vélte, ugyancsak a tényelemek értékelése fényében, hogy a Bíróságnak a fellebbezés keretén belül nem feladata, hogy ellenőrizze, hogy amikor a vásárlóközönség a PICASSO szómegjelöléssel találkozik, azt mindenképpen a festőre történő utalásként észleli, és – tekintettel a festő e közönség körében meglévő hírnevére – ez a fogalmi utalás különösen jelentős, és nagy mértékben képes gyengíteni azt a jelentőséget, amellyel jelen esetben e megjelölés mint – többek között – gépkocsikat jelölő védjegy rendelkezik.
- 28 A fentiekből következik, hogy a jogalap első része nem megalapozott.

A jogalap második részéről

- 29 A jogalap második részével a felperesek előadják, hogy az Elsőfokú Bíróság megsértette a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontját, mivel helytelenül alkalmazta azt a szabályt, amelynek értelmében az összetéveszthetőség annál nagyobb, minél erőteljesebb a korábbi védjegynek akár a bennerejlő, akár a piacon való ismertségéből következő megkülönböztető képessége (lásd a fent hivatkozott SABEL-ítélet 24. pontját, a Canon-ítélet 18. pontját és a Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 20. pontját).
- 30 Ennek kapcsán a felperesek emlékeztetnek arra, hogy valamely védjegy megkülönböztető képességének meghatározása során, valamint annak megállapítása végett, hogy a védjegy jelentős megkülönböztető képességgel rendelkezik-e, átfogóan kell értékelni a védjegy arra való kisebb vagy nagyobb alkalmasságát, hogy azonosítani tudja-e azokat az árukat és szolgáltatásokat, amelyek vonatkozásában lajstromozásra került, vagyis tudja-e igazolni, hogy azok egy adott vállalkozástól származnak, és megkülönböztethetőek más vállalkozások áruitól vagy szolgáltatásaitól (lásd különösen a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 22. pontját).

- 31 Álláspontjuk szerint a PICASSO megjelölés, amely gépkocsik tekintetében semmiféle leíró elemet nem tartalmaz, jelentős önmagában vett megkülönböztető képességgel rendelkezik. A felperesek szerint a megtámadott ítélet 61. pontjában az Elsőfokú Bíróság a PICASSO megjelölés vizsgálatára szorítkozott, anélkül, hogy azt az érintett árukkal kapcsolatba hozta volna, és elmulasztotta vizsgálni a védjegy önmagában vett megkülönböztető képességét, vagyis arra való kisebb vagy nagyobb alkalmasságát, hogy az árujegyzékében szereplő árukat és szolgáltatásokat egy adott vállalkozástól származókként azonosítsa.
- 32 E tekintetben elegendő azt megállapítani – amint azt a főtanácsnok indítványának 47. pontjában megtette –, hogy a megtámadott ítélet 57. és 61. pontjának együttes értelmezése implicit, de nem kevésbé bizonyos módon azt mutatja, hogy a tényelemek értékelése során az Elsőfokú Bíróság helyesen vélte úgy, hogy a gépkocsikat illetően a PICASSO megjelölés nem rendelkezik önmagában vett megkülönböztető képességgel; a Bíróságnak pedig a fellebbezés keretén belül nem feladata az értékelés felülbírálása.
- 33 Ebből következik, hogy a jogalap második részét el kell utasítani.

A jogalap harmadik és negyedik részéről

A felperesek érvelése

- 34 A jogalap harmadik és negyedik részével, amelyeket érdemes együttesen vizsgálni, a felperesek előadják, hogy az Elsőfokú Bíróság helytelenül alkalmazta a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontját, amikor a megtámadott ítélet 59. és 60. pontjában úgy ítélte meg, hogy az összetéveszthetőségnek a valamely védjegybejelentési kérelem elleni felszólalási eljárás keretén belül történő értékelése

során tekintetbe kell venni az átlagos fogyasztónak az arra az időpontra jellemző figyelmi szintjét, amikor a különféle áruk vagy szolgáltatások közötti választását előkészíti, illetve döntését meghozza.

- 35 A felperesek álláspontja szerint ez az értelmezés túlságosan korlátozó, mivel nem vesz tudomást a Bíróság Arsenal Football Club ügyben hozott, fent hivatkozott ítéletének 57. pontjában megfogalmazott szabályról, amelynek értelmében a védjegyet az esetleges összetévesztéssel szemben nemcsak az érintett áru vásárlásának időpontjában, de ezen vásárlást megelőzően, illetve követően is védeni kell. Továbbá – ugyancsak az Elsőfokú Bíróság álláspontjával ellentétben – ezt a szabályt szintén alkalmazni kell, függetlenül attól, hogy az összetéveszthetőség értékelése – a jelen ügghöz hasonlóan – a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján, vagy ugyanezen rendelet 9. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján történik-e, vagyis annak fényében, hogy a megjelölés használata által megvalósul-e a védjegy jog esetleges sérelme.

A Bíróság álláspontja

- 36 Az állandó ítélkezési gyakorlat értelmében az, hogy az átlagos fogyasztó a szóban forgó áruk és szolgáltatások tekintetében miként észleli a védjegyet, meghatározó szerepet játszik az összetéveszthetőség átfogó értékelése során (lásd különösen a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 25. pontját).
- 37 Az érintett védjegyek közötti hasonlóságot a vizuális, hangzásbeli és fogalmi hasonlóságuk mértéke alapján kell megítélni, valamint adott esetben mérlegelni kell, hogy mekkora jelentőséget kell tulajdonítani ezeknek a különféle elemeknek, figyelembe véve a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások kategóriáját, valamint a forgalmazás körülményeit (lásd a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 27. pontját).

- 38 E tekintetben a Bíróság korábban kimondta, hogy az összetéveszthetőség átfogó értékelése során tekintetbe kell venni azt a tényt, hogy az átlagos fogyasztó figyelmi szintje a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások függvényében változhat (lásd a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 26. pontját).
- 39 Ennélfogva az Elsőfokú Bíróság helyesen állapította meg a megtámadott ítélet 59. pontjában, hogy – amint azt a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja előírja – a gépkocsikra vonatkozó védjegyek közötti összetéveszthetőség esetleges fennállásának értékelése során figyelembe kell venni azt a tényt, hogy az érintett áruk jellegére, különösen azok árára és kifejezetten technikai jellegére tekintettel ezen áruk megvásárlásának pillanatában az érintett közönség figyelmének szintje különösen magas.
- 40 Amikor ténylegesen bizonyított, hogy egy adott áru objektív jellemzőiből az következik, hogy az átlagos fogyasztó kizárólag különösen figyelmes vizsgálatot követően vásárolja meg az adott árut, jogilag fontos figyelembe venni, hogy ez a körülmény az áruk és védjegyek közötti választás döntő pillanatában csökkentheti az ilyen árukat jelölő védjegyek közötti összetéveszthetőséget.
- 41 Arra vonatkozóan, hogy az érintett vásárlóközönség ezen árukat és a vonatkozó védjegyeket a vásárlás aktusától egészen eltérő körülmények között is észlelheti, és adott esetben ezen alkalmakkor alacsonyabb szintű figyelmet tanúsíthat, az Elsőfokú Bíróság ugyancsak helyesen állapította meg a megtámadott ítélet 59. pontjában, hogy ez a lehetőség nem zárja ki az érintett árukategória áruai közötti választás előkészítése és a döntés meghozatala során az átlagos fogyasztó által tanúsított figyelem különösen magas szintjének figyelembevételét.

- 42 Egyrészt nyilvánvaló, hogy bármilyen árukról és védjegyekről van szó, mindig lesznek olyan helyzetek, amelyekben az ezekkel szembesülő vásárlóközönség csupán alacsony szintű figyelmet tanúsít. Márpedig ha előírnák, hogy a vásárlóközönség által az áruval és védjeggyel szemben tanúsított legalacsonyabb szintű figyelmet is tekintetbe kell venni, ez semmibe venné azon – a jelen ítélet 38. pontjában említett – kritérium jelentőségét, amelynek értelmében az összetéveszthetőség értékelése során tekintetbe vett figyelem szintje az árukategóriák függvényében változhat.
- 43 Másrészt, amint azt az OHIM megállapította, az összetéveszthetőség fennállásának vizsgálatával megbízott hatóságtól ésszerűen nem várható el, hogy abból a figyelmi szintből kiindulva, amelyet az átlagos fogyasztó különböző helyzetekben tanúsíthat, minden egyes árukategóriára vonatkozóan átlagos fogyasztói figyelmi szintet határozzon meg.
- 44 A fenti elemzésnek az Arsenal Football Club ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet sem mond ellent.
- 45 Ki kell emelni, hogy a fenti ítéletben a Bíróságnak abban a kérdésben kellett döntenie, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontját úgy kell-e értelmezni, hogy az ellentétes az olyan áruk eladásával és vételre ajánlásával, amelyek ugyanolyan áruk tekintetében harmadik személy lajstromozott védjegyével azonos megjelöléssel vannak ellátva.
- 46 Miután a Bíróság megállapította, hogy az adott ügyben ez a helyzet áll fenn, kifejtette, hogy a fenti megállapításra nincs kihatással az a körülmény, hogy a szóban forgó áruk árusítóhelyei felett található tábla felhívja a fogyasztók figyelmét arra, hogy ezek az áruk nem a védjegyjogosulttól származnak. A Bíróság ilyen speciális szövegösszefüggésben utalt az Arsenal Football Club ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 57. pontjában arra, hogy még ha feltételezzük is, hogy az ilyen hirdetés felhozható az érdekelt fél védelmében, az nem zárja ki az ezen ítélethez vezető

ügyben, hogy egyes fogyasztók – különösen ha azután találkoznak ezekkel az árukkal, hogy a fenti árusítóhelyeken eladták és onnan elvitték őket – úgy értelmezzék az árukon feltüntetett megjelölést, mint amely az érintett védjegyjogosultat azon vállalkozásként tünteti fel, amelytől az áruk erednek.

47 Vagyis a Bíróság egyáltalán nem fogalmazott meg olyan általános szabályt, amelyből arra kellene következtetni, hogy a 89/104 rendelet 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában, illetve a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt összetéveszthetőség értékelése során elsődlegesen nem a vásárlók által a bizonyos árukategóriák vásárlása során tanúsított figyelem különösen magas szintjére kell hivatkozni.

48 Végezetül meg kell állapítani, hogy az Elsőfokú Bíróság – azzal, hogy a megtámadott ítélet 60. pontjában megerősítette, hogy az a kérdés, hogy az összetéveszthetőség mérlegelésekor tekintetbe kell-e venni az érintett közönség figyelmének fokát, eltér attól a kérdéstől, hogy a vételi helyzetnél későbbi körülmények jelentősek lehetnek-e a védjegyjog megsértésének megállapításánál, amint az a védjeggyel azonos megjelölés használatáról szólva elismerést nyert az Elsőfokú Bíróság által az Arsenal Football Club ügyben hozott, fent hivatkozott ítéletében – a felperesek álláspontjával ellentétben egyáltalában nem úgy ítélte meg, hogy az összetéveszthetőségnek a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában és 9. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő fogalmának eltérő értelmezést kellene kapnia.

49 A fentiekből következik, hogy a jogalap harmadik és negyedik részének nem lehet helyt adni.

50 Mivel a felperesek által a fellebbezésük alátámasztása érdekében hivatkozott egyetlen jogalap egyik része sem megalapozott, a fellebbezést el kell utasítani.

A költségekről

- 51 Az eljárási szabályzat 69. cikkének 2. §-a alapján, amely ugyanezen szabályzat 118. cikke értelmében a fellebbezési eljárásra is alkalmazandó, a Bíróság a perveztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fel ezt kérte. Mivel a felperesek perveztesek lettek, az OHIM és a DaimlerChrysler kérelmének megfelelően kötelezni kell őket a költségek viselésére.

A fenti indokok alapján a Bíróság (első tanács) a következőképpen határozott:

- 1) **A Bíróság a fellebbezést elutasítja.**

- 2) **A Bíróság Claude Ruiz-Picassót, Paloma Ruiz-Picassót, Maya Widmaier-Picassót, Marina Ruiz-Picassót, valamint Bernard Ruiz-Picassót kötelezi a költségek viselésére.**

Aláírások