



Press och information

Europeiska unionens tribunal
PRESSMEDDELANDE nr 120/21
Luxemburg, den 7 juli 2021

Dom i mål T-668/19
Ardagh Metal Beverage Holdings/EUIPO

Tribunalen uttalar sig för första gången om registrering av ett ljudmärke som presenteras i ljudformat

En ljudfil som innehåller det ljud som uppstår när en dryckesburk öppnas, följt av en tystnad och ett bubblande ljud, kan inte registreras som varumärke för olika drycker och transportcontainrar och magasin av metall, eftersom den saknar särskiljningsförmåga

Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG ingav en ansökan om registrering som EU-varumärke av ett ljudkännetecken till Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO). Detta ljudkännetecken, som ingetts såsom en ljudfil, påminner om det ljud som uppstår när en dryckesburk öppnas, följt av en tystnad på cirka en sekund och ett bubblande på cirka nio sekunder. Registreringsansökan avsåg olika drycker samt transportcontainrar och magasin av metall.

EUIPO avslag registreringsansökan med motiveringen att det sökta varumärket saknade särskiljningsförmåga.

I sin dom ogillar tribunalen Ardagh Metal Beverage Holdings överklagande och uttalar sig för första gången om registrering av ett ljudmärke som presenteras i ljudformat. Tribunalen anger kriterierna för bedömning av särskiljningsförmågan hos ljudmärken och konsumenternas uppfattning av dessa varumärken i allmänhet.

Tribunalens bedömning

Tribunalen påpekar inledningsvis att **kriterierna för bedömning av särskiljningsförmågan¹ hos ljudmärken inte skiljer sig från dem som är tillämpliga på andra kategorier av varumärken. Ett ljudmärke ska vidare besitta en viss uttrycksfull karaktär som gör det möjligt för den avsedda konsumenten att uppfatta det som ett varumärke, och inte som en funktionell beståndsdel eller som en indikator utan någon egen kännetecknande egenskap.²** Konsumenten av de aktuella varorna eller tjänsterna ska således – endast genom att uppfatta varumärket, utan att det kombineras med andra beståndsdelar såsom ord- eller figurelement eller till och med ett annat varumärke – kunna koppla märket till varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung.

I den mån som EUIPO analogt har tillämpat rättspraxis³ enligt vilken endast varumärken som i betydande mån avviker från normen eller från vad som är sedvanligt i branschen inte ska anses sakna särskiljningsförmåga, betonar tribunalen vidare att denna rättspraxis har utvecklats i förhållande till tredimensionella varumärken som består av formen på själva varan eller dess förpackning, trots att det finns en norm eller något som är sedvanligt i branschen för denna form. I ett sådant fall uppfattar den berörda konsumenten som är van vid att se en eller flera former som motsvarar normen eller vad som är sedvanligt i branschen inte det tredimensionella varumärket som en angivelse av varornas kommersiella ursprung om dess form är identisk med eller liknar

¹ I den mening som avses i artikel 7.1 b i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1).

² Dom av den 13 september 2016, Globo Comunicação e Participações/EUIPO (Ljudmärke) ([T-408/15](#)), punkterna 41 och 45, se även pressmeddelande nr [93/16](#).)

³ Se bland annat dom av den 7 oktober 2004, Mag Instrument/harmoniseringskontoret ([C-136/02 P](#), punkt 31).

den eller de sedvanliga formerna. Tribunalen påpekar vidare att det inte fastställs nya kriterier för bedömning av ett varumärkes särskiljningsförmåga i denna rättspraxis, utan det preciseras endast däri att genomsnittskonsumerten – vid tillämpningen av dessa kriterier – inte nödvändigtvis uppfattar ett tredimensionellt varumärke på samma sätt som ett ordmärke, figurmärke eller ljudmärke, som utgörs av ett kännetecken som är oberoende av utseendet eller formen på varorna. Tribunalen finner följaktligen att nämnda rättspraxis avseende tredimensionella varumärken i princip inte kan tillämpas på ljudmärken. Även om det var felaktigt av EUIPO att tillämpa denna rättspraxis, konstaterar tribunalen emellertid att detta fel inte innebär att resonemanget i det överklagade beslutet är felaktigt, då det även grundar sig på ett annat skäl.

Vad gäller det andra skälet, nämligen att omsättningskretsen uppfattar det sökta varumärket som en funktionell beståndsdel i de aktuella varorna, noterar tribunalen att **det ljud som uppstår vid öppnandet av en burk faktiskt, med hänsyn till typen av varor, betraktas som en rent teknisk och funktionell beståndsdel. Eftersom öppnandet av en burk eller en flaska nämligen är en inneboende del av en teknisk lösning som är knuten till hanteringen av drycker då de konsumeras, kommer ett sådant ljud således inte att uppfattas som en angivelse av dessa varors kommersiella ursprung.** Vidare associerar omsättningskretsen omedelbart ljudet av bubblor som bubblar med drycker. Tribunalen påpekar dessutom att **ljudelementen och tystnaden på cirka en sekund, betraktade som en helhet, inte har någon inneboende egenskap som gör det möjligt för omsättningskretsen att uppfatta dem som en angivelse av varornas kommersiella ursprung.** Dessa beståndsdelar är inte tillräckligt uttrycksfulla för att skilja sig från jämförbara ljud på dryckesområdet. Tribunalen fastställer således EUIPO:s slutsatser avseende att det sökta varumärket saknar särskiljningsförmåga.

Tribunalen underkänner slutligen EUIPO:s konstaterande att det på marknaderna för drycker och deras förpackningar är ovanligt att endast med hjälp av ljud ange en varas kommersiella ursprung, eftersom dessa varor inte ger ljud ifrån sig fram till dess att de konsumeras. Tribunalen påpekar nämligen att de flesta varor inte själva ger något ljud ifrån sig och de skapar inte något ljud förrän de konsumeras. Enbart den omständigheten att ett ljud endast kan höras när en vara konsumeras innebär således inte att användningen av ljud för att ange en varas kommersiella ursprung på en viss marknad fortfarande är ovanlig. Tribunalen påpekar emellertid att ett eventuellt fel från EUIPO:s sida i detta avseende inte leder till att det överklagade beslutet ogiltigförklaras eftersom det inte har haft något avgörande inflytande på avgörandet i det beslutet.

PÅPEKANDE: EU-varumärken och EU-formgivningar gäller inom hela Europeiska unionen. EU-varumärken gäller vid sidan om de nationella varumärkena. EU-formgivningar gäller vid sidan av nationella formgivningar. Ansökningar om registrering av EU-varumärken och EU-formgivningar ges in till EUIPO, vars beslut kan överklagas till tribunalen.

PÅPEKANDE: Tribunalens avgörande kan överklagas till domstolen inom två månader och tio dagar från delgivningen. Överklagandet ska vara begränsat till rättsfrågor. För att domstolen ska pröva ett överklagande krävs prövningstillstånd. Överklagandet ska därför ges in tillsammans med en ansökan om prövningstillstånd, där klaganden ska ange den fråga eller de frågor som aktualiseras genom överklagandet och som är av vikt för enhetligheten eller konsekvensen i, eller utvecklingen av, unionsrätten.

PÅPEKANDE: Syftet med talan om ogiltigförklaring är att rättsakter som har antagits av unionens institutioner och som strider mot unionsrätten ska ogiltigförklaras. Medlemsstaterna, de europeiska institutionerna och de enskilda får, på vissa villkor, väcka talan om ogiltigförklaring vid domstolen eller tribunalen. Om talan är välgrundad ska rättsakten ogiltigförklaras. Den berörda institutionen måste fylla det rättsliga tomrum som kan uppkomma till följd av att rättsakten ogiltigförklaras.

Detta är en icke-officiell handling avsedd för massmedia och den är inte bindande för tribunalen.

Domen i [fulltext](#) publiceras på webbplatsen CURIA dagen för avkunnandet.

Kontaktperson för press: Gitte Stadler ☎ +352 4303 3127

Bilder från avkunnandet av domen finns tillgängliga på "[Europe by Satellite](#)" ☎ (+32) 2 2964106