

Zaak T-129/00

Procter & Gamble Company
tegen

**Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt
(merken, tekeningen en modellen) (BHIM)**

„Gemeenschapsmerk — Vorm van was- of afwasmiddel — Driedimensionaal merk — Absolute weigeringsgrond — Artikel 7, lid 1, sub b, van verordening (EG) nr. 40/94”

Arrest van het Gerecht (Tweede kamer) van 19 september 2001 II-2797

Samenvatting van het arrest

1. *Gemeenschapsmerk — Beroepsprocedure — Beroep bij gemeenschapsrechter — Beroep tot vernietiging — Procesbelang
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 63)*

2. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Tekens die merk kunnen zijn — Vormen — Voorwaarde — Onderscheidend vermogen*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 4 en 7, lid 1, sub b)
3. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen — Driedimensionale merken bestaande uit vorm en dessin van waar — Onderscheidend vermogen — Beoordelingscriteria*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 7, lid 1, sub b)
4. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen — Elementen van aanbiedingsvorm van driedimensionaal merk die bepaalde kwaliteiten van waar suggereren zonder evenwel beschrijvend te zijn — Invloed op beoordeling van onderscheidend vermogen*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 7, lid 1, sub b en c)
5. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen — Driedimensionaal merk — Rechthoekig schoonmaakmiddeltablet met kartelrand, enigszins afgeronde hoeken, spikkels en driehoekig inzetstuk*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 7, lid 1, sub b)

1. Een overeenkomstig artikel 63 van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk ingesteld beroep is slechts ontvankelijk indien de verzoeker belang heeft bij de vernietiging van de betrokken handeling. Een dergelijk belang veronderstelt dat de vernietiging van die handeling op zichzelf rechtsgevolgen kan hebben.

merk is de vorm van de waar een teken dat een gemeenschapsmerk kan vormen. Dat een categorie tekens algemeen geschikt is om een merk te vormen, impliceert evenwel niet dat deze tekens noodzakelijkerwijs onderscheidend vermogen in de zin van artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 hebben voor een bepaalde waar of dienst.

(cf. punt 12)

2. Blijkens artikel 4 van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschaps-

(cf. punt 47)

3. Artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk maakt geen onderscheid tussen de verschillende categorieën merken. De criteria ter beoordeling van het onderscheidend vermogen van driedimensionale merken bestaande uit de vorm van de waar zelf, verschillen dus niet van de voor andere categorieën merken te hanteren criteria.

Niettemin dient bij de toepassing van deze criteria in aanmerking te worden genomen dat de perceptie van de doelgroep in het geval van een driedimensionaal merk bestaande uit de vorm en het dessin van de waar zelf, niet noodzakelijkerwijs dezelfde is als in het geval van een woordmerk, een beeldmerk of een driedimensionaal merk dat niet uit de vorm van de waar bestaat. Terwijl het publiek de gewoonte heeft deze laatste merken onmiddellijk als identificatietekens van de waar op te vatten, is dit immers niet noodzakelijkerwijs het geval wanneer het teken samenvalt met het voorkomen van de waar zelf.

(cf. punten 50-51)

4. Uit het feit dat elementen van de aanbiedingsvorm van een driedimen-

sionaal merk bepaalde kwaliteiten van de waar suggereren zonder evenwel als een beschrijvende aanduiding in de zin van artikel 7, lid 1, sub c, van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk te kunnen worden beschouwd, kan niet worden afgeleid dat deze elementen het merk noodzakelijkerwijs onderscheidend vermogen verlenen. Er is immers geen sprake van onderscheidend vermogen wanneer de doelgroep ertoe wordt gebracht de aanwezigheid van deze elementen als een verwijzing naar bepaalde kwaliteiten van de waar, en niet als de aanduiding van de herkomst ervan, op te vatten.

(cf. punt 58)

5. Volgens artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk wordt de inschrijving geweigerd van „merken die elk onderscheidend vermogen missen”. Met betrekking tot de aangevraagde inschrijving van een driedimensionaal merk in de vorm van een rechthoekig tablet met een kartelrand, enigszins afgeronde hoeken, spikkels en op de bovenzijde in het midden een donker driehoekige inzinking, waarbij geen enkele kleur werd geclaimd, voor huishoudelijke producten zij opgemerkt dat dit merk elk onderscheidend vermogen mist.

Gezien de totaalindruk die de combinatie van de vorm en het dessin van het

tablet oproept, zal het aangevraagde merk — een voor de hand liggende variant van de aanbiedingsvorm van de betrokken waar — immers bij gebreke van enig extra element van de aanbiedingsvorm dat een invloed kan uitoefenen op de perceptie van de consument, de doelgroep niet in staat stellen de betrokken waren te onderscheiden

van die van een andere commerciële herkomst wanneer zij bij een aankoop een keuze zal moeten maken.

(cf. punten 60, 63, 68)