

Sag T-320/03

Citicorp

mod

**Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked
(Varemærker og Design) (KHIM)**

»EF-varemærker — ordmærket LIVE RICHLIY — absolutte registreringshindringer — fornødent særpræg — artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning (EF) nr. 40/94 — retten til at blive hørt — artikel 73 i forordning nr. 40/94«

Rettens dom (Tredje Afdeling) af 15. september 2005 II - 3415

Sammendrag af dom

1. *EF-varemærker — Harmoniseringskontorets afgørelser — overholdelse af retten til kontradiktion*

(Rådets forordning nr. 40/94, art. 73)

II - 3411

2. *EF-varemærker — klagesag — søgsmål for Fællesskabets retsinstanser — ansøgning om registrering af et tegn for flere kategorier af varer eller tjenesteydelser — sagsøgerens accept af, at sagens genstand blev begrænset til en enkelt kategori — faktisk frafald af et anbringende, der vedrørte en anden kategori*
3. *EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — absolutte registreringshindringer — mangel på fornødent særpræg — tegn, der kan have flere betydninger, være et ordspil og blive opfattet som ironisk, forbavsende og uventet — betingelse for registrering — egnet til at blive opfattet som en oplysning om den handelsmæssige oprindelse af de pågældende varer eller tjenesteydelser
[Rådets forordning nr. 40/94, art. 7, stk. 1, litra b)]*
4. *EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — absolutte registreringshindringer — varemærker uden fornødent særpræg — ordmærket LIVE RICHLY
[Rådets forordning nr. 40/94, art. 7, stk. 1, litra b)]*
5. *EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — absolutte registreringshindringer — tegn uden fornødent særpræg — fravær af et usædvanligt islæt eller af et minimumspræg af opfindsomhed ikke tilstrækkeligt til at nægte tegnet fornødent særpræg
[Rådets forordning nr. 40/94, art. 7, stk. 1, litra b)]*

1. Ifølge artikel 73, andet punktum, i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker må afgørelser truffet af Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) kun støttes på grunde, som parterne har haft lejlighed til at udtale sig om. Ved denne bestemmelse fastslås det generelle princip om beskyttelse af retten til kontradiktion inden for EF-varemærkeretten, i henhold til hvilket adressaterne for offentlige myndigheders beslutninger, der føleligt berører disse adressaters interesser, i

rette tid skal have lejlighed til at fremføre deres synspunkter.

(jf. præmis 21 og 22)

2. I forbindelse med en sag, der er anlagt til prøvelse af en afgørelse fra et appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design), hvorved en ansøgning om registrering af et varemærke er blevet afslået for forskellige kategorier af varer eller tjenesteydelser, påhviler det ikke Retten at tage stilling til et anbringende, der alene vedrører en enkelt kategori af varer eller tjenesteydelser, når sagsøgeren faktisk har frafaldet sit anbringende ved udtrykkeligt at acceptere, at sagens genstand blev begrænset til en anden kategori.

(jf. præmis 48)

3. Den omstændighed, at et ikke-beskrivende tegn kan have flere betydninger, at det kan være et ordspil, og at det kan blive opfattet som ironisk, forbavsende og uventet, medfører ikke, at det af den grund får særpræg i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker. Disse forskellige forhold kan kun medføre, at tegnet får fornødent særpræg, for så vidt som tegnet uden videre bliver opfattet af den berørte kundekreds som en oplysning om de omhandlede varers eller tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse med det formål, at den berørte kundekreds uden risiko for forveksling kan adskille vare-

mærkeansøgerens varer eller tjenesteydelser fra dem, der har en anden handelsmæssig oprindelse.

(jf. præmis 84)

4. Ordmærket LIVE RICHLY, der er søgt registreret som EF-varemærke for finansiel og valutarisk virksomhed, som henhører under klasse 36 i Nice-arrangementet, savner fornødent særpræg i forhold til de omhandlede tjenesteydelser i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker, for så vidt som den berørte kundekreds, dvs. en almindeligt oplyst og velunderrettet gennemsnitsforbruger — idet der vil kunne være en relativ lav grad af opmærksomhed i forhold til salgsfremmende oplysninger, der ikke er afgørende for en velunderrettet kundekreds, der enten er engelsktalende, eller ikke er det, men dog har et tilstrækkeligt kendskab til det engelske sprog — inden for rammerne af finansielle og valutariske tjenesteydelser frem for alt vil opfatte dette tegn som et salgsfremmende udtryk og ikke som en angivelse af de omhandlede tjenesteydelsers handelsmæssige oprindelse. Det omhandlede tegn indeholder ingen bestanddele, der ud over dets åbenbart salgsfremmende betydning gør det muligt for den berørte kundekreds let og umiddelbart at huske tegnet som et karakteristisk varemærke for de pågældende tjenesteydelser. Selv

hvis det omhandlede tegn blev brugt alene uden andre tegn eller varemærker, kunne den berørte kundekreds ikke, medmindre den allerede var bekendt med tegnet, opfatte det på anden måde end i dets salgsfremmende betydning.

(jf. præmis 70, 74, 76 og 85)

ikke er et bemærkelsesværdigt islæt eller et minimumspræg af opfindsomhed, da et EF-varemærke ikke nødvendigvis kræver en nyskabelse og ikke bygger på et originalt eller opfindsomt element, men på dets egnethed til at individualisere varer eller tjenesteydelser på markedet i forhold til varer eller tjenesteydelser af samme art, som konkurrenterne udbyder.

5. Et varemærkes manglende fornødne særpræg i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker kan ikke udledes af, at der

(jf. præmis 91)