

## Mål T-320/03

**Citicorp**

**mot**

**Byrån för harmonisering inom den inre marknaden  
(varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån)**

”Gemenskapsvarumärke — Ordmärket LIVE RICHLY — Absolut registreringshinder — Särskiljningsförmåga — Artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 — Rätten att yttra sig — Artikel 73 i förordning nr 40/94”

Förstainstansrättens dom (tredje avdelningen) av den 15 september 2005 . . . II - 3415

Sammanfattning av domen

1. *Gemenskapsvarumärke — Harmoniseringsbyråns beslut — Iakttagande av rätten till försvar*

*(Rådets förordning nr 40/94, artikel 73)*

2. *Gemenskapsvarumärke — Överklagande — Talan vid gemenskapsdomstolen — Ansökan om registrering av ett kännetecken för flera varu- eller tjänsteslag — Sökandens medgivande att tvistens föremål skall begränsas till ett enda slag — Återkallelse av en grund som hänför sig till ett annat slag*
3. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absolut registreringshinder — Avsaknad av särskiljningsförmåga — Ett kännetecken som kan ha flera betydelser, vara en ordlek och uppfattas som ironiskt, överraskande och oväntat — Villkor för registrering — Kan uppfattas som en uppgift om varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung  
(Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)*
4. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absolut registreringshinder — Varumärke som saknar särskiljningsförmåga — Ordkännetecknet LIVE RICHLIY  
(Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)*
5. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absolut registreringshinder — Kännetecknet saknar särskiljningsförmåga — Avsaknaden av särskiljningsförmåga kan inte fastställas genom ett konstaterande av att det saknas ett inslag av fantasi eller att det saknas ett minsta inslag av fantasi  
(Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)*

1. Enligt artikel 73 andra meningen i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken får beslut som fattas av Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) endast grundas på omständigheter som parterna har haft tillfälle att yttra sig över. I denna bestämmelse fastställs med avseende på gemenskapsvarumärkesrätt den allmänna principen om skydd för rätten till försvar, enligt vilken de som myndighetsbeslut är riktade till skall ges tillfälle att vederbörligen framföra sina synpunkter i de

fall dessa beslut märkbart påverkar deras intressen.

(se punkterna 21 och 22)

2. I samband med talan mot ett beslut att avslå en ansökan om registrering av ett varumärke för olika varu- och tjänsteslag som fattats av en av överklagandenämnderna vid Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) ankommer det inte på förstainstansrätten att bedöma en grund som endast avser ett enda varu- eller tjänsteslag när sökanden har återkallat grunden och medgett att föremålet för talan var begränsat till ett annat varu- eller tjänsteslag.

varumärket och de varor och tjänster som har ett annat kommersiellt ursprung.

(se punkt 84)

(se punkt 48)

3. Den omständigheten att ett icke beskrivande kännetecken kan ha flera betydelser, att det kan vara en ordlek och att det kan uppfattas som ironiskt, överraskande och oväntat, medför inte att det skall anses vara särskiljande i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken. Dessa olika förhållanden medför att kännetecknet kan anses vara särskiljande endast under förutsättning att omsättningskretsen uppfattar det som en angivelse av det kommersiella ursprunget för de varor eller tjänster som avses och detta endast för att göra det möjligt för omsättningskretsen att utan att förväxlingsrisk uppkommer skilja mellan de varor och tjänster som tillhandahålls av den som ansöker om

4. Ordkännetecknet LIVE RICHLY som sökts registrerat som gemenskapsvarumärke för finansiella och monetära tjänster i klass 36 i Niceöverenskommelsen saknar särskiljningsförmåga med avseende på dessa tjänster i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken, eftersom omsättningskretsen, det vill säga normalt informerade samt skäligen uppmärksamma och medvetna genomsnittskonsumenter, med hänsyn till att graden av uppmärksamhet kan vara relativt låg i fråga om upplysningar av reklamkaraktär som inte är av avgörande betydelse för en medveten omsättningskrets som utgörs av en engelskspråkig allmänhet, eller till och med en allmänhet som inte är engelskspråkig men som har tillräckliga kunskaper i det engelska språket, i samband med finansiella och monetära tjänster framför allt uppfattar detta kännetecken som ett reklamuttryck och inte som en angivelse av de ifrågavarande tjänsternas kommersiella ursprung. Det ifrågavarande kännetecknet innehåller inte några beståndsdelar som utöver dess uppenbara säljfrämjande betydelse gör det möjligt för omsättningskretsen att enkelt

och snabbt minnas det som ett särskiljande varumärke för de avsedda tjänsterna. Även om det ifrågavarande kännetecknet användes ensamt, utan något annat kännetecken eller varumärke, skulle omsättningskretsen, utan att ha fått förhandsinformation om kännetecknet, inte kunna uppfatta det på något annat sätt än som ett reklamuttryck.

ställas genom att konstatera att det saknas inslag av fantasi eller att det saknas ett minsta inslag av fantasi. Ett gemenskapsvarumärke har nämligen inte nödvändigtvis sitt ursprung i något nyskapande och det grundas inte på något originellt eller fantasifullt, utan på förmågan att skilja varor eller tjänster på marknaden från de varor eller tjänster av samma slag som konkurrenterna tillhandahåller.

(se punkterna 70, 74, 76 och 85)

5. Bristande särskiljningsförmåga hos ett varumärke i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken kan inte fast-

(se punkt 91)