

Forenede sager T-324/01 og T-110/02

Axions SA og Christian Belce
mod
Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked
(Varemærker og Design) (KHIM)

»EF-varemærker — tredimensionale varemærker — formen på en brun cigar og formen på en guldbarre — absolutte registreringshindringer — fornødent særpræg — artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning (EF) nr. 40/94«

Rettens dom (Fjerde Afdeling) af 30. april 2003 II-1900

Sammendrag af dom

1. *EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — absolutte registreringshindringer — varemærker uden fornødent særpræg — bedømmelse af et tegns særpræg — hensyntagen til omstændigheder, der ikke er genstand for registrering — ikke omfattet*
[Rådets forordning nr. 40/94, art. 7, stk. 1, litra b)]

2. *EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — absolutte registreringshindringer — varemærker uden fornødent særpræg — tredimensionalt varemærke — formen på en brun cigar og formen på en guldbarre*
 [Rådets forordning nr. 40/94, art. 7, stk. 1, litra b)]

1. Ved vurderingen af, om et varemærke har fornødent særpræg i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker, kan der ikke tages hensyn til omstændigheder, der ikke er omfattet af registreringen, såsom prisen på den pågældende vare eller en bestemt rumlig placering af varen, hvis form udgør varemærket, medmindre denne vare sædvanligvis præsenteres med en sådan placering.

helst indflydelse på vurderingen af, om tegnet kan registreres.

(jf. præmis 36 og 40)

Ved vurderingen af, om et mærke kan registreres for en afgrænset gruppe af varer eller tjenesteydelser, har det således ingen betydning, om den pågældende varemærkeansøger planlægger eller indfører et vist markedsføringskoncept, for det første fordi det forhold, at der foreligger et markedsføringskoncept, er en ydre faktor, der ikke påvirker de rettigheder, der gives ved varemærket, og for det andet fordi et markedsføringskoncept, som det alene er op til den pågældende virksomhed at vælge, kan ændres, efter at et tegn er registreret som varemærke, og det kan således ikke have nogen som

2. Der foreligger ikke fornødent særpræg i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker i forbindelse med de mærker, der er søgt registreret i tredimensionale former, der dels gengiver en brun cigar, dels en guldbarre, for henholdsvis »chokolade, chokoladevarer; konditori- og konfekturvarer« (klasse 30 i Nice-arrangementet) og »chokolade, chokoladevarer« (klasse 30); »emballage til chokolade og chokoladevarer af pap i form af en guldbarre« (klasse 16), for så vidt som disse varemærker ikke væsentligt adskiller sig fra visse grundlæggende former på de pågældende varer, som er almindeligt anvendt i handelen, men snarere fremstår som en variant af disse former, hvorved denne omstændighed udgør et konkret for-

hold, der gør det muligt at konkludere, at de kan anvendes almindeligt i handelen til at præsentere de nævnte varer, og for så vidt som disse varemærker, således som de opfattes af en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger, derfor ikke kan individualisere de

pågældende varer og adskille dem fra varer af en anden handelsmæssig oprindelse.

(jf. præmis 44 og 45)