

Förenade målen T-324/01 och T-110/02

Axions SA och Christian Belce

mot

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

”Gemenskapsvarumärke — Tredimensionellt varumärke — Varumärke i form av en brun cigarr och varumärke i form av en guldtacka — Absolut registreringshinder — Särskiljningsförmåga — Artikel 7.1 b i förordning (EG) nr 40/94”

Förstainstansrättens dom (fjärde avdelningen) av den 30 april 2003 . . . II-1900

Sammanfattning av domen

1. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absoluta registreringshinder — Varumärken som saknar särskiljningsförmåga — Bedömning av ett varumärkes särskiljningsförmåga — Beaktande av omständigheter som inte är föremål för registrering — Omfattas inte (Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)*

2. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av ett gemenskapsvarumärke — Absoluta registreringshinder — Varumärke som saknar särskiljningsförmåga — Tre-dimensionellt varumärke — Formen av en brun cigarr och en guldtacka (Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)*

1. Vid bedömningen av en varus särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken kan omständigheter som inte är föremål för registrering, som till exempel den berörda varus pris eller varus särskilda rumsliga placering när varumärket utgörs av varus form, tas i beaktande såvida inte varan vanligen förevisas med en sådan placering.

bedömningen av huruvida kännetecknet kan registreras eller ej.

(se punkterna 36 och 40)

Det saknar relevans vid bedömningen av huruvida ett kännetecken kan registreras för en viss kategori av varor och/eller tjänster, huruvida den som ansöker om registrering av varumärket planerar att införa eller har infört ett visst marknadsföringskoncept. Förekomsten av ett marknadsföringskoncept är en yttre faktor som inte påverkar de rättigheter som är knutna till gemenskapsvarumärket. Ett marknadsföringskoncept, som företaget själv valt, kan komma att ändras efter det att kännetecknet har registrerats som gemenskapsvarumärke, varför det inte kan ha någon som helst inverkan på

2. Varumärken för vilka registrering söktes för "Choklad, chokladvaror; Bageri- och konditorivaror" (klass 30 i Nice-överenskommelsen) och "Choklad, chokladvaror" (klass 30) "förpackning för choklad och chokladvaror av papp (kartong) i form av [en guldtacka]" (klass 16), där varumärket utgörs av en tredimensionell form som föreställer dels en brun cigarr, dels en guldtacka, saknar särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken i den mån dessa varumärken inte väsentligen skiljer sig från vissa grundläggande former av de aktuella varorna som allmänt används i handeln utan snarare framträder som

en variant av dessa former. Denna omständighet utgör en konkret indikation som visar att de kan användas allmänt i handeln för att presentera sådana varor som ansökan om varumärke gäller. De sökta varumärkena kan således inte, såsom de uppfattas av en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnitts-

konsument, individualisera de aktuella varorna i förhållande till dem som har ett annat kommersiellt ursprung.

(se punkterna 44 och 45)