

AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (harmadik tanács)

2005. szeptember 15.\*

A T-320/03. sz. ügyben,

a **Citicorp** (székhelye: New York, New York állam [Egyesült Államok], képviselik: V. von Bomhard, A. Renck és A. Pohlmann ügyvédek,

felperesnek,

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)** (képviselet: S. Laitinen, P. Bullock és A. von Mühlendahl, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen

az OHIM harmadik fellebbezési tanácsa által 2003. június 25-én hozott, a LIVE RICHLY szóvédjegy közösségi védjegyként történő bejelentésére vonatkozó határozata (R 85/2002-3. sz. ügy) ellen benyújtott kereset tárgyában,

\* Az eljárás nyelve: angol.

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁGA  
(harmadik tanács),

tagjai: M. Jaeger elnök, J. Azizi és E. Cremona bírák,

hivatalvezető: C. Kristensen tisztviselő,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2004. december 9-i tárgyalásra,

meghozta a következő

### **Ítéletet**

#### **A jogvita előzményei**

- 1 2001. március 2-án a felperes a közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK módosított tanácsi rendelet (HL 1994. L 11., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 146. o.) alapján közösségi védjegybejelentést nyújtott be a Belső Piaci Harmonizációs Hivatalhoz (védjegyek és formatervezési minták) (a továbbiakban: OHIM).
- 2 A lajstromoztatni kívánt védjegy a LIVE RICHLY szómegjelölés volt.

3 A bejelentést a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 36. osztályba tartozó szolgáltatások vonatkozásában tették, a következő leírással:

„Pénzügyi és valutaszolgáltatások, valamint ingatlanügyletek; különösen banki szolgáltatások; hitelkártyák; kereskedelmi és fogyasztói hitelek és finanszírozás; jelzálog- és ingatlanközvetítés; kezelés, tervezés és tanácsadás biztosítékok és ingatlanok vonatkozásában; befektetés, tanácsadás és segítségnyújtás befektetésekre vonatkozóan; biztonságos pénzügyi tranzakciókat elősegítő értékpapír-közvetítés és forgalomba hozatal; biztosítási szolgáltatások; különösen ingatlan- és balesetbiztosítások, életbiztosítási kötvények és járadékszerződések jegyzése és értékesítése.”

4 2001. július 3-i levelével az elbíráló kifogásolta a LIVE RICHLIY védjegy megkülönböztető képességének hiányát. A felperes vitatta az elbíráló álláspontját, és 2001. augusztus 8-i levelében kérte, hogy adjon helyt a védjegybejelentésének. 2001. december 4-i határozatával (a továbbiakban: az elbíráló határozata) az elbíráló fenntartotta a LIVE RICHLIY szóvédjegy bejelentési kérelmének elutasítását.

5 2002. január 22-én a felperes fellebbezést nyújtott be az OHIM-hoz az elbíráló határozata ellen a 40/94 rendelet 57–62. cikke alapján.

6 2003. június 25-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat) a harmadik fellebbezési tanács elutasította a fellebbezést, és megerősítette az elbíráló elutasító határozatát. A fellebbezési tanács lényegében úgy ítélte meg, hogy a LIVE RICHLIY

védjegy nem felel meg a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt követelményeknek, mivel az érintett vásárlóközönség azt egyszerű dicséretként, nem pedig a szóban forgó szolgáltatások gyártójára vagy forgalmazójára utaló megjelölésként érzékeli.

### **Az eljárás és a felek kérelmei**

- 7 2003. szeptember 15-én a felperes a 40/94 rendelet 63. cikke alapján keresetet nyújtott be az Elsőfokú Bíróság Hivatalához a megtámadott határozattal szemben. Miután az alperes benyújtotta válaszáat, amelyben jelezte, hogy az elbíráló elfogadta a LIVE RICHLÝ védjegyet a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában, a felperes az Elsőfokú Bíróság eljárási szabályzata 135. cikkének (2) bekezdése alapján kérelmezte, hogy választ nyújthasson be. A harmadik tanács elnöke 2004. február 19-i határozatával engedélyezte, hogy a felperes választ terjesszen elő.
  
- 8 Az előadó bíró jelentése alapján az Elsőfokú Bíróság (harmadik tanács) úgy határozott, hogy írásbeli kérdéseket intéz a felekhez, és megnyitja a szóbeli szakaszt. A felek a megállapított határidőn belül válaszoltak ezekre a kérdésekre.
  
- 9 A felek szóbeli előterjesztéseinek és az Elsőfokú Bíróság által feltett kérdésekre adott válaszainak meghallgatására a 2004. december 9-i tárgyaláson került sor. Ennek során az alperes fenntartotta, hogy a LIVE RICHLÝ védjegy bejegyezhető a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában. Ennek előadását követően a felperes elismerte, hogy ezek a szolgáltatások nem képezték az Elsőfokú Bíróság előtti jogvita tárgyát, amely lényegében csak a pénzügyi és valutaszolgáltatásokra vonatkozott. Végül a felperes előadta, hogy a Bíróság a C-64/02. P. sz., OHIM kontra Erpo Möbelwerk ügyben 2004. október 21-én hozott ítéletét [EBHT 2004., I-10031. o.] követően már nem hivatkozik arra, hogy a közösségi védjegy

megkülönböztető képességének hiányát annak általános használatával kell bizonyítani. A felek ezen nyilatkozatai bekerültek a tárgyalásról készült jegyzőkönyvbe.

10 A felperes keresetében azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:

- semmisítse meg a megtámadott határozatot;
- az alperest kötelezze a költségek viselésére.

11 Az alperes azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:

- utasítsa el a keresetet;
- a felperest kötelezze a költségek viselésére.

## **Indokolás**

*A felperes által előterjesztett egyes bizonyítékok elfogadhatóságáról*

A felek érvei

12 A LIVE RICHLIY védjegy megkülönböztető képességére vonatkozó érvelését alátámasztandó, a felperes védjegyekre vonatkozó adatbázisok és internetes oldalak kivonatainak másolatát terjeszti elő, amelyek annak bizonyítására irányulnak, hogy a felperes az egyetlen jogalany, aki a bejelentett megjelölést az érintett szolgáltatások vonatkozásában használja.

- 13 Az alperes szerint ezek az okiratok elfogadhatatlanok, mivel ezeket elsőként csak az Elsőfokú Bíróság előtt mutatták be (lásd e tekintetben az Elsőfokú Bíróság T-128/01. sz., DaimlerChrysler kontra OHIM (Calandre) ügyben 2003. március 6-án hozott ítéletének [EBHT 2003., II-701. o.] 18. pontját).

#### Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

- 14 Emlékeztetni kell arra, hogy a 40/94 rendelet 63. cikke értelmében az Elsőfokú Bírósághoz benyújtott keresetek az OHIM tanácsai által hozott határozatok jogszerűségének vizsgálatára, valamint arra irányulnak, hogy a megsemmisítésre irányuló jogvitában a megtámadott jogi aktus jogszerűségét a jogi aktus meghozatalának időpontjában fennálló ténybeli és jogi helyzet alapján kell megítélni (a Bíróság 15/76. és 16/76. sz., Franciaország kontra Bizottság egyesített ügyekben 1979. február 7-én hozott ítéletének [EBHT 1979., 321. o.] 7. pontja, valamint az Elsőfokú Bíróság T-177/94. és T-377/94. sz., Altmann és társai kontra Bizottság egyesített ügyekben 1996. december 12-én hozott ítéletének [EBHT 1996., II-2041. o.] 119. pontja). Ezért az Elsőfokú Bíróságnak nem feladata az, hogy az első ízben előtte benyújtott bizonyítékok alapján újból megvizsgálja a tényállást. Az elsőként az Elsőfokú Bíróság előtt felhozott bizonyítékok tehát elfogadhatatlanok (lásd e tekintetben a Calandre-ítélet [hivatkozás a 13. pontban] 18. pontját).
- 15 A jelen ügyben úgy tűnik – és ezt a felperes sem vitatja –, hogy azokat az okiratokat, amelyekre a felperes a LIVE RICHLY védjegy kizárólagos használatának igazolásaként hivatkozik, elsőként az Elsőfokú Bíróság előtt terjesztették elő. Következésképpen a felperes ezen okiratait elfogadhatatlannak kell nyilvánítani.
- 16 Ezt a következtetést semmiképpen nem kérdőjelezi meg a felperesnek a tárgyaláson előadott érvei, miszerint először is a hivatkozott okiratok csak a már korábban felhozott tényeket támasztják alá, másodszor ezeket a tényeket az OHIM-nak hivatalból kellett volna vizsgálnia, és harmadszor ezek a tények nem változtatnak a fellebbezési tanács előtti jogvita tárgyán. Mint az a fenti 14. pontban említésre került, az Elsőfokú Bíróság feladata a fellebbezési tanács határozata jogszerűségének vizsgálata. Ebből következik, hogy ezt a vizsgálatot a jogvitának a fellebbezési tanács előtt ismertetett ténybeli és jogi hátterére tekintettel kell elvégezni, illetve hogy az

egyik fél nem változtathatja meg azokat a ténybeli és a jogi elemeket, amelyek alapján a fellebbezési tanács határozatának jogszerűségét vizsgálják (az Elsőfokú Bíróság T-194/01. sz., Unilever kontra OHIM (tojásdad tablettá) ügyben 2003. március 5-én hozott ítéletének [EBHT 2003., II-383. o.] 16. pontja). A fenti 15. pontban már említésre került, hogy a hivatkozott ténybeli elemek új ténybeli elemek, és azokat nem terjesztettek elő a fellebbezési tanács előtt. Ezek az elemek tehát nem tartoznak a jogvitának a fellebbezési tanács előtt, határozata meghozatalakor ismertetett ténybeli és jogi háttérbe. Ezt a megállapítást nem csorbitja, hogy ezek a tények csak a már korábban felhozott tényeket támasztják alá, és hogy ezek lényegében nem változtatnak a jogvita tárgyán. Az Elsőfokú Bíróság jogszerűségi vizsgálatára tekintettel így az Elsőfokú Bíróságnak nem feladata, hogy állást foglaljon ezen tények vonatkozásában. Ezenkívül azzal az érveléssel kapcsolatban, miszerint ezeket a tényeket az OHIM-nak hivatalból kellett volna felvetnie, emlékeztetni kell arra, hogy a 40/94 rendelet 74. cikkének (2) bekezdése szerint a feleknek kell a kellő időben előterjeszteni azokat a bizonyítékokat, amelyeket fel kívánnak használni. Következésképpen az OHIM nem vádolható semmiféle jogsértéssel azon bizonyítékokat illetően, amelyeket a felperes nem terjesztett elő a kellő időben.

### *A meghallgatáshoz való jog megsértésére alapított jogalapról*

#### A felek érvei

- 17 A felperes előadja, hogy kétszeresen megsértették a 40/94 rendelet 73. cikkének második mondatában foglalt meghallgatáshoz való jogát.
- 18 Először; a felperes úgy véli, hogy míg az elbíráló elutasító határozatát a „richly” (gazdagon) szó tisztán gazdasági jelentésére támaszkodva indokolta, addig a fellebbezési tanács a felperes által ismertetett, az előbbbitől eltérő és jobban kimunkált fogalomra alapította határozatát, amely szerint ez a szó „gazdag vagy választékos módon; teljességgel és megfelelően” (in a rich or elaborate manner; fully

and appropriately) jelentéssel bír. A felperes pedig a „richly” szónak erre a kimunkáltabb meghatározására hivatkozott a szóban forgó védjegy lajstromozása érdekében. A felperes szerint a fellebbezési tanács teljesen új tényre támaszkodott, amikor a felperes által a lajstromozás érdekében felhozott érve alapján elutasította a szóban forgó védjegy lajstromozását. Mivel a fellebbezési tanács nem adott lehetőséget a felperesnek arra, hogy erről az új tényről nyilatkozzék, a felperes szerint ezzel megsértette a 40/94 rendelet 73. cikkének második mondatában foglalt meghallgatáshoz való jogát. E tekintetben a Bíróságnak a 136/79. sz., National Panasonic kontra Bizottság ügyben 1980. június 26-án hozott ítéletének (EBHT 1980., 2033. o.) 21. pontjára, valamint a fellebbezési tanácsoknak az R 1112/2000-3. sz., bébé kontra BEBÉ ügyben 2002. április 10-én hozott és az R 476/2002-3. sz., MYKO VITAL kontra Miko ügyben 2003. február 27-én hozott határozatára hivatkozik.

- 19 Másodszer a felperes úgy véli, hogy a fellebbezési tanács azzal is megsértette a meghallgatáshoz való jogát, hogy nem vizsgálta meg a felperes vonatkozó álláspontját annak megállapításakor, hogy a fogyasztók a LIVE RICHLY megjelöléssel jelölt szolgáltatások irányába csekély mértékű figyelmet tanúsítanak.
- 20 Az alperes szerint a fellebbezési tanács az elbíráló határozatának megerősítésekor nem alkalmazta a „richly” (gazdagon) szó új jelentését. Következésképpen úgy véli, hogy a fellebbezési tanács nem sértette meg e tekintetben a felperes meghallgatáshoz való jogát. Az alperes nem tesz külön észrevételt meghallgatáshoz való joga állítólagos második megsértésének vonatkozásában.

Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

– Előzetes észrevételek

- 21 A 40/94 rendelet 73. cikkének második mondata szerint az OHIM határozatai csak olyan érveken és bizonyítékokon alapulhatnak, amelyekkel kapcsolatban az érintett feleknek módjukban állt nyilatkozatot tenni. Ez a rendelkezés a közösségi védjegyjogban a védelemhez való jog biztosításának általános elvét fejezi ki.



- 22 A közösségi jog ezen általános elve alapján a hatósági határozatok azon címzettjeinek, akiknek érdekeit a határozat jelentős mértékben érinti, lehetőséget kell biztosítani arra, hogy álláspontjukat megfelelően kifejhessék (a Bíróság 17/74. sz., *Transocean Marine Paint kontra Bizottság* ügyben 1974. október 23-án hozott ítéletének [EBHT 1974., 1063. o.] 15. pontja és az Elsőfokú Bíróság a T-34/00. sz., *Eurocool Logistik kontra OHIM (EUROCOOL)* ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-683. o.] 21. pontja).
- 23 A jelen ügyben annak vizsgálatáról van szó, hogy a felperesnek valóban nem állt módjában nyilatkoznia azzal kapcsolatban, hogy a fellebbezési tanács a „live richly” kifejezés bizonyos jelentése alapján a felperesétől eltérő érvelést fogadott el, illetve a fellebbezési tanács azon megállapításával kapcsolatban, hogy az érintett vásárlóközönség nem nagyon figyelmes.
- 24 E tekintetben először meg kell vizsgálni az elbíráló határozata és a megtámadott határozat közötti különbségeket a felperes által hivatkozott szempontok vonatkozásában, mivel a két határozat közötti különbség hiányában kizárható a felperes védelemhez való jogának bármilyen megsértése. Ha ugyanis a fellebbezési tanács határozata ezeket a szempontokat illetően csupán megismétli az elbíráló határozatát, úgy kell tekinteni, hogy a felperesnek az elbíráló határozata elleni fellebbezés során módjában állt nyilatkozni ezekről a szempontokról.

– A „live richly” kifejezés jelentései

- 25 A „live richly” kifejezés jelentésével kapcsolatban bevezetésként meg kell jegyezni, hogy a felperes a fellebbezési tanács előtt fellebbezésében jelezte, hogy a „rich” szó a *Collins dictionary* meghatározása szerint első jelentésében „vagyonnal, javakkal stb.

rendelkező, sokat birtokló” (well supplied with wealth, property, etc., owning much), valamint hogy a „richly” szó ugyanezen szótár meghatározása szerint „(a) gazdag vagy választékos módon [...]; (b) teljességgel és megfelelően” ([a] in a rich or elaborate manner [...] ; [b] fully and appropriately [...]).

- 26 Azzal az állítással kapcsolatban, hogy a felperes nem nyilatkozott a fellebbezési tanács indokolására vonatkozóan, amely a „live richly” kifejezésnek a felperes által elfogadottól eltérő jelentésén alapult, és ezzel megsértették a védelemhez való jogát, meg kell jegyezni, hogy az elbíráló határozatában a következők szerint vonja kétségbe a felperes védjegyének megkülönböztető képességét:

„Minden beruházó, akár hivatásos, akár nem, vagyona növelésére törekszik, és minden bank, amely valamennyire is sikeres, gazdagabbá teszi az ügyfeleit, illetve lehetővé teszi számukra, hogy gazdagon éljenek; a felperes minden versenytársa hasonló jelmondatokkal igyekszik magához vonzani az ügyfeleket, amelyek csak azt jelzik egyértelműen, hogy pénzügyi tevékenységet folytatnak.

[...] A befektetések több vagyont eredményeznek, mint más módszerek, így például a rendszeres munka vagy az öröklés. Mit szeretne az, aki ilyen szolgáltatásokért fizet? Gazdaggá válni, vagy mindenestre gazdagon élni.

Az »élni« [live] és a »gazdagon« [richly] köznapi szavak; a »gazdag« szónak gazdaságilag pozitív mellékértelme van.”

- 27 Az elbíráló határozatát követően a felperes a fellebbezési tanács előtt fellebbezésében hangsúlyozta, hogy a „live richly” kifejezést nem kizárólag gazdasági jelentésében kell érteni, hanem szélesebb és határozatlanabb értelemben, amely ragyogó, illetve tapasztalatban bővelkedő életet jelent.

- 28 A megtámadott határozatban a fellebbezési tanács megerősítette az elbíráló elutasító határozatát, különösen a következő indokoknál fogva:

„10 [...] A Collins angol szótár szerint a RICHLY (»gazdagon«) szó jelentése »gazdag vagy választékos módon; teljességgel és megfelelően« (»in a rich or elaborate manner; fully and appropriately«).

- 11 E meghatározás alapján a LIVE és a RICHLY szavak együttes használata a bejelentéssel érintett szolgáltatásokkal összefüggésben világos, dicsérő konnotációjú információt közvetít. Arról tájékoztatja az érintett fogyasztókat, hogy a szóban forgó szolgáltatások gazdag életet tesznek lehetővé számukra.

[...]

- 14 Az alperes azon érvével kapcsolatban, miszerint a RICHLY szónak több konnotációja is van, meg kell jegyezni, hogy valamely megjelölés megkülönböztető képességét csak a bejelentéssel érintett áruk és szolgáltatások vonatkozásában lehet megítélni. Az elbíráló tehát jogosan vette figyelembe a RICHLY szónak azt a jelentését, amely a bejelentéssel érintett szolgáltatásokhoz kapcsolódik.”

- 29 Az elbíráló határozatából így tehát először is az következik, hogy a „richly” szót „pénzzel, vagyonnal rendelkezni” jelentéssel, vagyis gazdasági értelemben vette figyelembe.

- 30 A megtámadott határozatból kitűnik továbbá, hogy a „richly” szónak a fellebbezési tanács által hivatkozott meghatározása elsősorban „in a rich manner” jelentéssel bír. A „rich” szó pedig, mint azt az alperes jelezte, első jelentésében mint „vagyonnal, javakkal stb. rendelkező, sokat birtokló” (well supplied with wealth, property, etc., owning much) határozható meg. Ezt az álláspontot a felperes sem vitatta, aki a fellebbezési eljárás előtt folyt eljárás során ugyanerre a meghatározásra hivatkozott, és a fellebbezésében elismerte, hogy a „rich” szó első jelentésében „jómódút vagy vagyonost” jelent (prosperous or wealthy). Következésképpen a fellebbezési tanács által hivatkozott meghatározásban, csakúgy mint az elbíráló által elfogadottban, a „richly” szó gazdasági jelentése rejlik.
- 31 Másfelől a megtámadott határozat 14. pontja szerint a fellebbezési tanács egyetértett azzal, hogy az elbíráló a „richly” szó jelentését azokra a szolgáltatásokra tekintettel vette figyelembe, amelyekkel kapcsolatban a védjegybejelentést tették. Ebből következően a fellebbezési tanács elfogadta a „richly” szó gazdasági jelentését.
- 32 Következésképpen a „richly” szónak a fellebbezési tanács által elfogadott jelentései valójában nem különböznek az elbíráló által elfogadott jelentésektől.
- 33 Ezt a következtetést az sem kérdőjelezi meg, hogy a fellebbezési tanács jelezte, hogy a „richly” fogalom olyan meghatározását vette figyelembe, amely a „richly” szónak több jelentését foglalja magában. Ugyanis a több jelentést tartalmazó meghatározást úgy kell figyelembe venni, mintha csak az egyik jelentése kerülne figyelembevételre. Az, hogy ennek a szónak mely jelentése került figyelembevételre, a jelen ügyben abból állapítható meg, hogy a fellebbezési tanács megerősítette, hogy az elbíráló pontosan vette figyelembe a „richly” szó jelentését.

- 34 Végül a „gazdag életet él” (to lead a rich life or to live a rich life) kifejezést illetően meg kell jegyezni, hogy ez a kifejezés mind az elbíráló, mind a fellebbezési tanács határozatában szerepel. Mivel ez a kifejezés a „rich” szón alapszik, amelynek – mint fentebb már említésre került – gazdasági értelme van, a megtámadott határozatban való használata nem vonja kétségbe a fenti megállapításokat.
- 35 Azzal kapcsolatban, hogy a felperes az OHIM korábbi határozataira hivatkozik, elegendő emlékeztetni arra, hogy a fellebbezési tanács határozatainak jogszerűségét kizárólag a 40/94 rendelet, illetve annak a közösségi bíróság általi értelmezése alapján kell megítélni, nem pedig az OHIM korábbi határozathozatali gyakorlata szerint (az Elsőfokú Bíróság T-129/01. sz., Alejandro kontra OHIM – Anheuser-Busch [BUDMEN] ügyben 2003. július 3-án hozott ítéletének [EBHT 2003., II-2251. o.] 61. pontja).
- 36 Továbbá mindenképpen fel kell idézni, hogy az Elsőfokú Bíróság már kimondta, hogy a fellebbezési tanácsok alapíthatják határozataikat olyan érvekre, amelyek nem hangzottak el az elbíráló előtt, amennyiben azokra az érintett félnek módjában állt észrevételt tenni, és e tények a szóban forgó jogi rendelkezés alkalmazására kihathattak. Az elbíráló és a fellebbezési tanácsok közötti eljárás egységességének elve alapján az utóbbiak újból megvizsgálhatják a bejelentést anélkül, hogy ebben az elbíráló okfejtése korlátozná őket (az Elsőfokú Bíróság T-122/99. sz., Procter & Gamble kontra OHIM (szappan formája) ügyben 2000. február 16-án hozott ítéletének [EBHT 2000., II-265. o.] 27. pontja és a T-198/00. sz., Hershey Foods kontra OHIM (Kiss Device with plume) ügyben 2002. június 5-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-2567. o.] 25. pontja).
- 37 A jelen ügyben még ha feltételezzük is, hogy a fellebbezési tanács elállt az elbíráló által elfogadott állásponttól, úgy tűnik egyrészt, hogy a fellebbezési tanács nem támaszkodott olyan új tényekre, amelyekről a felperesnek nem állt módjában nyilatkozni. Mivel ugyanis maga a felperes hivatkozott a „richly” szó jelentésének tágabb értelmezésére, nem állíthatja azt, hogy erről nem tudott nyilatkozni. Másrészt

úgy tűnik, hogy a fellebbezési tanács csupán a felperesétől eltérő okfejtés elfogadására szorítkozott. Így a fenti 36. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatra tekintettel ez önmagában nem vezethetett a felperes védelemhez való jogának megsértéséhez.

– Az érintett vásárlóközönség figyelme

38 Azzal kapcsolatban, hogy megsértették a felperes védelemhez való jogát azáltal, hogy a felperes nem nyilatkozott a fellebbezési tanácsnak az érintett vásárlóközönség figyelme mértékéről kialakított álláspontjáról, szintén meg kell vizsgálni a fellebbezési tanács és az elbíráló határozata közötti különbségeket.

39 Az elbíráló határozatának második mondata szerint:

„Arra az érvére válaszolva, miszerint a védjegy bizonytalan és meghatározatlan üzenetet közvetít, mindenekelőtt meg kell jegyezni, hogy a védjegy [...] címzettje a széles értelemben vett vásárlóközönség, amely ésszerűen jól tájékozott, illetve ésszerűen figyelmes és körültekintő [...]”

40 A fellebbezési tanács a megtámadott határozat 13. és 15. pontjában a következőket állapítja meg:

„13 Azzal kapcsolatban, hogyan érzékeli az érintett vásárlóközönség a LIVE RICHLY megjelölést, a fellebbezési tanács az elbírálóhoz hasonlóan úgy véli, hogy ez a jelmondat köznapi szavakból áll, amelyeket az érintett vásárlóközön-

ség a bejelentéssel érintett szolgáltatásokkal társítva egyszerű dicsérő kifejezésként ért, nem pedig a szóban forgó szolgáltatások gyártójára vagy forgalmazójára utaló megjelölésként.

[...]

15 Nyilvánvaló reklámjelentésén túlmenően az érintett vásárlóközönség a LIVE RICHLIY szó szerkezet más vonásából nem gondolhatja könnyen és közvetlenül azt, hogy a megjelölés megkülönböztető védjegy lenne a jelölt szolgáltatások vonatkozásában. Mivel az érintett vásárlóközönség nem ismeri a megjelölés hátterét, azt nem foghatja fel másként, mint reklámkifejezést. Az érintett fogyasztó nem nagyon figyelmes. Ha valamely megjelölés nem jelzi számára azonnal a megvásárolni kívánt dolog eredetét, és csak tisztán reklám jellegű és elvont információt közvetít, akkor nem szán rá időt, hogy tájékozódjon a megjelölés különféle lehetséges rendeltetéséről, és azt nem rögzíti védjegyként.”

41 A felperes a megtámadott határozat 15. pontjából – amely szerint az érintett fogyasztó nem nagyon figyelmes (not very attentive) – arra következtetett, hogy az érintett fogyasztó csekély (low) figyelmet tanúsít.

42 Ezzel szemben az az állítás, hogy a fogyasztó nem nagyon figyelmes, nem jelenti szükségszerűen azt, hogy a fogyasztó csekély figyelmet tanúsít. Ez az állítás ugyanis azt is jelentheti, hogy az érintett fogyasztó ugyan nem szentel nagy figyelmet a szóban forgó védjegynek, ám ésszerű figyelmet tanúsít vele szemben.

- 43 A jelen ügyben meg kell jegyezni, hogy a megtámadott határozat 13. pontjában a fellebbezési tanács megerősíti az elbíráló arra vonatkozó elemzését, hogyan érzékeli az érintett vásárlóközönség a LIVE RICHLIY megjelölést. Határozata második mondatában az elbíráló úgy ítéli meg, hogy a védjegy üzenete a nagyközönségnek szól, amely nem csupán ésszerűen tájékozott és körültekintő, hanem ésszerűen figyelmes is.
- 44 Következésképpen meg kell állapítani, hogy amikor a fellebbezési tanács nem tartotta nagyon figyelmesnek az érintett fogyasztót, valójában úgy ítélte meg, hogy az ésszerűen figyelmes. A fellebbezési tanács csak másképpen fogalmazta meg az elbírálóknak a határozata második mondatában kifejtett álláspontját.
- 45 Mivel a fellebbezési tanács csupán átfogalmazta az elbíráló álláspontját, a felperes tévesen vélte úgy, hogy a fellebbezési tanács csekélynek tekintette az érintett vásárlóközönség figyelmének mértékét, és erről a felperes nem nyilatkozhatott.
- 46 A fent említett indokokból a felperesnek a védelemhez való joga megsértésére alapított kifogásait el kell utasítani.

2.

*Az indokolási kötelezettség megsértésére alapított jogalapról*

- 47 A felperes lényegében úgy véli, hogy a megtámadott határozatot nem indokolták megfelelően, mivel anélkül utasítja el a bejelentett védjegy lajstromozását valamennyi szolgáltatás vonatkozásában, hogy meghatározná azokat az indokokat, amelyek



miatt elutasították a bejelentést a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában. Az alperes vitatja ezt a jogalapot, és úgy véli, hogy az OHIM már az eljárás kezdetétől elfogadta a lajstromozást a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában.

- 48 Az Elsőfokú Bíróság megállapítja, hogy miután az alperes azt nyilatkozta a tárgyaláson, hogy a LIVE RICHLIY védjegy lajstromozható a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában, a felperes kifejezetten elismerte, hogy a jogvita tárgya kifejezetten a pénzügyi és valutaszolgáltatásokra korlátozódik. A felperes ennél fogva elállt az indokolási kötelezettség megsértésére alapított jogalapjától, amely csak a biztosítási és ingatlanszolgáltatásokra vonatkozott. Az Elsőfokú Bíróságnak ezért nem kell határoznia erről a jogalapról.

*A 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontjának megsértésére alapított jogalapról*

A felek érvei

- 49 A felperes szerint a megtámadott határozatot azért is meg kell semmisíteni, mert a fellebbezési tanács tévesen értelmezi benne az azon feltétlen kizáró okot szabályozó 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontját, amely alapján a közösségi védjegy megkülönböztető képességének hiánya miatt nem részesülhet védjegyjoltalomban.
- 50 A felperes mindenekelőtt hangsúlyozza, hogy mind az Elsőfokú Bíróság ítélkezési gyakorlata, mind a fellebbezési tanácsok gyakorlata megerősíti, hogy a jelmondatokra ugyanazok a feltételek vonatkoznak, mint a védjegyek minden többi típusára (az Elsőfokú Bíróság T-138/00. sz., Erpo Möbelwerk kontra OHIM (DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT) ügyben 2001. december 11-én hozott ítéletének

[EBHT 2001., II-3739. o.] 44. pontja és a fellebbezési tanács R 73/1998-2. sz., BEAUTY ISN'T ABOUT LOOKING YOUNG BUT LOOKING GOOD ügyben 1999. február 11-én hozott határozata). A jelen ügyben a felperes úgy véli, hogy a fellebbezési tanács kizárólag azért utasította el a szómegjelölés lajstromozását, mert dicsérő jelmondatról volt szó, és nem nyilatkozik a szóban forgó szolgáltatások megkülönböztetésére vonatkozó képességéről.

51 Végül a felperes előadja, hogy a fellebbezési tanács elismerte, hogy a „live richly” kifejezés nem leíró jellegű. Ennek elismerése a felperes szerint feltételezi, hogy a fellebbezési tanács nem hivatkozhat – mint jelen esetben – kizárólag a kifejezés dicsérő jellegére annak érdekében, hogy kimutassa a szóban forgó védjegy megkülönböztető képességének hiányát. A felperes e vonatkozásban a fellebbezési tanács több határozatára hivatkozik.

52 A felperes úgy véli, hogy a fellebbezési tanács szerinte megalapozatlan álláspontjával szemben, miszerint a „live richly” kifejezés csupán egyszerű dicséret, amelynek egyértelmű jelentése van, valójában ez a kifejezés bizonytalan, határozatlan és kétértelmű jelentésénél fogva különféleképpen értelmezhető, különösen a pénzügyi és valutaszolgáltatások vonatkozásában. A felperes szerint a LIVE RICHLY bejelentett védjegy szójáték, és mint ilyennek aligha van értelme, mivel valószínűleg ahány ember van, annyiféleképpen lehet gazdagon élni, és minden fogyasztó a saját szája íze szerint értelmezi ezt a jelmondatot. Ezenkívül a felperes úgy véli, hogy a szóban forgó védjegy a fogyasztókból meglepetést, zavart vagy tanácsstalanságot vált ki, mert nem számítanak arra, hogy egy bank „gazdagabb életre” buzdítva kínál pénzügyi szolgáltatásokat, ez pedig a LIVE RICHLY védjegy megkülönböztető képességéről tanúskodik. Érvelése alátámasztására a felperes a „gazdag” szónak a *Collins English Dictionary* 1995-ös kiadásában található meghatározására, a fellebbezési tanácsnak és az elbírálónak a „richly” szóról alkotott eltérő értelmezésére, a fellebbezési tanács R 393/2000-1. sz., ES GIBT SIE NOCH, DIE GUTEN DINGE ügyben 2001. október 1-jén hozott határozatára, Egyesült Államokbeli reklámokra, valamint ezekről az interneten fellelhető megjegyzésekre hivatkozik. Különösen úgy gondolja, hogy ezek a megjegyzések arról tanúskodnak, hogy a fogyasztók közelről sem egyszerűen és egységesen érzékelik ezt a védjegyet.

- 53 A felperes szerint másfelől a megtámadott határozat azon a téves feltevésen alapszik, miszerint a fogyasztói figyelem mértéke csekély, holott az valójában jelentős. A felperes szerint a pénzügyi szolgáltatások átlagos fogyasztója különösen óvatos és figyelmes, mivel ezeket a szolgáltatásokat nem lehet csak úgy „a polcra levéve” (off the shelf) megvásárolni, mint egy farmernadrágot vagy egy doboz tejet, és mert alapvető fontosságuk van a fogyasztó életében. Következésképpen az átlagos fogyasztó több időt áldoz a jelmondat jelentésének megértésére, és könnyebben megjegyzi, ha az pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos.
- 54 A felperes szerint az Elsőfokú Bíróságnak a jelmondatokra vonatkozó ítélkezési gyakorlata és a fellebbezési tanácsok határozathozatali gyakorlata is megerősíti a LIVE RICHLY védjegy lajstromozásra való alkalmasságát. A DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT ítéletben (hivatkozás az 50. pontban) és a T-130/01. sz., Sykes Enterprises kontra OHIM (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS) ügyben 2002. december 5-én hozott ítéletében (EBHT 2002., II-5179. o.) az Elsőfokú Bíróság elismerte, hogy egyrészt – az elbíráló 2001. július 3-i levelében foglaltakkal szemben – a fantázia vagy a hozzáadott többletelem hiányából nem következhet a megkülönböztető képesség hiánya. Másrészt az Elsőfokú Bíróság úgy ítéli meg, hogy az azonos vagy hasonló védjegyek piaci használatának döntő szerepe van a védjegy benne rejlő megkülönböztető képességének értékelésében. A felperes szerint különösen a DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT ítéletben (hivatkozás az 50. pontban) fejtette ki az Elsőfokú Bíróság, hogy a megkülönböztető képesség hiányát csak az igazolhatja, ha kimutatásra kerül, hogy a szóban forgó szóvédjegyet bizonyítottan rendszeresen használták. A jelen ügyben a felperes hangsúlyozza egyrészt, hogy az alperes nem bizonyította a „live richly” kifejezés használatát, másrészt pedig ezt a kifejezést sohasem használták pénzügyi vagy valutaszolgáltatások reklámozására, illetve eladására. A felperes úgy véli, hogy jelmondata egyedi és különös jellegű, és így megkülönböztető képességgel rendelkezik a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében.
- 55 A fellebbezési tanácsok állandó gyakorlata is megerősíti a LIVE RICHLY védjegy lajstromozhatóságát. A felperes e tekintetben az R 1090/2000-4. sz., WE GET IT DONE ügyben 2001. november 7-én hozott határozatot említi. Előadja, hogy e határozatból egyrészt arra lehet következtetni, hogy alacsony az előírt mércéje

annak, amely alatt nem lehet alkalmazni a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontját, másrészt hogy az OHIM-nak bizonyítania kell, hogy a védjegy e cikk alapján nem lajstromozható, és a megkülönböztető képesség hiányát nem elég csupán azzal az állítással alátámasztani, hogy semmitmondó jelmondatról vagy egyszerű dicsérő kifejezésről van szó. E határozat alapján a felperes úgy véli, hogy a fellebbezési tanács nem fejtette ki, hogy a „live richly” kifejezés reklámozó és dicsérő jellemzői miért zárnák ki a jelen ügyben azt, hogy a pénzügyi és valutaszolgáltatások átlagos fogyasztója kapcsolatba hozza egymással a megjelölést és a felperest, és ezáltal védjegyként fogja fel a jelmondatot. A felperes arra hivatkozik, hogy a jelmondat többféleképpen értelmezhető, illetve hogy az érintett vásárlóközönség a jelmondatot azonnal megjegyzi, mivel nem számít arra, hogy valamely pénzügyi intézmény ilyen jelmondatral reklámozza szolgáltatásait, valamint hogy ő az egyetlen, aki használja ezt a jelmondatot.

56 A felperes a fellebbezési tanácsok általános gyakorlatából azt vezeti le, hogy a megjelölés megkülönböztető képességének megállapításánál számításba vehető a jelmondat bizonytalan jellege (a WE GET IT DONE határozat [hivatkozás fent], az R 135/2000-2. sz., Taking care of the world's water ... and yours ügyben 2002. február 25-én hozott határozat és az R 222/2001-1. sz., TEAM POWER ügyben 2001. szeptember 18-án hozott határozat). Ebből a gyakorlatból vezeti le azt is, hogy ha a szóban forgó jelmondatot vagy annak egyik változatát nem használják az érintett piacon, úgy ez határozott jele annak, hogy benne rejlő megkülönböztető képességgel rendelkezik (a Taking care of the world's water ... and yours és TEAM POWER határozat [hivatkozás fent], az R 153/1998-2. sz., Früher an Später denken! ügyben 1999. május 4-én hozott határozat, az R 689/1999-3. sz., UNLOCK THE POTENTIAL ügyben 2000. július 5-én hozott határozat, valamint az R 58/2001-4. sz., WHATEVER WHENEVER ügyben 2002. június 5-én hozott határozat).

57 A felperes végül megemlíti, hogy az OHIM a Nizzai Megállapodás 36. osztályába tartozó szolgáltatások vonatkozásában, „pénzügyi, valuta- és ingatlanszolgáltatások” leírással számos olyan jelmondatot lajstromozott, amelyben a „live” vagy a „life” szó szerepelt, így például a make more of life, a WHERE MONEY LIVES és a SO YOU CAN ENJOY LIFE! jelmondatokat. Előadja, hogy ellentmondásos lenne a LIVE RICHLY védjegy lajstromozásának megtagadása ugyanazon szolgáltatások vonatkozásában.

- 58 Számos olyan jelmondatra is hivatkozik, amelyet egyes tagállamok nemzeti hatóságai lajstromoztak, és ez arról tanúskodik, hogy lajstromoztak már a szóban forgó jelmondatnál kevésbé megkülönböztető jelmondatokat is.
- 59 A felperes megjegyzi, hogy a LIVE RICHLY védjegyet számos harmadik ország védjegy hivatalában lajstromozták, így az Ausztrál Nemzetközösségben és az Amerikai Egyesült Államokban, a Nizzai Megállapodás 36. osztályába tartozó ugyanazon áruk vonatkozásában. Bár elismeri, hogy az Amerikai Egyesült Államok és az Ausztrál Nemzetközösség nem tagállamok, a felperes úgy ítéli meg, hogy a LIVE RICHLY védjegy ezen lajstromozásai határozott jelét adják annak, hogy ez a védjegy az angol nyelvű országokban általánosságban bejegyezhető.
- 60 Végül, amennyiben a jogvita csak a LIVE RICHLY védjegynek a pénzügyi és valutaszolgáltatások vonatkozásában történő lajstromozására vonatkozik, a felperes úgy véli, hogy önkényes, következtelen, paradox és ellentmondásos az alperes azon álláspontja, miszerint ez a név azért nem megkülönböztető a nevezett szolgáltatások vonatkozásában, mert a „live richly” kifejezés az anyagi értelemben gazdagabb élet folytatására vonatkozóan közvetít világos üzenetet, közben viszont megkülönböztető jellegű a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában.
- 61 A felperes szerint ez a következtetés azon a közelségen, sőt hasonlóságon alapszik, amely a pénzügyi és a biztosítási szolgáltatások, valamint a pénzügyi és az ingatlanszolgáltatások között áll fenn, és amelyet az alperes korábbi határozataiban már vezérelvül tűzött ki (a fellebbezési tanács R 498/2001-3. sz., TravelCard kontra AIR TRAVEL CARD ügyben 2002. november 27-én hozott határozata, a 1454-2003. sz., LLOYD kontra LLOYDS TSB ügyben 2003. július 21-én hozott határozata és a 2451-2003. sz., ADIGSA kontra ADIG GRUPPE GUT FÜR IHR GELD ügyben 2003. november 11-én hozott határozata).

- 62 A végső ellentmondás a felperes szerint viszont abból következik, hogy az alperes többek között azzal igazolja, hogy a védjegy nem rendelkezik megkülönböztető képességgel a pénzügyi és valutaszolgáltatások vonatkozásában, hogy ez a védjegy azt az üzenetet hordozza, miszerint ezek a szolgáltatások az anyagi értelemben gazdagabb életnek legalábbis a lehetőségét kínálják az érintett vásárlóközönség számára. A felperes szerint még ha valóban helytálló is, hogy így érzékelik ezt a jelmondatot, a fogyasztó szempontjából végső soron a biztosítási és ingatlanszolgáltatások is az egyén lehetséges gazdagodását szolgálják. A felperes ezért úgy véli, hogy a fellebbezési tanácsnak nem sikerült bizonyítania a „live richly” kifejezés megkülönböztető képességének hiányát, hogy ez alapján elutasítsa a védjegybejelentési kérelmet a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján. Ezért a LIVE RICHLY védjegy lajstromozását a szóban forgó szolgáltatások vonatkozásában részben elutasító határozatot meg kell semmisíteni.
- 63 Az alperes vitatja a felperes érveit, és úgy véli, hogy egyik érv sem vonja kétségbe azt, hogy a lajstromoztatni kívánt védjegy nem rendelkezik megkülönböztető képességgel.

### Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

#### – Előzetes észrevételek

- 64 A 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha „nem alkalmas a megkülönböztetésre”. A 40/94

rendelet 7. cikkének (2) bekezdése ezenkívül kimondja, hogy „[a]z (1) bekezdést akkor is alkalmazni kell, ha a kizáró ok csak a Közösség egy részében áll fenn”.

- 65 Mint azt az Elsőfokú Bíróság korábban már kimondta, a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontjának hatálya alá különösen azok a védjegyek tartoznak, amelyek nem teszik lehetővé az érintett vásárlóközönség számára, hogy pozitív vásárlási élmény esetében később újra megvegyék, illetve negatív élmény esetében elkerüljék a szóban forgó árukat vagy szolgáltatásokat (az Elsőfokú Bíróság T-79/00. sz., Rewe-Zentral kontra OHIM (LITE) ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-705. o.] 26. pontja és az EUROCOOL-ítélet [hivatkozás a 22. pontban] 37. pontja). Ilyennek minősülnek az érintett áruk és szolgáltatások reklámozására szokásosan használt megjelölések.
- 66 Nem kétséges, hogy az egyébként reklámjelmondatként, minőségjelzéseként használt vagy a védjeggyel érintett áruk vagy szolgáltatások vásárlására ösztönző megjelölésből vagy jelzésből álló védjegy lajstromozása nem kizárt ezen használat miatt (lásd értelemszerűen a Bíróság C-517/99. sz., Merz & Krell ügyben 2001. október 4-én hozott ítéletének [EBHT 2001., I-6959. o.] 40. pontját). Mindazonáltal az a megjelölés, amely a klasszikus értelemben vett védjegyfunkciókon túl további funkciókat is betölt, csak akkor megkülönböztető a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében, ha egyúttal gyártóra vagy forgalmazóra utaló megjelölésként is felfogható, és ezáltal az érintett vásárlóközönség az összetévesztés veszélye nélkül meg tudja különböztetni a védjegyjogosult áruját vagy szolgáltatását más gyártó vagy forgalmazó árujától vagy szolgáltatásától (az Elsőfokú Bíróság T-122/01. sz., Best Buy Concepts kontra OHIM (BEST BUY) ügyben 2003. július 3-án hozott ítéletének [EBHT 2003., II-2235. o.] 20. és 21. pontja).
- 67 A megkülönböztető jelleg kizárólag egyrészt a bejelentéssel érintett áruk és szolgáltatások, másrészt annak vonatkozásában ítélt meg, milyen képet alkot róla az áruk vagy szolgáltatások fogyasztójából álló érintett vásárlóközönség (az EUROCOOL-ítélet [hivatkozás a 22. pontban] 38. pontja és a LITE-ítélet [hivatkozás a 65. pontban] 27. pontja).

68 Végül a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjából következően a megkülönböztető képesség minimális foka is elegendő ahhoz, hogy ne legyen alkalmazható az e cikkben meghatározott kizáró ok (a LITE-ítélet [hivatkozás a 65. pontban] 28. pontja).

– Az érintett vásárlóközönség és figyelmének mértéke

69 Az érintett vásárlóközöniséget illetően mindenekelőtt emlékeztetni kell arra, hogy a szóban forgó szolgáltatások a Nizzai Megállapodás 36. osztályába tartozó pénzügyi és valutaszolgáltatások. Az e szolgáltatásokkal érintett vásárlóközönségbe valamilyen fogyasztó beletartozik. A bejelentett védjegy megkülönböztető képességét tehát a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő, átlagos fogyasztó feltételezhető elvárását figyelembe véve kell megítélni (lásd értelemszerűen a Bíróság C-210/96. sz., Gut Springenheide és Tusky ügyben 1998. július 16-án hozott ítéletének [EBHT 1998., I-4657. o.] 31. pontját).

70 Emlékeztetni kell továbbá arra, hogy az érintett vásárlóközönség – ebben az esetben az átlagos fogyasztó – által a védjegyről alkotott képet befolyásolja a figyelem mértéke, amely a szóban forgó áru- vagy szolgáltatáscsoport rendeltetésétől függően változhat (lásd a védjegyekre vonatkozó tagállami szabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelvre [HL 1989. L 40., 1. o.] vonatkozóan a Bíróság C-342/97. sz., Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-án hozott ítéletének [EBHT 1999., I-3819. o.] 26. pontját és a 40/94 rendeletre vonatkozóan a Tojásdad tablettá ítélet [hivatkozás a 16. pontban] 42. pontját).



- 71 A felperes e tekintetben a fellebbezési tanács álláspontjával szemben úgy véli, hogy az érintett vásárlóközönség a pénzügyi szolgáltatásokat illetően nyilvánvalóan nagyon figyelmes, mivel ezeket a szolgáltatásokat nem lehet csak úgy „a polcról levéve” (off the shelf) megvásárolni, mint egy farmernadrágot vagy egy doboz tejet, és amelyek alapvető fontossággal bírnak a fogyasztó jövője szempontjából.
- 72 Az Elsőfokú Bíróság mindenekelőtt arra emlékeztet, hogy a felperes értelmezésével szemben, amely szerint a fellebbezési tanács csekélynek minősítette az érintett vásárlóközönség figyelmét, a fellebbezési tanács valójában úgy ítélte meg, hogy az érintett vásárlóközönség ésszerűen figyelmes (lásd a 42. és azt követő pontokat).
- 73 Tekintettel továbbá a szóban forgó pénzügyi és valutaszolgáltatások jellegére, a fogyasztók egy része igen figyelmes vásárlóközönséget alkothat, amennyiben egyrészt a fogyasztói kötelezettségvállalás viszonylag jelentős, másrészt pedig ezek a szolgáltatások meglehetősen technikai jellegűnek mutatkoznak.
- 74 A figyelem mértéke mindazonáltal viszonylag csekélynek mutatkozhat a reklámjellegű jelzések tekintetében, amelyek nem bizonyulnak meghatározónak a körültekintő vásárlóközönség számára (lásd e tekintetben a REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS ítélet [hivatkozás az 54. pontban] 24. pontját és a BEST BUY ítélet [hivatkozás a 66. pontban] 25. pontját).
- 75 Ennélfogva meg kell állapítani, hogy a jelölt szolgáltatások összességének címettje a szokásosan tájékozott és körültekintő közönség.

76 Másfelől, mivel a LIVE RICHLY szövmegjelölés angol szavakból áll, az érintett vásárlóközönség angol nyelvű, illetve ha nem angol nyelvű, akkor megfelelő angolnyelv-tudással rendelkező vásárlóközönség.

– Az érintett vásárlóközönség által alkotott képről

77 Meg kell vizsgálni, milyen képet alkot az érintett vásárlóközönség a LIVE RICHLY megjelölésről mint pénzügyi és valutaszolgáltatásokat jelölő védjegyről.

78 E tekintetben meg kell jegyezni, hogy a fellebbezési tanács úgy ítélte meg, hogy a LIVE RICHLY megjelölés két olyan szokásos angol szóból álló jelmondat, amelyet az érintett vásárlóközönség egyszerű dicsérő kifejezésnek vesz, amely szerint a felperes szolgáltatásai gazdag életet biztosítanak a fogyasztóknak. A fellebbezési tanács ezenkívül úgy vélte, hogy nyilvánvaló reklámjelentésén túl az érintett vásárlóközönség a LIVE RICHLY megjelölést nem tudja könnyen és azonnal úgy megjegyezni, mint a jelölt szolgáltatásokra vonatkozó védjegyet. Mivel az átlagos fogyasztó nem nagyon figyelmes, ha a megjelölés nem jelzi számára közvetlenül a jelölt áru vagy szolgáltatás eredetét, és csak tisztán reklámozó jellegű és elvont információt közvetít, akkor nem szán rá időt, hogy tájékozódjon a megjelölés különféle lehetséges rendeltetéséről, és nem gondolja védjegynek. Ezen okból kifolyólag a fellebbezési tanács arra a megállapításra jutott, hogy a megjelölés nem képezheti védjegy tárgyát.

- 79 Figyelemmel ezen megállapításokra, téves a felperes azon állítása, miszerint a fellebbezési tanács álláspontja szerint a szóban forgó megjelölés kizárólag azért nem lajstromozható, mert dicsérő reklámkifejezésről van szó. Ezen megállapítások alapján cáfolható továbbá a felperes azon érve, miszerint a fellebbezési tanács tartózkodott annak minősítésétől, hogy a LIVE RICHLIY megjelölés alkalmas-e arra, hogy általa meg lehessen különböztetni a felperes szolgáltatásait a versenytársak szolgáltatásaitól.
- 80 Amikor a megtámadott határozat 15. pontjában a fellebbezési tanács azt a megállapítást tette, hogy az érintett vásárlóközönség a megjelölést nem tudja könnyen és azonnal úgy megjegyezni, mint a jelölt szolgáltatásokra vonatkozó védjegyet, nemcsak arra következtetett, hogy a „live richly” kifejezés reklámjellege miatt a szóban forgó megjelölés nem rendelkezik megkülönböztető képességgel, hanem azt is figyelembe vette, hogy alkalmas lehet-e ez a megjelölés arra, hogy az érintett vásárlóközönség meg tudja különböztetni a felperes árúját valamely másik versenytárs árújától.
- 81 Ezen túlmenően, mivel több alkotóelemből álló (összetett) védjegyről van szó, megkülönböztető képességének megítélésekor azt egészében kell figyelembe venni (az Elsőfokú Bíróság T-79/01. és T-86/01. sz., Bosch kontra OHIM (Kit pro és Kit Super Pro) egyesített ügyekben 2002. november 20-án hozott ítéletének [EBHT 2002., II-4881. o.] 22. pontja).
- 82 E tekintetben meg kell jegyezni, hogy – mint ezt a felek is elismerik – a LIVE RICHLIY megjelölés, ha nem is kizárólagosan és közvetlenül ír le valamely szolgáltatást vagy árut, két hétköznapi angol szóból áll, amelyeknek együttesen önálló jelentésük van. Ezt a megjelölést ugyanis könnyen lehet úgy érteni, hogy a felperes szolgáltatásai gazdag életmódot tesznek lehetővé a szolgáltatás igénybe vevői számára.

- 83 Természetesen ha a „gazdag életmód” kifejezés különféleképpen érthető, és ezért bizonytalan az értelme, a szóvédjegy jelentését a védjegybejelentésben feltüntetett szolgáltatásokra tekintettel kell megvizsgálni (lásd a Kit pro és Kit Super pro ítélet [hivatkozás a 81. pontban] 24. pontját és a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot). Amennyiben a szóban forgó szóvédjegyet pénzügyi és valutaszolgáltatásokkal hozzák összefüggésbe, úgy elsősorban anyagi vagy gazdasági értelemben fogják fel. A fellebbezési tanács ezért helytállóan ítélte meg úgy, hogy a LIVE RICHLY megjelölés a pénzügyi és valutaszolgáltatásokkal összefüggésben világos, dicsérő konnotációjú információt közvetít.
- 84 Másfelől meg kell állapítani, hogy a nem leíró jellegű LIVE RICHLY megjelölés attól még nem rendelkezik megkülönböztető jelleggel, hogy több jelentése is lehet, hogy szójátékot alkot, és hogy ironikusan, meglepően vagy váratlanul fogható fel. Ezen különféle elemektől ez a megjelölés nem lesz egyúttal oly mértékben megkülönböztető jellegű sem, hogy az érintett vásárlóközönség gyártóra vagy forgalmazóra utaló megjelölésként fogja fel, és ezáltal az összetévesztés lehetősége nélkül meg tudja különböztetni a védjegyjogosult szolgáltatását más gyártó vagy forgalmazó szolgáltatásától (a BEST BUY ítélet [hivatkozás a 66. pontban] 21. pontja; a REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS ítélet [hivatkozás a 66. pontban] 28. pontja és az Elsőfokú Bíróság T-146/02–T-153/02. sz., Deutsche SiSi-Werke kontra OHIM (álló tasak) ügyben 2004. január 28-án hozott ítéletének [EBHT 2004., II-447. o.] 38. pontja).
- 85 Mint arra a fellebbezési tanács is rámutatott, a jelen ügyben az érintett vásárlóközönség a pénzügyi és valutaszolgáltatásokkal összefüggésben valóban mindenekelőtt reklámkifejezésként érzékeli a megjelölést, nem pedig a szóban forgó szolgáltatások gyártójára vagy forgalmazójára való utalásként. A LIVE RICHLY megjelölés nem tartalmaz olyan elemeket, amelyek alapján az érintett vásárlóközönség ezt a megjelölést nyilvánvaló reklámjelentésén túl könnyen és azonnal úgy meg tudná jegyezni, mint a jelölt szolgáltatásokra vonatkozó megkülönböztető védjegyet. Még ha feltételezzük is, hogy a szóban forgó megjelölést önmagában, más megjelölés vagy védjegy nélkül használnák, az érintett vásárlóközönség – hacsak nem figyelmeztetik előre – nem érzékelheti másként, csakis reklám célzatú értelemben (a REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS ítélet [hivatkozás az 54. pontban] 28. pontja).

86 Annak az álláspontnak az ellentmondásos jellegét illetően, hogy az OHIM a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában elfogadta a LIVE RICHLIY védjegyet, hangsúlyozni kell, hogy az Elsőfokú Bíróság hatásköre arra terjed ki, hogy a 40/94 rendeletet az elé terjesztett jogvitára alkalmazza. Természetesen amennyire lehetséges, egységességet kell tartani a védjegyek elfogadásában, ám az Elsőfokú Bíróságnak nem feladata, hogy az elé terjesztett jogvitán kívül a védjegyekről határozzon.

– Azzal kapcsolatban, hogy a felperes kizárólagosan használta a védjegyet

87 Arra az évrre vonatkozóan, hogy nem vették figyelembe a bejelentett védjegy használatának hiányát, a felperes a tárgyaláson előadta, hogy az OHIM kontra Erpo Möbelwerk ítéletet [hivatkozás a 9. pontban] követően visszavonja azt az állítását, hogy az OHIM-nak a közösségi védjegy általános használatával kell igazolni a megkülönböztető képesség hiányát. Ez a nyilatkozat bekerült a tárgyalásról készült jegyzőkönyvbe. A felperes mindazonáltal arra hivatkozik, hogy a védjegy használatának hiánya arra utalhat, hogy a versenytársak saját szolgáltatásaik feltüntetésére nem támaszkodhatnak erre a kifejezésre.

88 Az Elsőfokú Bíróság e tekintetben emlékeztet arra, hogy a védjegy megkülönböztető képessége az alapján ítéltető meg, hogy az érintett vásárlóközönség egyúttal a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások gyártójára vagy forgalmazójára utaló megjelölésként is felfoghatja (lásd fentebb a 66. pontot). A korábbi használat hiánya nem feltétlenül annak jele, hogy így fogják fel.

89 A jelen ügyben a fenti szempontokra tekintettel a használat hiánya – még ha bizonyított is – nem kérdőjelezi meg a szóban forgó szolgáltatásokról alkotott képet. A felperes érvét ezért el kell utasítani.

– A védjegy kitalált jellegének hiányát illetően

90 A felperes szerint alaptalan, hogy az elbíráló 2001. július 3-i levelében a védjegy kitalált jellegének hiányára tekintettel utasította el a védjegybejelentést.

91 Az Elsőfokú Bíróság ezzel kapcsolatban emlékeztet arra, hogy az ítélkezési gyakorlat alapján az eredeti többletelem hiányából (az Elsőfokú Bíróság T-87/00. sz., Bank für Arbeit und Wirtschaft kontra OHIM (EASYBANK) ügyben 2001. április 5-én hozott ítéletének [EBHT 2001., II-1259. o.] 39. pontja) vagy a leheletnyi képzelőerő hiányából (az Elsőfokú Bíróság T-135/99. sz. Taurus-Film kontra OHIM [Cine Action] ügyben 2001. január 31-én hozott ítéletének [EBHT 1999., II-379. o.] 31. pontja és a T-136/99. sz., Taurus-Film kontra OHIM [CineComedy] ügyben 2001. január 31-én hozott ítéletének [EBHT 2001., II-397. o.] 31. pontja) nem következhet a megkülönböztető képesség hiánya, mivel valamely közösségi védjegyet nem feltétlenül újonnan alkotnak meg, és az nem feltétlenül eredeti vagy kitalált elemeken alapul, hanem az arra való alkalmasságán, hogy a versenytársak azonos fajtájú áruikhoz vagy szolgáltatásaihoz képest egyes árukat és szolgáltatásokat egyedivé tud tenni a piacon (a LITE-ítélet [hivatkozás a 65. pontban] 30. pontja).

92 A jelen ügyben a megtámadott határozatból nem következik, hogy a fellebbezési tanács arra alapította volna megállapítását, hogy a megkülönböztető képesség meglétének feltétele, hogy a védjegy eredeti vagy kitalált legyen.

- 93 A 40/94 rendelet 63. cikke alapján kizárólag a fellebbezési tanácsok határozatai támadhatók meg keresettel az Elsőfokú Bíróság előtt. A felperes viszont kifogását arra alapítja, hogy az elbíráló 2001. július 3-i levelében az eredetiség és a kitalált jelleg szempontjait vette figyelembe, amelyre azonban a megtámadott határozat nem volt tekintettel.
- 94 Következésképpen még ha feltételezzük is, hogy az elbíráló határozatában tévesen vette figyelembe ezt a feltételt, mivel nincsen erre utaló jel a megtámadott határozatban, ezt az érvet el kell utasítani.

– Az OHIM és más hatóságok gyakorlata

- 95 A felperesnek az OHIM korábbi határozataira, az OHIM által és a tagállamokban lajstromozott jelmondatokra, valamint a LIVE RICHLY védjegy harmadik országokban történt elfogadására hivatkozó érveivel kapcsolatban elegendő arra emlékeztetni, hogy egyrészt a közösségi védjegyszabályozás autonóm rendszert alkot (az Elsőfokú Bíróság T-32/00. sz., Messe München kontra OHIM (electronica) ügyben 2000. december 5-én hozott ítéletének [EBHT 2000., II-3829. o.] 47. pontja), és hogy másrészt a fellebbezési tanács határozatainak jogszerűségét kizárólag a 40/94 rendelet, illetve e rendeletnek a közösségi bíróság általi értelmezése alapján kell megítélni, nem pedig az OHIM korábbi határozathozatali gyakorlata alapján (a BUDMEN-ítélet [hivatkozás a 35. pontban] 61. pontja és az Elsőfokú Bíróság T-106/00. sz., Streamserve kontra OHIM (STREAMSERVE) ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-723. o.] 66. pontja).
- 96 Ezért a felperesnek az OHIM korábbi határozataira, az OHIM által vagy a tagállamokban lajstromozott más jelmondatokra, valamint a LIVE RICHLY védjegy harmadik országokban történt lajstromozására hivatkozó érvei nem relevánsak, és azokat el kell utasítani.

## A költségekről

### *A felek érvei*

- 97 A felperes szerint a megtámadott határozatból nem lehet arra következtetni, hogy a védjegybejelentést egyedül a pénzügyi és valutaszolgáltatások vonatkozásában utasították el. A felperes szerint az alperes csak az eljárás során ismerte el, hogy a LIVE RICHLY védjegy lajstromozható a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában. Következésképpen úgy véli, hogy az alperest kötelezni kell a jelen kereset során felmerült költségek legalább kétharmadának viselésére.
- 98 A tárgyaláson az alperes úgy vélte, hogy a védjegynek a biztosítási és ingatlanszolgáltatások vonatkozásában történő lajstromozására vonatkozó nyilatkozatai nem hatnak ki a költségek megosztására.

### *Az Elsőfokú Bíróság álláspontja*

- 99 Az eljárási szabályzat 87. cikkének 2. §-a alapján a Bíróság a peresztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. Ezenkívül az eljárási szabályzat 87. cikkének 6. §-a alapján, ha az eljárás okafogyottá válik, a költségekről az Elsőfokú Bíróság szabad mérlegelése szerint határoz.



- 100 A jelen ügyben az alperes kérte a felperesnek a költségek viselésére való kötelezését. A felperes által hivatkozott valamennyi jogalap elutasításra került, kivéve az indokolási kötelezettség megsértésére vonatkozó jogalapot, amelyről a felperesnek a jogvita tárgyát érintő kiigazítására tekintettel (lásd a 48. pontban) nem szükséges határozni. A felperes kiigazításai azonban az alperes azon nyilatkozatait követte, amelyeket első ízben az eljárás során terjesztett elő, és amelyek a bejelentett védjegynek a biztosítási és ingatlanszolgáltatásokkal kapcsolatban történő lajstromozására vonatkoztak, amely szolgáltatásokról a megtámadott határozatból nem derült ki egyértelműen, hogy a lajstromozás elutasítása azokra nem vonatkozik.
- 101 Ilyen körülmények között el kell rendelni, hogy a felperes maga viseli saját költségeit és az alperes részéről felmerült költségek felét.

A fenti indokok alapján,

### AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG (harmadik tanács)

a következőképpen határozott:

- 1) A keresetet elutasítja.

- 2) **A felperest kötelezi saját költségeinek és az alperes részéről felmerült költségek felének viselésére.**
- 3) **Az alperes maga viseli saját költségei felét.**

Jaeger

Azizi

Cremona

Kihirdetve Luxembourgban, a 2005. szeptember 15-i nyilvános ülésen.

H. Jung

hivatalvezető

M. Jaeger

elnök