

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH
vastaan
sisämarkkinoiden harmonisointivirasto
(tavaramerkit ja mallit) (SMHV)

Yhteisön tavaramerkki — Sanamerkki EUROPREMIUM — Ehdoton hylkäysperuste
— Erottamiskyky — Asetuksen (EY) N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohta

Yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio (kolmas jaosto)

12.1.2005 II - 68

Tuomion tiivistelmä

1. *Yhteisön tavaramerkki — Yhteisön tavaramerkin määritelmä ja hankkiminen — Ehdottomat hylkäysperusteet — Tavaramerkki, joka koostuu osista, jotka ovat mainoksissa käytettäviä iskusanoja — Rekisteröinnin edellytys — Kyky tulla käsitetyksi merkintänä tavaramerkin kattamien tavaroiden tai palvelujen kaupallisesta alkuperästä — Tutkiminen asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan kannalta — 7 artiklan 1 kohdan c alakohta — Eri soveltamisperusteet*
(Neuvoston asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b ja c alakohta)

2. *Yhteisön tavaramerkki — Yhteisön tavaramerkin määritelmä ja hankkiminen — Ehdottomat hylkäysperusteet — Tavaramerkit, jotka muodostuvat yksinomaan sellaisista merkeistä tai merkinnöistä, joita voidaan käyttää osoittamaan tavarain ominaisuuksia — Sanamerkki EUROPREMIUM*

(Neuvoston asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohta)

1. Sellaisen yhteisön tavaramerkin rekisteröinti, joka koostuu merkeistä tai ilmauksista, jotka ovat mainoksissa käytettäviä iskusanoja, laatua koskevia ilmauksia tai kehoituksia ostaa niitä tavaroita tai palveluja, joita varten tavaramerkkiä on käytetty, ei ole sellaisenaan poissuljettua tällaisen käytön takia, kunhan kyseinen tavaramerkki vain voidaan heti ymmärtää niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten sitä on käytetty, kaupallista alkuperää koskeväksi merkinnäksi, jolloin kohdeyleisö voi erottaa ilman sekaannuksen mahdollisuutta tavaramerkin haltijan tavarat tai palvelut niistä, joilla on toinen kaupallinen alkuperä.

Tällaisen tavaramerkin kyseistä kykyä tulla käsitetyksi merkintänä tavaroiden ja palvelujen kaupallisesta alkuperästä on tutkittava asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan kannalta.

Jotta sitä vastoin tavaramerkki voisi kuulua asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan soveltamisalaan,

sen on kuvattava erityisellä tavalla, objektiivisesti ja muutoin kuin epämääräisesti kyseisten tavaroiden ja palvelujen oleellista luonnetta.

(ks. 38, 39 ja 41 kohta)

2. Ei ole osoitettu, että sanamerkki EUROPREMIUM, jonka rekisteröintiä yhteisön tavaramerkiksi haetaan erityisesti Nizzan sopimukseen pohjautuvan luokituksen luokkiin 16, 20, 35 ja 39 kuuluvia eri materiaaleista olevia pakattavia, järjestettäviä tai kuljetettavia tavaroita, mainontapalveluja, kaupallisen alan asiainhoitoa tai avustamista sekä kuljetus- ja varastointipalveluja varten ja jonka englantia puhuva keskiwertokuluttaja voisi ymmärtää viittaukseksi eurooppalaista alkuperää oleviin korkealaatuisiin tavaroihin ja palveluihin, voi toimia suoraan asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitettulla tavalla näiden tavaroiden ja palvelujen kuvaajana.

Yhtäältä itse asiassa kyseessä oleva merkki ei koostu hakemuksessa mainituista tavaroita ja palveluja kuvaavista elementeistä, koska etuliite "euro" ei määritä kyseisiä tavaroita ja palveluja suoraan eikä niiden jonkin oleellisen ominaisuuden mainitsemalla ja koska sana "premium" on vain ylistävä sana, jolla pyritään tuomaan esiin ominaisuus, jonka hakija haluaa liittää omiin tuotteisiinsa antamatta kuluttajille muutoin tietoa tarjottujen tavaroiden tai palvelujen erityisistä objektiivisesti todettavista piirteistä.

Toisaalta ei ole todettu sitä, että sana europremium, kun sitä tarkastellaan kokonaisuutena, on tai voisi olla yleisnimi tai yleisesti käytetty nimitys yksilöimään tai luonnehtimaan niitä tavaroita tai palveluja, joista on kyse.

(ks. 28, 34, 36, 43, 45 ja 46 kohta)