

Asia T-296/02

Lidl Stiftung & Co. KG
vastaan
sisämarkkinoiden harmonisointivirasto
(tavaramerkit ja mallit) (SMHV)

Yhteisön tavaramerkki — Väite — Sekaannusvaara — Yhteisön sanamerkkiä
LINDENHOF koskeva hakemus — Aikaisempi sana- ja kuviomerkki LINDERHOF
— Asetuksen (EY) N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohta

Yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio (toinen jaosto)
15.2.2005 II - 566

Tuomion tiivistelmä

- 1. Yhteisön tavaramerkki — Muutoksenhakumenettely — Kanne yhteisöjen tuomioistuimissa — Väitemenettelyä koskevan valituslautakunnan päätöksen laillisuus — Riitauttamista uusien tosiseikkojen perusteella ei voida hyväksyä (Neuvoston asetuksen N:o 40/94 63 artikla ja 74 artiklan 1 kohta)*

2. *Yhteisön tavaramerkki — Muutoksenhakumenettely — Asian ensimmäisenä asteena ratkaisseen viraston yksikön päätöksestä tehty ja valituslautakuntaan siirretty valitus — Uusien tosiseikkojen tai uuden näytön huomioon ottaminen — Sallittavuus — Laajuus (Neuvoston asetuksen N:o 40/94 74 artiklan 2 kohta)*
3. *Yhteisön tavaramerkki — Yhteisön tavaramerkin määritelmä ja hankkiminen — Suhteelliset hylkäysperusteet — Väite, jonka on tehnyt sellaisen aikaisemman tavaramerkin haltija, joka on sama tai samankaltainen kuin haettu tavaramerkki ja joka on rekisteröity samoja tai samankaltaisia tavaroita tai palveluja varten — Sekaannusvaara haetun tavaramerkin ja aikaisemman tavaramerkin välillä — Sanamerkki LINDENHOF ja sana- ja kuviomerkki LINDERHOF (Neuvoston asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohta)*

1. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimessa nostettu kanne, joka koskee sisämarkkinoiden harmonisointiviraston (tavaramerkit ja mallit) valituslautakuntien päätöksiä, koskee kyseisten päätösten yhteisön tavaramerkistä annetun asetuksen N:o 40/94 63 artiklassa tarkoitettua laillisuusvalvontaa. Tosiseikoilla, joihin vedotaan ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimessa ilman, että niitä on mainittu viraston eri elimissä, ei voi olla vaikutusta tällaisen päätöksen laillisuuteen kuin silloin, jos viraston olisi pitänyt ottaa ne huomioon viran puolesta.

tosiseikkoja, joihin osapuolet eivät ole vedonneet. Tästä seuraa, ettei tällaisilla tosiseikoilla voida asettaa kyseenalaiseksi valituslautakunnan päätöksen laillisuutta.

(ks. 31 kohta)

Kyseisen asetuksen 74 artiklan 1 kohdan loppuosasta, jonka mukaan rekisteröinnin suhteellisia hylkäysperusteita koskevassa menettelyssä viraston tutkimus rajoittuu seikkoihin, joihin osapuolet ovat vedonneet, ja osapuolten esittämiin vaatimuksiin, käy ilmi, että virasto voi olla ottamatta huomioon viran puolesta

2. Sisämarkkinoiden harmonisointiviraston (tavaramerkit ja mallit) valituslautakuntien tutkiessa uudelleen viraston yksiköiden ensimmäisenä asteena tekemiä päätöksiä, valituslautakunnat voivat hyväksyä valituksen sellaisten uusien tosiseikkojen perusteella, joihin valituksen tehnyt osapuoli on vedonnut tai jopa sen esittämien uusien todisteiden perusteella, sanotun kuitenkin rajoittamatta yhteisön tavaramerkistä annetun asetuk-

sen N:o 40/94 74 artiklan 2 kohdan soveltamista.

(ks. 33 kohta)

3. Saksalaisten keskivertokuluttajien parissa ei ole sekaannusvaaraa sanamerkin LINDENHOF, jonka rekisteröimistä yhteisön tavaramerkiksi on haettu seuraaville Nizzan sopimuksen luokkaan 32 kuuluville tavaroille: ”kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; hedelmäjuomat ja hedelmätuoremehut”, ja toisaalta sen sana- ja kuvomerkin välillä, johon sisältyy täydentävien sanallisten elementtien ja koristeellisten kuvioelementtien lisäksi sanallinen elementti ”linderhof” ja joka on rekisteröity aiemmin Saksassa kyseisen sopimuksen luokkaan 33 kuuluville ”kuohuviineille”.

Vaikka onkin totta, että kyseisten tavaramerkkien on katsottava olevan samankaltaisia, ottaen huomioon yhtäältä termin ”linderhof” ja toisaalta hallitsevan sanallisen elementin ”linderhof” samankaltaisuus visuaalisella, foneettisella ja käsitteellisellä tasolla, kyseisten tuotteiden eroavuudet, jotka johtuvat muun muassa siitä, että niiden ei voida katsoa kuuluvan samaan juomien ryhmään, ovat suuremmat kuin riidanalaisen tavaramerkkien välinen samankaltaisuus, joten keskivertokuluttaja ei luule, että riidanalaisilla tavaroilla, jotka on varustettu riidanalaisilla tavaramerkeillä, olisi sama kaupallinen alkuperä. Lisäksi ei voida katsoa, että aikaisemmalla tavaramerkillä olisi vahva erottamiskyky.

(ks. 51, 64, 67, 68 ja 71 kohta)