

Byla T-396/02

**August Storck KG
prieš
Vidaus rinkos derinimo tarnybą
(prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT)**

„Bendrijos prekių ženklas — Erdvinis prekių ženklas — Saldainio forma —
Absoliutūs atmetimo pagrindai — Reglamento (EB) Nr. 40/94 7 straipsnio
1 dalies b punktas — Dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis —
Reglamento (EB) Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalis“

2004 m. lapkričio 10 d. Pirmosios instancijos teismo (ketvirtoji kolegija) spren-
dimas II - 3824

Sprendimo santrauka

- 1. Bendrijos prekių ženklas — Registravimo procedūra — Prekių ženklo paraiškos atšaukimas, apribojimas ir pakeitimas — Reikalavimas veikti aiškiai ir besąlygiškai — Subsidiariai pasiūlytas apribojimas — Neatsižvelgimas
(Tarybos reglamento Nr. 40/94 44 str. 1 dalis)*

2. *Bendrijos prekių ženklas — Bendrijos prekių ženklo sąvoka ir igijimas — Absoliutūs atmetimo pagrindai — Skiriamųjų požymių neturintys prekių ženklai — Erdvinis prekių ženklas — Saldainio forma*

(Tarybos reglamento Nr. 40/94 7 str. 1 dalies b punktas)

3. *Bendrijos prekių ženklas — Bendrijos prekių ženklo sąvoka ir igijimas — Absoliutūs atmetimo pagrindai — Skiriamųjų požymių neturintys, apibūdinantys arba bendriniai prekių ženklai — Išimtis — Skiriamojo požymio igijimas dėl naudojimo — Vertinimo kriterijai*

(Tarybos reglamento Nr. 40/94 7 str. 3 dalis)

1. Jei tiesa, kad pagal Reglamento Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo 44 straipsnio 1 dalį pareiškėjas gali bet kada atšaukti savo prekių ženklo paraišką arba apriboti joje nurodytų prekių ar paslaugų sąrašą ir kad galimybę apriboti prekių ir paslaugų sąrašą turi tik pareiškėjas, kuris gali bet kada pateikti prašymą šiuo klausimu Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui), Bendrijos prekių ženklo paraiškos atšaukimas, visiškai ar iš dalies, arba joje esančių prekių ar paslaugų sąrašo apribojimas turi būti aiškus ir besąlygiškas.

siūlymą apriboti prekių ženklo paraišką je nurodytų prekių sąrašą paliekant tik jų dalį.

(žr. 19, 20 punktus)

Todėl neturi būti atsižvelgiama į pareiškėjo ieškinį, pareikštame dėl jo paraiškos įregistruoti atmetimo, subsidiariai, t. y. tik tuo atveju, jeigu Apeliacinė taryba atmetų minėtą paraišką visoms joje nurodytoms prekėms, pateiktą pa-

2. Erdvinis žymuo, kurį sudaro ovalios formos ir šviesiai rudos spalvos saldainio su išgaubtais kraštais, apvaliu įdubimu centre ir plokščia apatine puse vaizdas ir kurį prašoma įregistruoti pagal Nicos sutartį 30 klasei priklausantiems „saldumynams“, neturi skiriamojo požymio atitinkamų prekių atžvilgiu Reglamento Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo 7 straipsnio 1 dalies b punkto prasme, nes nagrinėjama forma iš esmės nesiskiria nuo atitinkamų prekių tam tikrų pagrindinių formų, kurios yra įprastai naudojamos prekyboje, kur, kita vertus, ji yra veikiau vienas iš pastarųjų variantų. Taigi ji nesuteiks paprastam vartotojui galimybės nedelsiant ir aiškiai atskirti

pareiškėjo saldinių nuo kitos komercinės kilmės saldinių.

dalyje, kurioje jis jo neturėjo pagal minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies b–d punktus.

(žr. 44, 45 punktus)

3. Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalyje nurodytas skiriamojo požymio įgijimas dėl Bendrijos prekių ženklo naudojimo reikalauja, pirma, kad bent jau didelė suinteresuotos visuomenės dalis dėl prekių ženklo identifiкуotų atitinkamas prekes ar paslaugas kaip kilusias iš konkrečios įmonės. Vis dėlto aplinkybės, kuriomis su skiriamojo požymio įgijimu dėl naudojimo susijusi sąlyga gali būti laikoma patenkinta, negali būti nustatomos remiantis tik bendrais ir abstrakčiais duomenimis, pavyzdžiui, nustatytais procentais.

Antra, kad būtų leista įregistruoti prekių ženklą pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalį, dėl prekių ženklo naudojimo įgytas skiriamasis požymis turi būti įrodytas Europos Sąjungos

Trečia, siekiant šiuo atveju įvertinti skiriamojo požymio įgijimą dėl naudojimo, reikia atsižvelgti į tokius veiksnius, kaip antai rinkos dalis, kurioje naudojamas prekių ženklas, jo naudojimo dažnumas, geografinės ribos ir trukmė, įmonės investicijų, skirtų šio prekių ženklo reklamai, dydis, kiek yra suinteresuotų asmenų, kurie dėl prekių ženklo atskiria prekę, kaip kilusią iš konkrečios įmonės, taip pat prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų pareiškimai.

Ketvirta, prekių ženklo skiriamasis požymis, įskaitant įgytąjį dėl naudojimo, taip pat turi būti vertinamas atsižvelgiant į prekes arba paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, ir į tai, kaip nagrinėjamų prekių ar paslaugų kategoriją gali suvokti paprastas, pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus vartotojas.

(žr. 56–59 punktus)