

Förenade målen T-81/03, T-82/03 och T-103/03

Mast-Jägermeister AG

mot

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

”Gemenskapsvarumärke – Invändningsförfarande — Ansökningar om registrering som gemenskapsvarumärken av figurmärkena VENADO med ram, VENADO och VENADO ESPECIAL – Äldre gemenskapsvarumärken i form av figurmärken föreställande ett hjorthuvud sett framifrån inuti en cirkel — Relativt registreringshinder — Risk för förväxling — Artikel 8.1 b i förordning (EG) nr 40/94”

Förstainstansrättens dom (femte avdelningen) av den 14 december 2006 . . . II - 5411

Sammanfattning av domen

Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Relativt registreringshinder — Invändning från innehavaren av ett identiskt eller liknande äldre varumärke som registrerats för varor eller tjänster som är identiska eller av liknande slag (Rådets förordning nr 40/94, artikel 8.1 b)

Det föreligger hos den spanska genomsnittskonsumenten en risk för förväxling mellan å ena sidan figurmärkena VENADO med ram, VENADO och VENADO ESPECIAL föreställande ett hjorthuvud sett framifrån inuti en cirkel, som sökts registrerade som gemenskapsvarumärken för "mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och fruktjuicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker" och "rom och romlikörer och brännvin", som omfattas av klasserna 32 respektive 33 i den mening som avses i Niceöverenskommelsen, och å andra sidan ett figurmärke föreställande ett hjorthuvud sett framifrån inuti en cirkel, tidigare registrerat som gemenskapsvarumärke för "icke alkoholhaltiga drycker" och "viner, mousserande viner, fruktviner, mousserande fruktviner, spritdrycker" i samma klasser i Niceöverenskommelsen.

Med hänsyn till att de berörda varorna till stor del är av samma slag och i övrigt av mycket liknande slag och med hänsyn till de visuella, fonetiska och begreppsmässiga likheterna mellan de motstående varumärkena,

är skillnaderna mellan dessa varumärken tillräckliga för att utesluta att det föreligger risk för förväxling hos den nämnda omsättningskretsen. Framför allt är de visuella skillnaderna mellan kännetecknen inte i sig tillräckliga för att undvika all risk för förväxling hos omsättningskretsen. För det första kan genomsnittskonsumenten, eftersom denne endast har en oklar minnesbild av ett varumärke, inte förväntas komma ihåg figurdetaljer i kännetecknen i fråga. Dessutom torde den spansktalande genomsnittskonsumenten förstå de ordelement ("venado" och "venado especial") som bara ingår i de sökta varumärkena som en direkt referens till figurdelen i dessa varumärken. För det andra, och framför allt, neutraliseras de visuella skillnaderna mellan varumärkena i fråga av att en stor del av de berörda varorna är av samma slag och de övriga av liknande slag och av den fonetiska och begreppsmässiga likheten mellan dessa varumärken ur den spansktalande omsättningskretsens perspektiv.

(se punkterna 101–103, 107 och 108)