

Lieta T-441/05

IVG Immobilien AG **pret** **Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju** **(preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**

Kopienas preču zīme — Grafiski apzīmējumi — Absolūti reģistrācijas atteikuma pamatojumi — Atšķirtspējas neesamība — Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Pirmās instances tiesas (ceturta palāta) 2007. gada 13. jūnija spriedums . . . II - 1940

Sprieduma kopsavilkums

- 1. Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Apzīmējumi, kas var būt preču zīme*
(Padomes Regulas Nr. 40/94 4. pants un 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts)
- 2. Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamatojumi — Preču zīmes, kam nav atšķirtspējas*
(Padomes Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 3. punkts)

3. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamatojumi — Preču zīmes, kam nav atšķirtspējas (Padomes Regulas Nr. 40/94 4. pants un 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts)*
 4. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamatojumi — Preču zīmes, kam nav atšķirtspējas (Padomes Regulas Nr. 40/94 4. pants un 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts)*
1. Lai gan Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 4. pantā paredzētajā sarakstā ar to apzīmējumu piemēriem, ko var attēlot grafiski un kas var būt preču zīme, ir skaidri paredzēti tostarp burti un cipari, apstāklis, ka kāda apzīmējumu kategorija principā var būt preču zīme šīs tiesību normas izpratnē, tomēr nenozīmē, ka šiem apzīmējumiem noteikti piemīt atšķirtspēja regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē attiecībā uz konkrēto preci vai pakalpojumu.
 2. Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētā preču zīmes atšķirtspēja ir jāvērtē, ņemot vērā visus atbilstošos faktus un apstākļus saistībā ar pirmkārt, precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, un, otrkārt, ar konkrētās sabiedrības daļas, ko veido minēto preču vai pakalpojumu patērētāji, uztveri.

Šī atšķirtspēja nepiemīt apzīmējumiem, kas nevar konkrēti identificēt apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmi un ļaut patērētājam, kas iegūst šo preci vai pakalpojumu, turpmākas iegādes gadījumā izdarīt tādu pašu izvēli, ja pieredze izrādās pozitīva, vai izdarīt citu izvēli, ja tā izrādās negatīva.

Ja attiecīgā gadījumā atsevišķu preču zīmju konkrētās atšķirtspējas vērtēšanā rodas lielākas grūtības, tas nevar būt pamatojums pieņemumam, ka šādām preču zīmēm *a priori* nav atšķirtspējas vai ka tās to var iegūt tikai izmantošanas rezultātā, pamatojoties uz regulas 7. panta 3. punktu.

(sal. ar 37.–39. punktu)

Turklāt minimāla atšķirtspēja ir pietiekama, lai radītu šķērsli regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētā absolūta atteikuma pamatojuma piemērošanai.

(sal. ar 40.–43. punktu)

3. Nevar uzskatīt, nepārkāpjot Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 4. pantu, ka standartizētā garnitūrā atveidotam iespieddarba simbolam pašam par sevi nepiemīt regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētā minimālā atšķirtspējīguma pakāpe, lai to varētu reģistrēt kā Kopienas preču zīmi.

Tādējādi nevar secināt — nepieļaujot nepareizu regulas 4. panta un 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanu —, ka reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam nepiemīt atšķirtspējīgums sakarā ar to, ka tam nav ievērojama grafiskā savdabīguma salīdzinājumā ar standarta garnitūru.

(sal. ar 47. un 52. punktu)

4. Apzīmējuma atšķirtspējīguma neesamība Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē nevar izrietēt vienīgi no konstatējuma, ka šim apzīmējumam nav neparasta vai pārsteidzoša aspekta.

Apzīmējuma kā Kopienas preču zīmes reģistrācija nav pakļauta konstatējumam par preču zīmes īpašnieka zināmu mākslinieciskās izdomas vai iztēles līmeni, bet apzīmējuma spējai individualizēt preču zīmes reģistrācijas pieteicēja preces vai pakalpojumus salīdzinājumā ar viņa konkurentu piedāvātajām precēm un pakalpojumiem.

(sal. ar 49. un 50. punktu)