

Zaak T-441/05

IVG Immobilien AG tegen Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen) (BHIM)

„Gemeenschapsmerk — Beeldtekens — Absolute weigeringsgronden — Ontbreken van onderscheidend vermogen — Artikel 7, lid 1, sub b, van verordening (EG) nr. 40/94”

Arrest van het Gerecht (Vierde kamer) van 13 juni 2007 II - 1940

Samenvatting van het arrest

1. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Tekens die merk kunnen vormen*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 4 en 7, lid 1, sub b)
2. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen*
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 7, leden 1, sub b, en 3)

3. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen (Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 4 en 7, lid 1, sub b)*
 4. *Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Absolute weigeringsgronden — Merken zonder onderscheidend vermogen (Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 4 en 7, lid 1, sub b)*
1. In de lijst van voorbeelden van tekens die vatbaar zijn voor grafische voorstelling en geschikt zijn om een merk te vormen, die in artikel 4 van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk is gegeven, worden weliswaar uitdrukkelijk onder meer letters en cijfers genoemd, maar het feit dat een categorie tekens algemeen geschikt is om een merk in de zin van deze bepaling te vormen, betekent niet dat deze tekens noodzakelijkerwijs onderscheidend vermogen in de zin van artikel 7, lid 1, sub b, van de verordening hebben voor een bepaalde waar of dienst.
 2. Het door artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 vereiste onderscheidend vermogen van een merk moet met inaanmerkingneming van alle relevante feiten en omstandigheden worden beoordeeld aan de hand van enerzijds de waren of diensten waarvoor inschrijving is aangevraagd, en anderzijds de perceptie van de betrokken kringen, die bestaan uit de consumenten van die waren of diensten.

Dit vermogen ontbreekt immers bij tekens die niet geschikt zijn om concreet de herkomst van de aangeduide waar of dienst aan te geven en om de consument die deze waar heeft verkregen of aan wie deze is verleend, in staat te stellen bij een latere aankoop of opdracht dezelfde keuze te maken in geval van een positieve ervaring of een andere keuze te maken in geval van een negatieve ervaring.

Het feit dat het moeilijker kan zijn om het onderscheidend vermogen van bepaalde merken concreet te beoordelen, kan niet de zienswijze rechtvaardigen dat zij a priori onderscheidend vermogen missen of dat zij dit enkel door gebruik kunnen verkrijgen, overeenkomstig artikel 7, lid 3, van de verordening.

(cf. punten 37-39)

Bovendien volstaat een minimum aan onderscheidend vermogen om de toepassing van de absolute weigeringsgrond van artikel 7, lid 1, sub b, van de verordening te blokkeren.

(cf. punten 40-43)

3. Zonder in strijd met artikel 4 van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk te handelen, kan niet worden geoordeeld dat een drukteken van een gestandaardiseerd lettertype op zich niet het door artikel 7, lid 1, sub b, van de verordening vereiste minimum aan onderscheidend vermogen vertoont om te kunnen worden ingeschreven als gemeenschapsmerk.

Bijgevolg kan het gebrek aan onderscheidend vermogen van het gedeponeerde teken niet worden afgeleid uit het ontbreken van opvallende specifieke grafische kenmerken in vergelijking met een standaardlettertype, zonder de artikelen 4 en 7, lid 1, sub b, van de verordening onjuist toe te passen.

(cf. punten 47, 52)

4. Het gebrek aan onderscheidend vermogen van een teken in de zin van artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 inzake het gemeenschapsmerk kan niet reeds worden afgeleid uit de vaststelling dat het niet ongebruikelijk of opvallend is.

De inschrijving van een teken als gemeenschapsmerk is immers niet afhankelijk van de vaststelling van een bepaald niveau van creativiteit of verbeelding van de houder van het merk, maar van de geschiktheid van het teken om de waren of de diensten van de aanvrager van het merk te onderscheiden van die welke door zijn concurrenten worden aangeboden.

(cf. punten 49-50)