

AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (harmadik tanács)

2005. január 12.*

A T-334/03. sz. ügyben,

a **Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH** (képviselik kezdetben: G. Lindhofer, később: K.-U. Jonas ügyvédek, kézbesítési cím: Luxembourg)

felperesnek

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)** (képviselik kezdetben: U. Pfléghar és G. Schneider, később: A. von Mühlendahl és G. Schneider, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen

az OHIM negyedik fellebbezési tanácsának 2003. június 20-i (R 348/2002-4. sz. ügy), az EUROPREMIUM szómegjelölés közösségi védjegyként történő lajstromozásáról szóló határozata ellen benyújtott keresete tárgyában,

* Az eljárás nyelve: német.

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁGA
(harmadik tanács),

tagjai: J. Azizi elnök, M. Jaeger és Czúcz O. bírák,
hivatalvezető: B. Pastor hivatalvezető-helyettes,

tekintettel az Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2003. szeptember 29-én benyújtott keresetlevélre,

tekintettel az Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2004. január 23-án benyújtott válaszbeadványra,

a 2004. szeptember 29-i tárgyalást követően,

meghozta a következő

Ítéletet

Előzmények

- 1 A felperes 2000. március 24-én a közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK módosított tanácsi rendelet (HL 1994. L 11., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) alapján közösségi védjegybejelentést nyújtott be a Belső Piaci Harmonizációs Hivatalhoz (védjegyek és formatervezési minták) (a továbbiakban: OHIM).

2 A lajstromoztatni kívánt védjegy az EUROPREMIUM szömegjelölés volt.

3 A bejelentést a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 16., 20., 35. és 39. osztályba tartozó árukkal és szolgáltatásokkal kapcsolatban tették, az alábbi leírással:

- 16. osztály: „Papír, karton és ezen anyagokból készült termékek [...], különösen csomagolópapír, papírzacskók; papírborítékok; karton és kartonból készült termékek, különösen kartonok, csomagolás céljára szolgáló kartonok és mindenfajta áru szállítására szolgáló kartonból készült borítékok; nyomdai termékek, újságok, broszúrák, folyóiratok és könyvek; címkék (nem szövetből); csomagszállításról és levélküldeményekről szóló útmutató és oktatási anyagok (felszerelések kivételével); csomagolás céljára szolgáló műanyagok, különösen légpárnás műanyag csomagolók, tasakok, filmek, műanyagból készült, csomagolás céljára szolgáló borítékok és tasakok; műanyagból csomagolók, műanyag konténerek [...]”;

- 20. osztály: „Fából, parafából, nádból, gyékényből, fűzfából, szaruból, csontból, elefántcsontból, halcsontból, kagylóból, borostyánkőből, gyöngyházból, tajtékból és ezen anyagokat helyettesítő vagy műanyag termékek [...]”; különösen mindenfajta áru szállítására alkalmas konténerek vagy műanyag (nem fémből), illetve fából készült csomagolók, műanyag csomagolók, műanyag csomagolásra szolgáló filmek, műanyag tasakok, fából vagy műanyag ládák, tartályok és paletták, zárral rendelkező, illetve nem rendelkező dobozok, ládák és tartályok, tárolásra szolgáló polcok, állványok, konténer fedők, élelmiszer díszítésére szolgáló cikkek (műanyagból), evőeszközök tárolására szolgáló dobozok, konténerek, szállításra szolgáló konténerek, hordók, fahordók, tartályok, kosarak, palacktárolók”;

- 35. osztály: „Reklámozás; kereskedelmi ügyletek; kereskedelmi adminisztráció; irodai munkák; különösen vásárok és kiállítások szervezése [...]; áruk és csomagok szállításának számítógépes figyelemmel kísérése; ügyvezetéshez nyújtott segítség, azaz az üzletvitelhez nyújtott segítség; ügyvezetési tanácsadás; munkaerő ideiglenes rendelkezésre bocsátása; statisztikák készítése; könyvvitel; árverési szolgáltatások; üzleti vizsgálatok; marketing; piactanulmányok és piaci elemzések; közvélemény-kutatás; kirakatredezés; kereskedelmi tanácsadás; szervezési tanácsadás; üzletviteli tanácsadási szolgáltatások; személyzeti tanácsadás; irodai felszerelések és gépek kölcsönzése; harmadik személy javára történő közvetítés és kereskedelmi tárgyalások lebonyolítása; áruk adásvételi szerződéseinek közvetítése; áruk szétosztása reklám céljára; iratok sokszorosítása; reklám; rádiós és televíziós reklámozás; moziban történő reklámozás”;

- 39. osztály: „Szállítás és raktározás; jelen ... áruosztályba tartozó valamennyi szolgáltatás, [...], különösen levelek, iratok, közlemények, üzenetek, nyomtatványok, csomagok és egyéb árucikkek szállítása, raktározása, elvitele, csomagolása, letétbe helyezése, kézbesítése és a szállítás elektronikus úton történő figyelemmel kísérése; nemzetközi postai küldeményekhez fűződő szolgáltatások, nevezetesen levelek, iratok és egyéb nyomtatott anyagok határon túli és egyéni, háztól-házig történő postai továbbítása gépjárművel, vonattal, hajóval és repülővel; fent említett árucikkek szállításához kapcsolódó szolgáltatások, nevezetesen letétbe helyezés és raktározás, csomagolás és kézbesítés, árucikkek szállítása gépjárművel, vonattal, hajóval és repülővel, hajókról történő be- és kirakodás, hajók és hajószállítmányok mentése, árucikkek és bútorok teherhordása, raktározása, pénz- és értékszállítás, közvetítői szolgáltatások a szállítás területén”.

4 Az elbíráló 2002. február 21-i határozatával a 40/94 rendelet 38. cikke alapján elutasította a védjegy-bejelentési kérelmet, döntését azzal indokolva, hogy a bejelentett szömegjelölés a lajstromozással érintett áruk és szolgáltatások tekintetében leíró jellegű, és mint ilyen nem rendelkezik az említett rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontja értelmében megkülönböztetőképeséggel.

- 5 2002. április 22-én a felperes az elbíráló határozata ellen a 40/94 rendelet 57-62. cikke alapján fellebbezést nyújtott be az OHIM-hoz .
- 6 2003. június 20-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat), az OHIM negyedik fellebbezési tanácsa elutasította a fellebbezést azon oknál fogva, hogy az EUROPREMIUM védjegy lajstromozása a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontjába ütközik, tekintettel arra, hogy ez utóbbit a fogyasztók a védjegybejelentési kérelemben megjelölt áruk és szolgáltatások tekintetében a kiváló minőség és az európai származás megjelöléseként észlelhetik.

A felek kérelmei

- 7 Keresetlevelében a felperes azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:
- helyezze hatályon kívül a megtámadott határozatot annyiban, amennyiben az OHIM – a felperes álláspontja szerint – arra a megállapításra jutott, hogy EUROPREMIUM közösségi védjegy nem felel meg a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontjában foglalt feltételeknek;
 - a 40/94 rendelet 40. cikkének megfelelően rendelje el az EUROPREMIUM közösségi védjegy meghirdetését;
 - másodlagosan utalja vissza az ügyet a fellebbezési tanács elé;

- az OHIM-ot kötelezze a költségek viselésére.
- 8 Az OHIM azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:
- nyilvánítsa elfogadhatatlannak egyrészt azt a kérelmet, amely a megtámadott határozat hatályon kívül helyezésére irányul, amennyiben az a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontja alapján megtagadta a védjegy lajstromozását, másrészt azt a kérelmet, amelynek tárgya az OHIM-nak az említett védjegy meghirdetésére történő kötelezése és az ügy fellebbezési tanács elé utalása;
 - ezt meghaladóan utasítsa el a keresetet;
 - a felperest kötelezze a költségek viselésére.
- 9 2004. szeptember 20-i levelével a felperes visszavonta második és harmadik kereseti kérelmét.
- 10 A tárgyaláson a felperes pontosította kérelmét, miszerint annak célja a megtámadott határozat hatályon kívül helyezése annyiban, amennyiben az OHIM arra a megállapításra jutott, hogy az EUROPREMIUM közösségi védjegy nem felel meg a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjában foglalt feltételeknek.

Indokolás

- 11 Keresetének alátámasztására a felperes egy jogalapot jelöl meg, amely a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának megsértésén alapul.

A felek érvei

- 12 A felperes felhívja a figyelmet arra, hogy a védjegy meghatározó eleme az, ha olyan képességgel rendelkezik, amely alkalmas arra, hogy valamely vállalkozás áruit megkülönböztesse más vállalkozás áruitól, és emlékeztet arra, hogy valamely megjelölés megkülönböztetőképességének vizsgálatát a megjelölés és a meghatározott áru vagy szolgáltatás közötti viszonyra tekintettel és nem absztrakt módon kell lefolytatni.
- 13 A felperes előadja, hogy lajstromozni kell a védjegyet, ha – átfogó vizsgálatát tekintve – nem kizárólagosan leíró jellegű. Elismeri, hogy egy megkülönböztető-képességgel rendelkező megjelölés, amely nemcsak valamely áru vagy annak egyik jellegzetessége leírására szolgáló megjelölésként érzékelhető, nem kizárólag leíró jellegű, és ennél fogva alkalmas arra, hogy védjegyet képezzen.
- 14 Hozzáteszi, hogy az „europremium” fogalom több jelentéssel bír, és ennek megfelelően megkülönböztetőképességgel rendelkezőnek kellene tekinteni.
- 15 A tárgyaláson a felperes az Elsőfokú Bíróság T-360/00. sz., Dart Industries kontra OHIM (Ultraplus) ügyben (EBHT 2002., II-3867. o.) 2002. október 9-én hozott ítéletére hivatkozik. Emlékeztet arra, hogy az Elsőfokú Bíróság ebben az ítéletben úgy ítélte meg, hogy az, ha valamely vállalkozás közvetve és absztrakt módon, az

Ultraplus megjelölésen keresztül anélkül hívja fel a figyelmet áruinak kiválóságára, hogy közvetlenül és haladéktalanul tájékoztatná a fogyasztót a szóban forgó termékek meghatározott jellemzőinek egyikéről, felidézésnek és nem a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti feltüntetésnek minősül (az ítélet 27. pontja). A felperes felhívja a figyelmet arra, hogy az Elsőfokú Bíróság jelen ítéletben hatályon kívül helyezte a megtámadott határozatot, hangsúlyozva azt, hogy azzal, hogy a vizsgálata nem terjedt ki a szóban forgó árukra, illetve nem került kimutatásra az a tény, hogy a szóban forgó szómegjelölés az érintett áruk közvetlen megjelölésére is szolgálhat, a fellebbezési tanács megsértette a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontját (az ítélet 29. pontja).

- 16 A felperes úgy ítéli meg, hogy jelen esetben az OHIM ugyanazt a hibát követte el, mint amelyet az Elsőfokú Bíróság ebben az ítéletében megállapított, úgy ítélve meg, hogy az EUROPREMIUM a védjegy-bejelentési kérelemben meghatározott áruk és szolgáltatások tekintetében leíró jellegű, miközben nem áll fenn közvetlen és konkrét kapcsolat a fentiek és a szóban forgó szómegjelölés között.
- 17 Az OHIM álláspontja szerint a fellebbezési tanács helyesen állapította meg, hogy az EUROPREMIUM szómegjelölés leíró jellegű, amelynek védjegyként történő lajstromozását el kell utasítani. Emlékeztet az Elsőfokú Bíróság T-356/00. sz., DaimlerChrysler kontra OHIM (CARCARD) ügyben 2002. március 20-án hozott ítéletének (EBHT 2002., II-1963. o.) 30. pontjára, amely szerint ahhoz, hogy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának megfelelően a lajstromozás megtagadásra kerüljön, a szómegjelölés lehetséges jelentései közül legalább egynek az érintett áruk és szolgáltatások egyik jellemzőjét kell megjelölnie.
- 18 Az OHIM álláspontja szerint az „euro” fogalommal kezdődő szóösszetételek úgy értelmezendők, mint amelyek Európára hivatkoznak és nem az euróra, mint közös valutára. Ami a „premium” szót illeti, az OHIM előadja, hogy egy latin eredetű, angol szóról van szó, amely az Európai Unió többi nyelvében is használatos, és amelynek jelentése „különleges minőség” vagy „kiváló minőség”. Úgy ítéli meg, hogy az érintett fogyasztók számára ezek a jelentések egyértelműek. Ebből következne, hogy a fogyasztók a szóban forgó szómegjelölést úgy észlelnék, mint amely európai eredetű és kiváló minőségű javakat jelöl meg.

- 19 Ezenfelül az OHIM előadja, hogy a leíró jellegű megjelölések nem kizárólag olyan megjelölések, amelyek tartalmának pontossága ellenőrizhető, hanem egyben olyan megjelölések is, amelyek az áru minőségének és egyéb jellegzetességeinek általános dicséretére korlátozódik. Az OHIM álláspontja szerint a lajstromoztatni kívánt megjelölés a szóban forgó árukat és szolgáltatásokat, illetve legalábbis jellemzőinek egyikét megfelelő pontossággal leírja a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának alkalmazhatóságához.
- 20 A tárgyaláson az OHIM a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv (HL 1989. L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. o.) 3. cikke (1) bekezdése c) pontjának – amelynek a szövege majdnem azonos a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontjának szövegével – értelmezésére vonatkozó két, a Bíróságnak a C-265/00. sz., Campina Melkunie ügyben 2004. február 12-én hozott ítéletére (EBHT 2004., I-1699. o.,) és a C-363/99. sz., Koninklijke KPN Nederland ügyben 2004. február 12-én hozott ítéletére (EBHT 2004., I-1619. o.,) hivatkozott. Ezekben az ítéletekben a Bíróság jelezte, hogy a 89/104 irányelv 3. cikke (1) bekezdésének c) pontja úgy értelmezendő, hogy az olyan szóból vagy neologizmusból alkotott védjegy, amelyben az alkotóelemek mindegyike leíró jellegű a lajstromoztatni kívánt áruk vagy szolgáltatások jellemzői tekintetében, önmagában is leírja ezeket a jellemzőket, hacsak nincs érzékelhető eltérés a neologizmus és az azt alkotó elemek egyszerű összessége között (az előbbi ítélet 43. , illetve az utóbbi ítélet 104. pontja).
- 21 Az OHIM álláspontja szerint az EUROPREMIUM szómegjelölés két leíró jellegű elemből áll és nem áll fenn érzékelhető eltérés ez utóbbi és azt alkotó elemek egyszerű összessége között, ennek megfelelően a fellebbezési tanács helyesen utasította el a megjelölés lajstromozását.

Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

- 22 A 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának értelmében nem részesülhet védjegyoltalomban „az olyan megjelölés, amely kizárólag olyan jelekből vagy

adatokból áll, amelyeket a forgalomban az áru vagy a szolgáltatás fajtája, minősége, mennyisége, rendeltetése, értéke, földrajzi származása, előállítási vagy teljesítési ideje, illetve egyéb jellemzője feltüntetésére használhatnak”. A fentiekén túl a 40/94 rendelet 7. cikkének (2) bekezdése úgy rendelkezik, hogy „az (1) bekezdést akkor is alkalmazni kell, ha a kizáró ok csak a Közösség egy részében áll fenn”.

- 23 A 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontja kizárja, hogy az ott meghatározott jeleket vagy adatokat védjegyként lajstromozzák, és ezáltal azokat egyetlen vállalkozás számára fenntartsák. Ez a rendelkezés tehát azt a közérdekű célt szolgálja, hogy az ilyen jeleket vagy megjelöléseket bárki szabadon használhassa (lásd ebben a vonatkozásban a Bíróság C-108/97. és C-109/97. sz., Windsurfing Chiemsee egyesített ügyekben 1999. május 4-én hozott ítéletének [EBHT 1999., I-2779. o.] 25. pontját; az Elsőfokú Bíróság T-106/00. sz., Streamserve kontra OHIM [STREAMSERVE] ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-723. o.] 36. pontját és a CARCARD-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 17. pontban] 24. pontját).
- 24 E megközelítésben azok a jelek vagy adatok esnek a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának hatálya alá, amelyek az érintett fogyasztói kör szempontjából általános használatban közvetlenül vagy lényeges jellemzőjére utalással leírják azt az árut vagy szolgáltatást, amely tekintetében a lajstromozást kérték (a Bíróság C-383/99. P. sz., Procter & Gamble kontra OHIM ügyben 2001. szeptember 20-án hozott ítéletének [EBHT 2001., I-6251. o.] 39. pontja).
- 25 Ebből következik, hogy valamely megjelölés akkor esik az ebben a rendelkezésben megállapított tilalom hatálya alá, ha olyan kellően közvetlen és konkrét kapcsolatban van a szóban forgó árukkal vagy szolgáltatásokkal, amely alapján az érintett vásárlóközönség azonnal és további gondolkodás nélkül a szóban forgó áruk és szolgáltatások, illetve egyik jellemzőjük leírását ismerheti fel (lásd ebben a vonatkozásban az Elsőfokú Bíróság T-359/99. sz., DKV kontra OHIM [EuroHealth] ügyben 2001. június 7-én hozott ítéletének [EBHT 2001., II-1645. o.] 36. pontját; az UltraPlus-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 15. pontban] 26. pontját és a T-311/02. sz., Lissotschenko és Hentze kontra OHIM [LIMO] ügyben 2004. július 20-án hozott ítélet [EBHT 2004., II-2957. o.] 30. pontját).

- 26 Következésképpen valamely megjelölés leíró jellegét egyrésztől az érintett áruk és szolgáltatások vonatkozásában, másrésztől az érintett vásárlóközönség által a megjelölésnek tulajdonított értelem szempontjából lehet csak megítélni (a CARCARD ítélet [hivatkozás a 17. pontban] 25. pontja és az UltraPlus ítélet [hivatkozás a 15. pontban] 22. pontja).
- 27 Jelen esetben a lajstromoztatni kívánt áruk és szolgáltatások csomagolással, tárolással vagy szállítással kapcsolatos, különféle alapanyagból készült áruk, illetve reklámozással, ügyvezetéssel vagy kereskedelemhez kapcsolódó ügyletekhez nyújtott segítséggel, szállítással és raktározással kapcsolatos szolgáltatások.
- 28 A célközönséget illetően a fellebbezési tanács arra a megállapításra jutott, hogy az érintett közönség jelen esetben a nagyközönség (a megtámadott határozat 9. pontja). Ennek vonatkozásában az Elsőfokú Bíróság úgy ítéli meg, hogy tekintettel arra, hogy az érintett áruk és szolgáltatások a fogyasztók összességét célozzák, a fellebbezési tanács e megállapítása helyes. Egyebekben, a feltétlen kizáró ok fennállása kizárólag a Közösségben beszélt nyelvek egyike, nevezetesen az angol nyelv vonatkozásában került felvetésre, ahogyan azt az OHIM megerősítette az Elsőfokú Bíróság kérdésére adott válaszában (a megtámadott határozat 10. pontja). A fentieknek megfelelően a 40/94 rendelet 7. cikke (2) bekezdésének alkalmazásában az érintett közönség, amely vonatkozásában a feltétlen kizáró okot meg kell vizsgálni, az angolul beszélő átlagfogyasztó (lásd ebben az értelemben az Elsőfokú Bíróság T-219/00. sz., Ellos kontra OHIM [ELLOS] ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-753. o.] 31. pontját).
- 29 Az „europremium” fogalom jelentését illetően a megtámadott határozat 10. és 11. pontja szerint az OHIM arra az álláspontra helyezkedett, hogy az „euro” előtag az „európai” melléknévre való utalásnak tekintendő, továbbá a „premium” angolul „kiváló minőséget” jelent, ezért az így létrehozott összetett szó azt a képzetet kelti a fogyasztóban, hogy Európából származó, minőségi árukkal és szolgáltatásokkal áll szemben.

- 30 Ebben a vonatkozásban, ahogyan azt a felperes is állítja, az a tény, hogy az „europremium” fogalomnak nincs meghatározott és világos jelentése, nem érintheti leíró jellegének vizsgálatát. Ugyanis fel kell hívni a figyelmet arra, hogy ahhoz, hogy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontja alkalmazható legyen, elegendő, hogy a szómegjelölés legalább egyik lehetséges jelentése az érintett áruk és szolgáltatások egyik jellemzőjét megjelölje (a CARCARD-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 17. pontban] 30. pontja). Ily módon, még ha igaz is, hogy a „premium” kifejezésnek más jelentése is van, illetve hogy a közös valuta bevezetése alkalmas arra, hogy módosítsa – még az olyan országokban is, amelyek nem tagjai a gazdasági és monetáris uniónak – a célközönségben az „euro” előtaghoz kapcsolt képzetet, az Elsőfokú Bíróság nem juthat arra a megállapításra, hogy a fellebbezési tanács által elfogadott jelentés az „europremium” fogalom egyik lehetséges jelentése.
- 31 Az „europremium” szó és az érintett áruk és szolgáltatások közötti kapcsolat természetét illetően a fellebbezési tanács úgy vélte a megtámadott határozat 12. pontjában, hogy ez a fogalom ez utóbbiak minőségére és földrajzi eredetére utal.
- 32 Meg kell tehát vizsgálni, hogy az európai eredetű és kiváló minőségű árukat és szolgáltatásokat jelentő EUROPREMIUM szómegjelölés az angolul beszélő közönség szemszögéből olyan közvetlen és konkrét kapcsolatot képez-e az érintett áruk és szolgáltatások vonatkozásában, amely miatt az a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontjában foglalt tilalom alá esik.
- 33 Az OHIM a tárgyaláson előadta, hogy a Bíróság a 89/104 irányelv értelmezése során úgy határozott, hogy az olyan szóból vagy neologizmusból alkotott védjegy, amelyben az alkotóelemek mindegyike leíró jellegű a lajstromoztatni kívánt áruk vagy szolgáltatások jellemzői tekintetében, önmagában is leírja ezeket a jellemzőket, hacsak nincs érzékelhető eltérés a neologizmus és az azt alkotó elemek egyszerű összessége között (a Campina Melkunie-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 20. pontban] 43. pontja és a Koninklijke KPN Nederland-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 20. pontban] 104. pontja).

- 34 Ebben a vonatkozásban meg kell jegyezni, hogy ezen ügyekben a lajstromoztatni kívánt védjegyet képező elemek leíró jellege nem volt kétséges. Továbbá, ellentétben az OHIM állításával, a jelen ügyben szóban forgó szövmegjelölés elemei a felperes által igényelt áruk és szolgáltatások tekintetében nem leíró jellegűek.
- 35 Az „euro” előtagot illetően emlékeztetni kell arra, hogy kizárólag az érintett áruk és szolgáltatások lényeges jellemzői vonatkozásában leíró jellegű megjelölések esnek a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontjában foglalt tilalom hatálya alá, mivel ezek képesek a köznyelvben az áruk és szolgáltatások megjelölésére (a Procter & Gamble kontra OHIM ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 24. pontban] 39. pontja). A fellebbezési tanács, miután a megtámadott határozatban megerősítette, hogy az „euro” előtagot a szóban forgó áruk és szolgáltatások eredetére történő utalásként kell értelmezni, indokolásában nem törekedett annak bemutatására, hogy az eredet a védjegy-bejelentési kérelemben szereplő áruk és szolgáltatások olyan lényeges jellemzője, amelyet a célközönség választása során figyelembe vesz (lásd ebben az értelemben az ELLOS-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 28. pontban] 42. pontját és az Elsőfokú Bíróság T-222/02. sz., HERON Robotunits kontra OHIM [ROBOTUNITS] ügyben 2003. november 26-án hozott ítéletének [EBHT 2003., II-4995. o.] 44. pontját), és amely e közönségnek lehetővé teszi, hogy haladéktalanul, gondolkodás nélkül közvetlen és konkrét kapcsolatot létesítsen ezen árukkal és szolgáltatásokkal. A fellebbezési tanács tehát nem bizonyította be a megtámadott határozatban, hogy az „euro” előtag a szóban forgó áruk és szolgáltatások vonatkozásában leíró jellegű.
- 36 Az Elsőfokú Bíróság mindenesetre megjegyezte, hogy az eredet nem lényeges jellemző a postai szállítással kapcsolatos áruk és szolgáltatások vonatkozásában. Valójában a 16. és 20. osztályba tartozó – lényegében mindennemű cikk csomagolására szolgáló – áruk földrajzi eredete, amely nyilvánvalóan nem a fogyasztó választását meghatározó jellemző, mivel ő olyan elemek alapján határoz majd, mint a csomagolás mérete vagy tartóssága. A 35. és 39. osztályba tartozó szolgáltatásokat illetően sincs helye annak megállapítására, hogy az eredet olyan jellemző, amelyet az átlagfogyasztó választása során figyelembe vesz. Ennek megfelelően az „euro” előtag sem közvetlenül, sem lényeges jellemzői egyikére utalva nem jelöli meg a szóban forgó árukat és szolgáltatásokat, és ennek megfelelően vonatkozásukban nem leíró jellegű.

- 37 A „premium” fogalmat illetően fontos emlékeztetni arra, hogy az, ha valamely vállalkozás közvetve és absztrakt módon anélkül hívja fel termékeinek kiválóságára a figyelmet, hogy közvetlenül és haladéktalanul tájékoztatná a fogyasztót a szóban forgó áruk és szolgáltatások meghatározott jellegzetességeinek vagy jellemzőinek egyikéről, felidézésnek és nem a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti feltüntetésnek minősül (az UltraPlus-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 15. pontban] 27. pontja, és ebben az értelemben lásd az Elsőfokú Bíróság T-24/00. sz., Sunrider kontra OHIM [VITALITE] ügyben 2001. január 31-én hozott ítélet [EBHT 2001., II-449. o.] 22–24. pontját).
- 38 Az Elsőfokú Bíróság tehát úgy ítélte meg, hogy az olyan védjegy lajstromozása, amely egyúttal reklámjelmondatként, minőségi megjelölésként vagy adott védjegy által megjelölt áruk vagy szolgáltatások megvásárlására ösztönző kifejezéseként is használt jelekből vagy adatokból áll, önmagában ilyen használat miatt nem kizárt, feltéve, hogy a szóban forgó védjegy érzékelésére közvetlenül, a kérdéses áruk és szolgáltatások kereskedelmi eredetjelzőjeként kerül sor avégett, hogy az érintett közönség részére lehetővé tegye, hogy az összetévesztés lehetősége nélkül megkülönböztesse a védjegyjogosult áruit és szolgáltatásait valamely másik kereskedelmi származási helyről származók áruktól és szolgáltatásoktól (az Elsőfokú Bíróság T-122/01. sz., Best Buy Concepts kontra OHIM [BEST BUY] ügyben 2003. július 3-án hozott ítélet [EBHT 2003., II-2235. o.] 21. pontja).
- 39 Márpedig, valamely megjelölés e képességét arra, hogy áruk és szolgáltatások kereskedelmi eredeteként észleljék, a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja keretében kell megvizsgálni (a Bíróság C-329/02. P. sz., SAT.1 Satelliten-Fernsehen kontra OHIM ügyben 2004. szeptember 16-án hozott ítéletének [EBHT 2004., I-8317. o.] 23. és 25. pontja; az Elsőfokú Bíróság T-79/00. sz., Rewe-Zentral kontra OHIM [LITE] ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-705. o.] 26. pontja és a T-281/02. sz., Norma Lebensmittelfilialbetrieb kontra OHIM [Mehr Für Ihr Geld] ügyben 2004. június 30-án hozott ítéletének [EBHT 2004., II-1915. o.] 24. pontja).
- 40 A fentiekből következik, hogy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerint vizsgálandóak az absztrakt jellegzetességeket – amelyekkel a vállalkozás reklámozás céljából kívánja felruházni saját termékeit vagy szolgáltatásait – felidézõ, dicsérõ jellegű megjelölések.

- 41 Azonban annak érdekében, hogy jelen ügyben az egyetlen szóban forgó rendelkezés, a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja, alkalmazható legyen, a szömegjelölésnek sajátos, pontos és objektív módon meg kell jelölnie a szóban forgó áruk és szolgáltatások lényeges jellemzőit (lásd ebben az értelemben a VITALITE-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 37. pontban] 23. pontját; az Elsőfokú Bíróság T-87/00. sz., Bank für Arbeit und Wirtschaft kontra OHIM [EASYBANK] ügyben 2001. április 5-én hozott ítéletének [EBHT 2001., II-1259. o.] 29. és 31. pontját és az UltraPlus ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 15. pontban] 28. pontját).
- 42 Egyebekben, mint ahogyan arra a felperes helyesen emlékeztet, az Elsőfokú Bíróság korábban már határozott arról, hogy az olyan dicsérő jellegű kifejezés, mint az UltraPlus, nem leíró jellegű a szóban forgó áruk tekintetében, amelyek jelen esetben műanyag sütőedények, mivel nem tette lehetővé a fogyasztók számára, hogy haladéktalanul, gondolkodás nélkül közvetlen és konkrét kapcsolatot létesítsenek a szóban forgó árukkal (az UltraPlus ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 15. pontban] 26. pontja és lásd ebben az értelemben a VITALITE-ügyben hozott ítélet [hivatkozás a 37. pontban] 29. és 34. pontját).
- 43 A fellebbezési tanács által elfogadott értelemben a „premium” kifejezés csupán dicsérő jellegű, amely olyan jellemzőket idéz fel, amellyel a felperes saját termékeit kívánja felruházni anélkül, hogy a fogyasztókat tájékoztatná a kínált áruk vagy szolgáltatások sajátos és objektív jellemzőiről. E fogalom tehát nem jelöli meg sem közvetlenül, sem lényeges jellemzőkre utalva az érintett áruk és szolgáltatások típusát.
- 44 Mivel az „europremium” szömegjelölés nem az érintett árukat és szolgáltatásokat leíró elemekből áll, az OHIM által a Bíróságnak a Campina Melkunie [hivatkozás a 20. pontban] és a Koninklijke KPN Nederland [hivatkozás a 20. pontban] ügyekben hozott ítéleteire történő hivatkozása jelen ügyben nem releváns. A továbbiakban már csak azt kell megvizsgálni, hogy a szóban forgó szömegjelölés összességét tekintve és annak ellenére, hogy az azt alkotó elemek nem rendelkeznek leíró jelleggel, lehetővé teszi-e a célközönség számára, hogy azonnali és konkrét kapcsolatot teremtsen a lajstromozni kívánt árukkal és szolgáltatásokkal.

- 45 Ebben a vonatkozásban emlékeztetni kell arra, hogy a fellebbezési tanács a megtámadott határozatban nem jutott arra a megállapításra, hogy az „EUROPREMIUM” fogalom összességét tekintve olyan generikus vagy szokásos elnevezés vagy elnevezés lehet, amely csomagolással, raktározással vagy szállítással kapcsolatos áruk, illetve reklámozással, ügyvezetéssel vagy kereskedelemhez kapcsolódó ügyletekhez nyújtott segítséggel vagy szállítással és raktározással kapcsolatos szolgáltatások megjelölésére vagy leírására szolgál (lásd ebben az értelemben az Elsőfokú Bíróság T-34/00. sz., Eurocool Logistik kontra OHIM [EUROCOOL] ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-683. o.] 50. pontját). A megtámadott határozat csupán arra szorítkozik, hogy e szómegjelölés a fogyasztóban a kiváló európai minőségű áruk és szolgáltatások képzetét kelti anélkül, hogy bemutatná, hogy e jellemző lehetővé teszi számára, hogy haladéktalanul, gondolkodás nélkül közvetlen és konkrét kapcsolatot teremtsen a fenti árukkal és szolgáltatásokkal.
- 46 Így azáltal, hogy a vizsgálata nem terjedt ki a szóban forgó árukra és szolgáltatásokra, és nem került kimutatásra, hogy az „EUROPREMIUM” szómegjelölés, amely alatt a kiváló minőségű és európai eredetű áruk és szolgáltatások értendők, az érintett áruk és szolgáltatások közvetlen megjelölésére is szolgálhat, a fellebbezési tanács megsértette a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének c) pontját.
- 47 A megtámadott határozatot tehát hatályon kívül kell helyezni.

A költségekről

- 48 Az eljárási szabályzat 87. cikkének 2. §-a alapján az Elsőfokú Bíróság a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. Az OHIM-ot, mivel pervesztes lett, a felperes kérelmének megfelelően kötelezni kell a költségek viselésére.

A fenti indokok alapján

AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG (harmadik tanács)

a következőképpen határozott:

- 1) **A Belső Piaci Harmonizáció Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM) negyedik tanácsának 2003. június 20-i határozatát hatályon kívül helyezi (R 348/2002-4. sz. ügy).**

- 2) **Az alperest kötelezi a költségek viselésére.**

Azizi

Jaeger

Czúcz

Kihirdetve Luxembourgban, a 2005. január 12-i nyilvános ülésen.

H. Jung

hivatalvezető

M. Jaeger

elnök