AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (második tanács)

2006. július 12. *

A T-277/04. sz. ügyben,

a **Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG** (székhelye: Bréma [Németország], képviseli: U. Sander ügyvéd)

felperesnek

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)** (képviseli: J. Novais Gonçalves, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen,

a másik fél az OHIM fellebbezési tanácsa előtti eljárásban, beavatkozó az Elsőfokú Bíróság előtti eljárásban:

* Az eljárás nyelve: angol.

a **Johnson's Veterinary Products Ltd** (székhelye: Sutton Coldfield [Egyesült Királyság], képviseli: M. Edenborough barrister)

az OHIM első fellebbezési tanácsának 2004. április 27-i (R 560/2003-1. sz. ügy), a Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG és a Johnson's Veterinary Products Ltd közötti felszólalási eljárás ügyében hozott határozata hatályon kívül helyezése iránti keresete tárgyában,

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁGA
(második tanács),

tagjai: J. Pirrung elnök, A. W. H. Meij és I. Pelikánová bírák,
hivatalvezető: J. Plingers tanácsos,

tekintettel az Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2004. július 9-én benyújtott keresetlevélre,

tekintettel az OHIM Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2005. január 14-én benyújtott válaszbeadványára,

tekintettel a beavatkozónak az Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2005. május 13-án benyújtott válaszbeadványára,

a 2006. január 11-i tárgyalást követően,

meghozta a következő

Ítéletet

A jogvita előzményei

1 1996. március 21-én a Vitacoat Ltd 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, 146. o.) alapján a VITACOAT szómegjelölés közösségi védjegyként történő lajstromozását kérte a Belső Piaci Harmonizációs Hivatalnál (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM).

2 A bejelentést a védjegyekkel ellátható áruk és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 3., 5. és 21. osztályba tartozó árukkal kapcsolatban tették, az alábbi leírással:

– 3. osztály: „Samponok, szőrkondicionáló öblítők, szőr- és bőrápoló készítmények, dezodorok; valamennyi állatok számára";

– 5. osztály: „Készítmények moly, bolha, tetű és egyéb paraziták irtására; valamennyi állatok számára";

– 21. osztály: „Kefék és fésűk állatok számára".

3 A védjegybejelentést a *Közösségi Védjegyértesítő* 1998. május 11-i, 34/1998. számában hirdették meg.

4 1998. május 25-én a felperes felszólalást nyújtott be a bejelentett védjegy lajstromozásával szemben a VITAKRAFT szómegjelölésből álló, Németországban az alábbi áruk vonatkozásában lajstromozott négy védjegy (a továbbiakban: korábbi védjegyek) alapján:

– a 834 153. számon lajstromozott védjegy: „Üveg, porcelán és fajansz, főként madár-, kutya- és macskaetetők";

– a 950 955. számon lajstromozott védjegy: „Állat-gyógyszerészeti készítmények halak, kedvtelésből tartott és házi madarak számára, a kizárólag gyógyszertárakban árusított készítmények kivételével";

– a 1 065 186. számon lajstromozott védjegy: „Egészségügyi készítmények, valamint test- és szépségápolási készítmények kedvtelésből tartott állatok számára, samponok kedvtelésből tartott állatok számára;

– a 39 615 031. számon lajstromozott védjegy: „Mosásra szolgáló anyagok, szappanok, test- és szépségápoló szerek, hajszeszek, kártékony állatok irtására szolgáló készítmények, fésűk és kefék".

5 A felszólaló felszólalását többek között a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjára alapozta, és az a bejelentett védjegy árujegyzékében szereplő valamennyi áru ellen irányult.

6 2000. február 11-én a felszólalási osztály elutasította a felszólalást főként azon okból, hogy a korábbi védjegyek védjegyokiratainak nincs meg a teljes fordítása. A felperes által benyújtott fellebbezés eredményeként az OHIM harmadik fellebbezési tanácsa 2001. június 19-én e határozatot a korábbi védjegyekre vonatkozó részében megsemmisítette.

7 2001. szeptember 4-én a Vitacoat tájékoztatta az OHIM-ot a védjegybejelentés Johnson's Veterinary Products Ltd társaság részére történő átruházásáról, amely átruházás 2001. október 29-én került bevezetésre a *Közösségi Védjegylajstromba*.

8 2003. július 29-én a felszólalási osztály a felszólalást, mint nem megalapozottat, újból elutasította.

9 2003. szeptember 24-én a felperes fellebbezett a felszólalási osztály határozatával szemben.

10 2004. április 27-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat) az OHIM első fellebbezési tanácsa elutasította a fellebbezést. Lényegében úgy ítélte meg, hogy a szóban forgó áruk részben azonosak, részben pedig hasonlóak, ám a szóban forgó megjelölések hangzásban és vizuálisan csupán a hasonlóság néhány elemét hordozzák. A fellebbezési tanács álláspontja szerint ugyanis a „vita" szavak és a VITAKRAFT védjegyek mindössze csekély bennük rejlő megkülönböztető képességgel rendelkeznek a 834 153. számon lajstromozott német védjegy által megjelölteken, valamint a 39 615 031. számon lajstromozott védjegy által megjelölt „fésűkön és kefeken" kívüli áruk tekintetében. Megállapította továbbá, hogy a megjelölések fogalmi szinten különbözőek, mivel a „Kraft" német szó jelentése „erő, hatalom", ennélfogva erősíti a „vita" elem sugallta „vitalitás"-fogalmat (németül „Vitalität"), míg a „vitacoat" szó nem rendelkezik olyan konkrét jelentéssel, amely független lenne attól a kérdéstől, hogy a német fogyasztó tisztában van-e az angol „coat" szó jelentésével. A fellebbezési tanács úgy vélte, hogy a felperes által annak

bizonyítása céljából benyújtott dokumentumok, miszerint a korábbi védjegyek a német piacon megszerzett ismertségüknél fogva jelentős megkülönböztető képességgel rendelkeznek, nem bizonyítják kellő módon a korábbi védjegyek jó hírnevének meglétét (l. az alábbi 24. és 25. pontokat). Álláspontja szerint, mivel a felperes nem tudta bizonyítani, hogy védjegyei ismertek a német piacon, a szóban forgó védjegyek közötti hasonlóság nem elegendő ahhoz, hogy a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében összetéveszthetőséghez vezessen.

Az eljárás és a felek kérelmei

11 A keresetlevelet eredetileg német nyelven nyújtották be. Az angol az Elsőfokú Bíróság eljárási szabályzata 131. cikkének (2) bekezdése értelmében, a beavatkozónak az Elsőfokú Bíróság Hivatalánál 2004. augusztus 11-én emelt kifogása nyomán vált az eljárás nyelvévé.

12 A felperes számos, német nyelvű mellékletet csatolt keresetleveléhez. 2005. január 31-én ezek egy részét rövidített változatra cserélte.

13 Az eljárási szabályzat 131. cikkének (3) bekezdése értelmében az Elsőfokú Bíróság engedélyezte, hogy a felperes szóbeli előterjesztését német nyelven tegye meg.

14 A felperes azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:

– helyezze hatályon kívül a megtámadott határozatot;

– az OHIM-ot kötelezze a költségek viselésére.

15 Az OHIM azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:

– utasítsa el a keresetet;

– a felperest kötelezze a költségek viselésére.

16 A beavatkozó azt kéri, hogy az Elsőfokú Bíróság:

– utasítsa el a keresetet;

– hagyja helyben a megtámadott határozatot;

– a közösségi védjegybejelentést utalja vissza az OHIM elé, hogy az eljárhasson a lajtromozás ügyében;

– a felperest kötelezze a beavatkozó részéről az Elsőfokú Bíróság, a fellebbezési tanács és a felszólalási osztály előtti eljárásokkal kapcsolatban felmerült költségek viselésére.

17 A tárgyalás során a beavatkozó az Elsőfokú Bíróság kérdésére adott válaszában kifejtette, hogy második kérelme valójában keveredik az elsővel. A harmadik kérelme pedig, álláspontja szerint annak biztosítására irányul, hogy az OHIM a kereset elutasításának esetén ténylegesen folytassa le a bejelentett védjegy lajstromozási eljárását. A költségekkel kapcsolatban kijelentette, hogy óvatosságból a negyedik kérelmet a lehető legtágabb értelemben fogalmazta.

Indokolás

A felperesnek a megtámadott határozat hatályon kívül helyezése iránti kérelméről

18 A felperes egyetlen, a 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja megsértéséből eredő jogalapra hivatkozik. Ez a jogalap lényegében három részre bontható. Az elsővel a felperes arra hivatkozik, hogy a VITAKRAFT védjegyek és azok „vita" eleme a német piacon megszerzett ismertségénél fogva jelentős megkülönböztető képességgel rendelkeznek. A jogalap második részével a felperes felrója a fellebbezési tanácsnak, hogy a megjelölések hasonlóságának vizsgálata során hibát követett el, különösen azért, mert nem azt állapította meg, hogy a „vita" szó alkotja a domináns elemet. Jogalapjának harmadik részével a felperes bemutatja, hogy e két hiba, valamint annak következtében, hogy a szóban forgó áruk hasonlóságának mértékéről nem vett tudomást, a fellebbezési tanács tévesen az összetéveszthetőség hiányát állapította meg, amely összetéveszthetőséget egyébként a német bíróságok a jelen ügyhöz hasonló ügyekben rendszerint elismernek.

Általános észrevételek

19 A 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében a korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján a megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban,

ha azt azon a területen, ahol a korábbi védjegy oltalom alatt áll, a fogyasztók összetéveszthetik a korábbi védjeggyel való azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt.

20 A Bíróság és az Elsőfokú Bíróság állandó ítélkezési gyakorlat szerint az áruk és szolgáltatások származásának tekintetében az összetéveszthetőséget átfogóan kell értékelni annak alapján, hogy az érintett vásárlóközönség milyen képet alkot a megjelölésről és a szóban forgó árukról vagy szolgáltatásokról, és figyelembe kell venni valamennyi, a jelen ügyre jellemző tényezőt, különösen a megjelölések és a megjelölt áruk vagy szolgáltatások hasonlósága közötti kölcsönös függőséget (lásd az Elsőfokú Bíróság T-57/03. sz., SPAG kontra OHIM – Dann et Backer (HOOLIGAN) ügyben 2005. február 1-jén hozott ítéletének [EBHT 2005., II-287. o.] 51. pontját).

21 Jelen ügyben a felek egyetértenek abban, hogy, mivel a korábbi védjegyek Németországban állnak oltalom alatt, és az árukat minden, kedvtelésből állatot tartó személynek szánják, a célközönséget az ilyen állatot tartó német átlagfogyasztók alkotják.

22 Ezen túl, amint az a megtámadott határozat 21–23. pontjaiból következik, a fellebbezési tanács megállapította, hogy a védjegybejelentéssel érintett valamennyi áru azonos az 1 065 186. számon és 39 615 031. számon lajstromozott korábbi védjegyek által megjelölt egyik vagy másik áruval. A fellebbezési tanács kijelentette továbbá a megtámadott határozat 24. pontjában, hogy a bejelentett védjegy árujegyzékében szereplő áruk, valamint a 834 153. számon lajstromozott védjegy árujegyzékében szereplő áruk hasonlóak. A felperes ezeket a megállapításokat nem vitatta.

23 A felperes egyetlen jogalapját ezen megállapítások fényében kell megvizsgálni.

A jogalap első, a korábbi védjegyek ismertségükből adódóan jelentős megkülönböztető képességének meglétéből eredő első jogalapról

— A megtámadott határozat

24 A fellebbezési tanács előtt a felperes védjegyei ismertségének alátámasztása céljából az alábbi bizonyítékokat nyújtotta be:

– a VITAKRAFT védjeggyel megjelölt áruk árlistája az 1994-es évre;

– a VITAKRAFT védjegyekre vonatkozó, 1997-ben végzett piackutatás;

– VITA védjegyre, illetve a vásárlóközönség által esetlegesen ezzel kapcsolatba hozott VITAKRAFT megjelölésre vonatkozó, 1992-ben végzett piackutatás.

25 A fellebbezési tanács az árlistát elvetette, mivel az elsősorban a szóban forgó ütköző védjegyekkel megjelölt áruktól különböző árukra vonatkozik (a megtámadott határozat 29. pontja). Az 1997-es piackutatással kapcsolatban a fellebbezési tanács úgy ítélte meg, hogy az nem bír kellő bizonyító erővel, mivel a megkérdezett személyek nem spontán módon kapcsolták össze a VITAKRAFT védjegyet és az általa megjelölt árukat, hanem a kérdőív hívta fel figyelmüket a szóban forgó megjelölésre és árukra (a megtámadott határozat 30. pontja). Az 1992-es piackutatásról a fellebbezési tanács úgy vélte, hogy meglehetősen csekély bizonyító erővel bír, lévén nem a releváns időszakra vonatkozik. A fellebbezési tanács álláspontja szerint feltételezhető, legalábbis az ellenkező bizonyításáig, hogy a piaci viszonyok jelentős mértékben megváltoznak négy év folyamán. A fellebbezési tanács

hozzátette továbbá, hogy e piackutatás nem a VITAKRAFT védjegyekre vonatkozik, kizárólag kedvtelésből állatokat tartó személyeket érint, e fogyasztók figyelmét a szóban forgó áruk tekintetében a VITA védjegy irányába befolyásolták, és mindössze a megkérdezett személyek 20%-a azonosította a VITAKRAFT védjegyeket (a megtámadott ítélet 31. pontja).

— A felek érvei

26 Mindenekelőtt, az 1994-es árlistát illetően, a felperes hangsúlyozza, hogy ebben szerepelnek a korábbi védjegyekkel megjelölt áruk is.

27 Továbbá, az 1997-es piackutatás kapcsán a felperes lényegében bírálja, hogy a fellebbezési tanács nem fogadta el a megkérdezett személyeknek a védjeggyel és a szóban forgó árukkal kapcsolatban nyújtott tájékoztatást. A felperes álláspontja szerint lehetetlen, hogy az interjúk során a fogyasztókat ne tájékoztassák a piackutatásban érintett védjegyről. A tárgyalás során a felperes ehhez még annyit tett hozzá, hogy mivel a „vita" szó gyakorta használatos eleme az emberi fogyasztásra szánt élelmiszereket jelölő védjegyeknek, a korábbi védjegyekkel megjelölt áruk feltüntetése szükséges volt az emberi fogyasztásra szánt élelmiszerek ágazatába tartozó védjegyekkel való összetévesztés kizárása végett.

28 Végül pedig, ami az 1992-es piackutatást illeti, a felperes előadja mindenekelőtt, hogy a szóban forgó piac nem változik egy viszonylag rövid, négyéves időszak folyamán, amit az 1997-es piackutatás is bizonyít. A felperes ezt követően hangsúlyozza, hogy az ezen vizsgálatot végző Allensbach közvélemény-kutató intézet komoly elismertségnek örvend. A piackutatás bizonyítja, hogy a szóban forgó piac egy reprezentatív csoportja számára a „vita" szó alkotja a VITAKRAFT védjegyek domináns elemét, és ezen vásárlóközönség a szóban forgó árukat megjelölő megjelölésben szereplő „vita" szót azonnal kapcsolatba hozza a felperes korábbi védjegyeivel.

29 Az OHIM erre elöljáróban azt a választ adja, hogy az árlista, tartalmától függetlenül, önmagában még nem alkalmas annak bizonyítására, hogy a korábbi védjegyek ismertek.

30 Az 1997-es piackutatással kapcsolatban az OHIM úgy véli, hogy főszabályként a fogyasztók nem egy meghatározott márka felé fordulnak, hanem spontán módon döntenek arról, hogy melyik terméket vásárolják meg. Következésképpen kizárólag a fogyasztó egy, valamely védjegy meghatározott áruk vonatkozásában való ismereteire vonatkozó kérdésre adott spontán válasza szolgálhat elegendő bizonyítékként az adott védjegy piacon való ismertségére. Jelen esetben egyrészt a fogyasztókat közvetlenül a VITAKRAFT védjegyek felé irányították, másrészt az érintett áruk vonatkozásában a piackutatás kifejezetten általánosságokra szorítkozik. Az OHIM a tárgyaláson ehhez még hozzátette, hogy a piackutatás bizonyítóerejét gyengíti továbbá az is, hogy a releváns időszakot követő időszakra vonatkozik, és ennélfogva befolyásolhatták a védjegybejelentés benyújtását követően indított reklámkampányok.

31 Végezetül pedig, az 1992-es piackutatással kapcsolatban az OHIM felhívja a figyelmet arra, hogy eszerint a megkérdezett személyek 70%-a semmilyen kapcsolatba nem hozta a „vita" szót a korábbi védjegyekkel, noha a kérdések oly módon voltak megfogalmazva, hogy a megkérdezett fogyasztókat egy meghatározott eredmény felé irányítsák.

32 A beavatkozó úgy véli, hogy az 1997-es piackutatást el kell vetni, mivel a releváns időszakot követő időszakra vonatkozik, az 1992-es piackutatás pedig nem bír elég bizonyító erővel, lévén nem a korábbi védjegyekre, hanem a VITA megjelölésre vonatkozik. A tárgyalás során a beavatkozó kifejtette, hogy az 1992-ben megkérdezett személyeknek feltett kérdések a VITA és VITAKRAFT megjelölések között legfeljebb bizonyos képzettársítást sugallhattak.

— Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

33 Amint az a 40/94 rendelet hetedik preambulumbekezdéséből következik, az összetéveszthetőség értékelése számos tényezőtől, különösen az adott védjegy piaci ismertségétől függ. Mivel az összetéveszthetőség annál nagyobb, minél erőteljesebb a korábbi védjegy megkülönböztető képessége, a jelentős, akár benne rejlő, akár a piacon való ismertségéből következő megkülönböztető képességgel rendelkező védjegyek tehát szélesebb körű védelmet élveznek, mint a csekély megkülönböztető képességgel rendelkező védjegyek (ennek megfelelően l. a Bíróság C-251/95. sz., SABEL-ügyben 1997. november 11-én hozott ítéletének [EBHT 1997., I-6191. o.] 24. pontját; a C-39/97. sz. Canon-ügyben 1998. szeptember 29-én hozott ítéletének [EBHT 1998., I-5507. o.] 18. pontját és a C-342/97. sz. Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-én hozott ítélet [EBHT 1999., I-3819. o.] 20. pontját).

34 A védjegy piacon való ismertségéből következő, átlagosnál nagyobb megkülönböztető képesség megléte szükségszerűen feltételezi, hogy ezen védjegy legalább az érintett vásárlóközönség jelentős része előtt ismert, anélkül, hogy szükségszerűen jó hírnévnek örvendene a 40/94 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében. Általánosságban, például a közönség érintett területeken való ismertségi szintjére vonatkozó meghatározott százalékértékekből kiindulva, nem lehet megállapítani, hogy a korábbi védjegy a piacon való ismertségének köszönhetően jelentős megkülönböztető képességgel rendelkezik (lásd ennek megfelelően a Bíróság C-108/97. és C-109/97. sz., Windsurfing Chiemsee ügyben 1999. május 4-én hozott ítéletének [EBHT 1999., I-2779. o.] 52. pontját és a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 24. pontját). Ugyanakkor el kell ismerni, hogy egyfajta kölcsönös függőség áll fenn aközött, hogy a közönség mennyire ismer egy védjegyet, illetve ezen védjegy megkülönböztető képessége között, vagyis minél jobban ismeri a célközönség a védjegyet, annál erőteljesebb e védjegy megkülönböztető képessége.

35 Annak vizsgálata során, hogy egy védjegy a fogyasztók általi ismertségéből következően rendelkezik e megkülönböztető képességgel, tekintetbe kell venni az ügy minden lényeges elemét, többek között a védjegy által elfoglalt piaci részesedést,

az intenzitást, a védjegy használatának földrajzi kiterjedését és tartamát, a vállalkozás által a védjegy reklámozása céljából megvalósított beruházások jelentőségét, az érdekelt fogyasztók azon hányadát, amely a védjegy miatt úgy azonosítja az árukat és szolgáltatásokat, mint amelyek egy meghatározott vállalkozástól származnak, továbbá a kereskedelmi és iparkamaráktól és egyéb szakmai szervezetektől származó nyilatkozatokat (ennek megfelelően lásd a fent hivatkozott Windsurfing Chiemsee ítélet 51. pontját és a fent hivatkozott Lloyd Schuhfabrik Meyer ítélet 23. pontját, illetve ilyen értelemben és ennek megfelelően a Bíróság C-375/97. sz., General Motors ügyben 1999. szeptember 14-én hozott ítéletének [EBHT 1999., I-5421. o.] 26. és 27. pontját).

36 Jelen ügyben a felperes három bizonyítékot nyújtott be korábbi védjegyei piacon való ismertségének alátámasztására: egy 1994-es árlistát, egy 1997-es piackutatást és egy 1992-es piackutatást (lásd a fenti 24. pontot).

37 Először is, az árlistával kapcsolatban emlékeztetni kell arra, hogy a bemutatott katalógusok nem bizonyítják sem annak tényét, hogy e katalógusokat a vevőkör számára terjesztették, sem az esetleges terjesztésük jelentőségét, sem a védjegy által megjelölt termékek tényleges eladásának mennyiségét (e tekintetben lásd az Elsőfokú Bíróság T-356/02. sz., Vitakraft-Werke Wührmann kontra OHIM – Krafft (VITAKRAFT) ügyben 2004. október 6-án hozott ítéletének [EBHT 2004., II-3445. o.] 34. pontját. E katalógusok még kevésbé képesek a használat intenzitását bizonyítani. Ezen ítélkezési gyakorlat alkalmazható az árlistákra is, amelyek funkciója hasonló egy katalóguséhoz. Következésképpen a felperes azon érvét, mely szerint a fellebbezési tanács tévedett volna ezen árlista tartalma tekintetében, el kell vetni.

38 Másodsorban, az 1992-ben és 1997-ben végzett piackutatásokkal kapcsolatban mindenekelőtt meg kell említeni, hogy ahhoz, hogy egy korábbi védjegy piacon való ismertségéből köszönhetően jelentős megkülönböztető képességgel rendelkezzen, a védjegybejelentés benyújtásának időpontjában, vagy adott esetben az ezen bejelentés alátámasztásául hivatkozott elsőbbség időpontjában ismertnek kell lennie a közönség körében (e tekintetben lásd az Elsőfokú Bíróság T-8/03. sz. El Corte

Inglés kontra OHIM – Pucci (EMILIO PUCCI) ügyben 2004. december 13-án hozott ítéletének [EBHT 2004., II-4297. o.] 71–73., a fellebbezés által nem érintett pontjait). Ugyanakkor nem lehet már kiindulásképpen kizárni, hogy egy, az ezen időpontnál valamennyivel korábban vagy később végzett piackutatás hasznos információkkal szolgálhat, szem előtt tartva ugyanakkor, hogy bizonyítóereje változhat annak függvényében, hogy az érintett időszak mennyire áll közel a védjegybejelentés benyújtásának vagy az adott védjegy bejelentése elsőbbségének időpontjához. Ezen túl bizonyítóereje függ a piackutatás készítése során alkalmazott módszertől.

39 Jelen esetben az 1997-es piackutatás bizonyítóereje csekély, amint azt a fellebbezési tanács helyesen megállapítja, azon ténynél fogva, hogy a megkérdezett személyek nem spontán módon válaszoltak, hiszen a felhasznált kérdőíveken fel voltak tüntetve a szóban forgó megjelölések, továbbá az áruk. Ezt a megállapítást nem vonja kétségbe a felperes azon érve, mely szerint egyrészt az érintett áruk pontos megjelölése szükséges volt annak érdekében, nehogy a közönség emberi fogyasztásra szánt élelmiszereket jelölő védjegyeket jelöljön meg, másrészt egy olyan felmérés, amely az érintett védjegyről még csak említést sem tesz, csak a nagy közismertségnek örvendő védjegyek (»berühmte Marken«) esetében vezet használható eredményhez (lásd a fenti 27. pontot). Valójában lehetséges lett volna megjelölni, a VITAKRAFT védjegyek említése nélkül, a megkérdezett személyek számára a szóban forgó árukat, vagy számukra mutatni egy olyan különféle védjegyeket tartalmazó listát, amelyben szerepel a szóban forgó korábbi megjelölés is.

40 Ilyen körülmények között a fellebbezési tanács nem követett el jogi hibát, amikor úgy vélte, hogy az 1997-es piackutatás önmagában nem alkalmas a VITAKRAFT védjegyek közönség körében való ismertségének bizonyítására. Az Elsőfokú Bíróságnak tehát nem kell állást foglalnia az OHIM és a beavatkozó kiegészítő érvével kapcsolatban, amely szerint a piackutatás bizonyítóerejét csökkenti az a tény is, hogy a releváns időszakot követő időszakra vonatkozik.

41 Az 1992-es piackutatást nem lehet azonnal elvetni pusztán azon oknál fogva, hogy elsősorban a VITA védjegyre, nem pedig a VITAKRAFT védjegyekre vonatkozik,

mivel a felperes azt kívánja bizonyítani, hogy a „vita" szó a korábbi védjegyek domináns elemét alkotja, amennyiben a célközönség, a két védjegy ismertsége folytán, a „vita" szót azonnal kapcsolatba hozza a VITAKRAFT védjegyekkel, amikor a piackutatás egy kérdése pontosan ezen esetleges kapcsolatra tér ki.

42 Ugyanakkor, amint azt a fellebbezési tanács helyesen megállapította, az 1992-es piackutatás bizonyítóerejét csökkenti az a tény, hogy mintegy négy évvel a szóban forgó védjegybejelentés benyújtásának időpontja előtt készült. Továbbá, a fellebbezési tanácshoz csatlakozva, meg kell állapítani, hogy azon személyek százalékos aránya, akik a „vita" szót kapcsolatba hozzák a korábbi védjegyekkel, nem kellően magas annak bizonyítására, hogy e védjegyek, vagy akár csak „vita" elemük, a fogyasztók körében szerzett ismertségüknél fogva jelentős megkülönböztető képességgel rendelkeznének. Hiszen a kérdezőbiztosok által feltett kérdés a fogyasztókat arra késztette, hogy a VITAKRAFT védjegyeket kapcsolatba hozzák valamennyi, a „vita" szót tartalmazó megjelöléssel, mivel a „vita" szó mellett szereplő többi elem esetleges jelenléte nem jutott a megkérdezett fogyasztók eszébe. Még ilyen körülmények között is csupán a megkérdezett, kedvtelésből állatot tartó személyek 33%-a vélte úgy, hogy a „vita" elemet tartalmazó valamennyi megjelölés ugyanazon vállalkozáshoz tartozik. Mindössze a megkérdezett, kedvtelésből állatot tartó személyek 25%-a társította a „vita" szóval a VITAKRAFT védjegyet vagy egy ilyen megnevezésű vállalkozást.

43 Továbbá, a fellebbezési tanács helyesen mutatta be, hogy a fogyasztókat tájékoztatták az érintett árukról (állatápolási készítmények), valamint a szóban forgó védjegyekről (VITA és VITAKRAFT). Tekintettel arra, hogy a feltett kérdések alkalmasak voltak a fogyasztók felperes számára kedvező irányba való vezetésére, a fellebbezési tanács helyesen vélte úgy, hogy az 1992-es piackutatás nem elegendő annak megállapításához, hogy korábbi védjegyek ismertek, és következésképpen azok, vagy „vita" elemük megkülönböztető képessége jelentős.

44 Ezen okoknál fogva, mivel a felperes nem bizonyította kellőképpen, hogy a korábbi védjegyek a közönség körében szerzett ismertségüknél fogva jelentős megkülönböztető képességgel rendelkeznek, az első jogalapot, mint nem megalapozottat, el kell utasítani.

A jogalap második, az ütköző megjelölések hasonlóságának hibás értékeléséből eredő részéről

— A felek érvei

45 Az ütköző megjelölések összehasonlításával kapcsolatban a felperes először is vitatja, hogy a „vita" elem csekély benne rejlő megkülönböztető képességgel rendelkezne, még abban az esetben is, ha a fellebbezési tanács megalapozottan vélte úgy, hogy a célközönség ezzel a szóval a német „vital" (vitális) és „Vitalität" (vitalitás) szavakat hozza kapcsolatba. Egyrészt, noha ezen „élet" jelentésű latin szót egy általános műveltségű kisebbség olykor „egy ember élete" (németül „Lebenslauf") vonatkozásában használja, ez a jelentés a német fogyasztók többsége számára nem ismert. Másrészt a felperes bemutatja, hogy ellentétben a fellebbezési tanács álláspontjával, a német „vital" és „Vitalität" szavak nem leíró jellegűek a korábbi védjegyekkel megjelölt áruk tekintetében. A felperes megjegyzi továbbá, hogy az OHIM már elismerte a „vita" szó megkülönböztető képességét, amikor 2002. július 15-én meghirdette a korábbi védjegyekkel megjelöltekkel analóg árukat megjelölő VITA közösségi szóvédjegy bejelentését.

46 A felperes álláspontja szerint a korábbi védjegyek vásárlóközönség körében megszerzett ismertsége folytán a „vita" szó alkotja azok domináns elemét.

47 A fentiektől függetlenül a felperes vitatja a megjelölések vizuális, fogalmi és hangzásbeli hasonlósága fellebbezési tanács által végzett értékelését.

48 A felperes először is, a vizuális hasonlósággal kapcsolatban hangsúlyozza, hogy a fogyasztó nem fog a védjegy filológiai elemzésébe bocsátkozni. Épp ellenkezőleg: mivel figyelmének szintje viszonylag alacsony a szóban forgó áruk kiválasztása során, a VITAKRAFT és VITACOAT megjelölések első felének azonossága, valamint a második felükben szereplő „a" és „t" betűk azonossága a vásárlókat az ütköző megjelölések összetévesztéséhez vezethetik. A felperes a tárgyaláson kiemelte azt a tényt, hogy a fogyasztó nagyobb figyelmét fordít egy megjelölés elejére, mint végére.

49 Másodsorban, a fogalmi hasonlósággal kapcsolatban, a felperes álláspontja szerint a fellebbezési tanács hibát követett el, amikor úgy vélte, hogy a fogyasztó egyáltalában nem társítja a „coat" szóval a német „vital" és „Vitalität" szavak által keltett képzetet, függetlenül attól, hogy ismeri-e vagy sem az angol szó jelentését. A felperes úgy véli, hogy sok német fogyasztó előtt ismert, hogy a „coat" szó jelentése „Fell" (szőrzet) németül, így értik a bejelentett megjelölés leíró jellegét. Továbbá az, hogy a célközönség érti a „coat" szót, nem vezet fogalmi különbséghez, épp ellenkezőleg: hangsúlyozza az ütköző védjegyek közötti fogalmi hasonlóságot.

50 A tárgyaláson a felperes ehhez hozzátette, hogy az Elsőfokú Bíróság ítélkezési gyakorlata értelmében (a T-292/01. sz. Phillips-Van Heusen kontra OHIM – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS) ügyben 2003. október 14-én hozott ítélet [EBHT 2003., II-4335. o.] 54. pontja; a T-185/02. sz. Ruiz-Picasso és társai kontra OHIM – DaimlerChrysler (PICARO) ügyben 2004. június 22-én hozott ítélet [EBHT 2004., II-1739. o.] 56. pontja és a T-336/03. sz. Éditions Albert René kontra OHIM – Orange (MOBILIX) ügyben 2005. október 27-én hozott ítélet [EBHT 2005.,

II-4667. o.] fellebbezéssel érintett 80. pontja), egy olyan fogalmi különbség, amely képes nagyban ellensúlyozni az érintett megjelölések közötti vizuális és hangzásbeli hasonlóságot, akkor állhat fenn, ha legalább az egyik megjelölés az érintett közönség észlelése szerint világos és határozott jelentéssel bír. A felperes álláspontja szerint jelen ügyben nem ez az eset áll fenn, mivel a „vitakraft" és „vitacoat" szavaknak nincs konkrét jelentésük sem a német, sem az angol nyelvben.

51 Harmadsorban pedig, a hangzásbeli hasonlóság vonatkozásában, a felperes egyrészt arra hivatkozik, hogy ezt nem képes ellensúlyozni a megjelölések közötti állítólagos fogalmi különbség, amely jelen esetben nem létezik. Másrészt a fellebbezési tanács azon megállapítása, mely szerint a korábbi védjegyek „r" és „f" betűinek jelenléte kizár bármiféle hangzásbeli hasonlóságot, sérti azt az elvet, mely szerint az összetéveszthetőséget a megjelölések közötti hasonló, nem pedig különböző elemeinek függvényében kell mérlegelni.

52 Az OHIM és a beavatkozó ellentmond a felperes érveinek.

— Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

53 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az összetéveszthetőség átfogó mérlegelésénél az ütköző megjelölések vizuális, hangzásbeli és fogalmi hasonlóságát illetően a megjelölések által keltett együttes benyomást kell alapul venni, különösen a megkülönböztető és domináns jegyeik figyelembe vételével (l. a fent hivatkozott BASS-ítélet 47. pontját, valamint a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).

54 Mindenekelőtt, ami a „vita" szó megkülönböztető képességének mértékét illeti, a kedvtelésből állatot tartó német átlagos fogyasztókból álló célközönség a „vita" szót,

amely mint ilyen a német nyelvben nem létezik, úgy fogja érteni, mint a „vital" (vitális) és a „Vitalität" (vitalitás) szavak fogalomköréhez kapcsolódó szót. Noha egy latin eredetű szó kevésbé ismerős egy német nyelvű, mint egy spanyol fogyasztó számára, a „vita" szó általánosságban különböző áruk vagy szolgáltatások széles körének tulajdonítható pozitív minőséget idéz fel. A megjelölés előtagját alkotó „vita" szó az azt követő szóhoz, vagyis a német „Kraft" szónak (erő, hatalom) a „vitalitás" képzetét kapcsolja. Ennélfogva azt a közönség jelen ügyben nem a korábbi megjelölés megkülönböztető és domináns elemeként fogja érzékelni. Következésképpen el kell utasítani a felperes azon álláspontját, mely szerint a „vita" szó jelentős benne rejlő megkülönböztető képességgel rendelkezik. Továbbá, amint az a fenti 33–44. pontokból is adódik, a „vita" szó sem a fogyasztók körében, a korábbi védjegyekről szerzett ismertségénél fogva, sem pedig azon gazdasági kapcsolat folytán, amellyel a célközönség e védjegyeket és a VITA védjegyek jogosultjait társítja, nem különösebben megkülönböztető jellegű.

55 Az, hogy a VITA közösségi szóvédjegynek a korábbi védjegyekkel megjelölt árukkal analóg áruk tekintetében történő bejelentését az OHIM meghirdette, ezen értékelést nem gyengíti. Hiszen nem annak megállapításáról van szó, hogy a megjelölés „nem rendelkezik megkülönböztető képességgel", vagy „tisztán leíró jellegű", és ily módon, a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) vagy c) pontja értelmében nem részesülhet védjegyoltalomban. Csupán azt kell meghatározni, hogy a „vita" szó a korábbi védjegyek domináns elemét alkotja-e, vagy sem.

56 Továbbá, a vizuális hasonlósággal kapcsolatban meg kell állapítani, hogy az ütköző megjelölések egyrészt a „vita" szóból, másrészt a „kraft" vagy „coat" szavakból állnak. Tehát közös az első felük („vita"), valamint az utolsó betűjük („t") és a második részük közepén elhelyezkedő betű („a"). Ezek kívül a megjelölések hossza is közel azonos. Ezen hasonlósági elemek ellenére a szavak második fele, vagyis a „kraft" és „coat" elemek különbségei eltérő összbenyomást eredményeznek. Következésképpen a fellebbezési tanács helyesen állapította meg, hogy a vizuális összbenyomásban a különbségek hangsúlyosabbak a hasonló elemeknél.

57 Hangzásbeli szinten meg kell állapítani, hogy a „vitakraft" szó három szótagból áll („vi", „ta" és „kraft"), melyekben „i-a-a" magánhangzók követik egymást, és hangzásban az „r" és "f" hangoknak van figyelemfelkeltő jellegük, lévén a „c" és „t" mássalhangzók zöngétlenek és rövidek. A főhangsúly az első szótagra esik, a mellékhangsúly pedig az utolsóra. Ugyanakkor a bejelentett megjelölés esetében meg kell jegyezni, hogy az angol szavak meglehetősen elterjedtek a németországi reklámokban, olyannyira, hogy sok fogyasztó ismeri legalább az angol kiejtési szabályokat. Vagyis a „coat" szót egy magánhangzóval, a „co:t"-hoz hasonlatosan fogják kiejteni. Ugyanakkor, mivel a „vita" szó hasonlít a német „vital" és „Vitalität" szavakra, a fogyasztók azt nem fogják a német kiejtés helyett („vi:ta") angol kiejtéssel felváltani („vaita"). Tehát a bejelentett védjegy három szótagból áll, melyekben „i-a-o" magánhangzók követik egymást, második felükben pedig csak a „c" és „t" mássalhangzó található, a hangsúly pedig az első szótagra esik. A „vitakraft" és „vitacoat" szavak harmadik szótagjának kiejtése közötti különbség folytán meg kell állapítani, a fellebbezési tanácshoz csatlakozva, hogy a hangzásbéli különbségek jelentősek.

58 Végezetül pedig, ami a fogalmi szintet illeti, a fellebbezési tanács helyesen állapította meg, hogy a korábbi védjegyeknek a vitalitás fogalmához kapcsolódó „vita" szóval, valamint az „erő, hatalom" jelentésű német „kraft" szóval való képzettársítása a fogyasztókört arra vezetné, hogy a „vitakraft" szót az egészség és vitalitás fokozásának vagy visszaállításának fogalmához kössék, noha a szó ilyen formában nem létezik a német nyelvben. A bejelentett védjegyet illetően, a „coat" szónak nincs jelentése a német nyelvben. Kevéssé valószínű, hogy a fogyasztók értenék az angol „coat" szót. Legfeljebb azt tudják, hogy a szó angolul „kabátot" jelent. Még ha ismernék is a szó valamennyi jelentését, ez semmi esetre sem változtat azon, hogy e jelentések egyértelműen különböznek a „Kraft" szó jelentésétől. Ezen túl, azáltal, hogy a fogyasztók esetleg értik a „coat" szó jelentését, még nem fogják a „vita" szót a bejelentett védjegy domináns elemeként érzékelni, még kevésbé pedig a korábbi védjegyek domináns elemeként. A fogalmi összbenyomást azon együttes alkotja, melyben a „vita" előtag az azt követő „coat" szót a „vitalitás" fogalomköréhez kapcsolja, ily módon e két szó egy egységet alkot anélkül, hogy az egyiket a másikkal szemben dominánsnak lehetne tekinteni.

59 Következésképpen meg kell állapítani, hogy, főként a két megjelölés első négy betűjének azonossága folytán, fennáll egy csekély vizuális hasonlóság, amelyet azonban jelentős mértékben gyengít az ütköző megjelölések második fele, vagyis a „kraft" és „coat" szavak közötti különbség.

60 A két kezdőszótag („vi-ta") azonossága következtében ugyancsak fennáll csekély hangzásbeli hasonlóság is, amelyet jelentős mértékben gyengít a „kraft" (amelyben az „a" magánhangzó, valamint az „r" és „f" mássalhangzók hangsúlyosak és a „coat" (amelyben az „o" magánhangzó jelenléte a meghatározó) szavak közötti hangzásbeli különbség.

61 Végezetül, mivel a „Kraft" szónak pontos és a német fogyasztók számára azonnal érthető jelentése van, míg a „coat" számukra nem hordoz jelentést, vagy legfeljebb felismerik, hogy egy, ettől eltérő jelentésű angol szóról van szó, meg kell állapítani, hogy a megjelölések között erőteljes fogalmi különbség van. Egy ilyen fogalmi különbség képes nagyban ellensúlyozni az érintett megjelölések közötti vizuális és hangzásbeli hasonlóságot (e tekintetben lásd a fent hivatkozott BASS-ítélet 54. pontját). Az ütköző megjelölésekben jelen lévő „vita" előtag ezen értékelésen nem képes változtatni, mivel azt a közönség előtagként érzékeli, vagyis a megjelölések által keltett összbenyomásban fogalmi szinten nagyrészt a megjelölések második fele a meghatározó.

62 Tekintettel az ütköző megjelölések közötti fogalmi különbségre, valamint a vizuális és hangzásbeli különbség elemeire, helyben kell hagyni a fellebbezési tanács megállapítását, miszerint a megjelölések csupán csekély mértékben hasonlóak, lévén a köztük fennálló fogalmi különbség képes nagyban ellensúlyozni a vizuális és hangzásbeli hasonlóságot.

A jogalap harmadik, az összetévesztés veszélyének fennállásából eredő részéről

— A felek érvei

63 A felperes álláspontja szerint az összetéveszthetőség fellebbezési tanács által végzett értékelése az alábbi hibákban szenved.

64 Először is, a fellebbezési tanács nem vette tekintetbe a korábbi védjegyek piacon való ismertségükből adódó jelentős megkülönböztető képességét. Másodsorban alábecsülte az ütköző megjelölések hasonlóságának mértékét. Harmadsorban a fellebbezési tanács nem tulajdonított kellő jelentőséget a szóban forgó védjegyekkel megjelölt áruk azonosságának.

65 Végezetül pedig a felperes kijelenti, hogy a német bíróságok ehhez hasonló esetekben általában elismerték az összetévesztés veszélyének fennállását, ami a keresetlevélhez csatolt bírósági határozatokból is kiderül.

66 Az OHIM és a beavatkozó ezen érvekkel szembehelyezkedik. Az OHIM úgy véli továbbá, hogy, mivel a német bírósági határozatokat nem az OHIM előtti eljárás folyamán nyújtották be, ezen dokumentumokat elfogadhatatlanoknak kell nyilvánítani.

— Az Elsőfokú Bíróság álláspontja

67 Elöljáróban meg kell állapítani, amint az a fenti 44. és 62. pontokból is következik, hogy a fellebbezési tanács nem követett el hibát, amikor úgy vélte egyrészt, hogy a korábbi védjegyek nem rendelkeznek a fogyasztók körében való ismertségük folytán jelentős megkülönböztető képességgel, másrészt, hogy az ütköző megjelölések csupán csekély mértékben hasonlóak.

68 Továbbá meg kell állapítani, hogy a fellebbezési tanács tekintetbe vette a szóban forgó védjegyek által megjelölt áruk nagy részének azonosságát. Ugyanakkor úgy ítélte meg, hogy e megjelölések elegendő különbséget mutatnak, különösen fogalmi szinten, ahhoz, hogy ki lehessen zárni az összetéveszthetőséget még azonos áruk esetén is. Az Elsőfokú Bíróság helyben hagyja ezt az értékelést, még annak fényében is, hogy a szóban forgó áruk kiválasztása során a fogyasztók csekély mértékű körültekintést tanúsítanak.

69 Végezetül pedig, a felperes által idézett német ítélkezési gyakorlattal kapcsolatban meg kell állapítani mindenekelőtt, hogy a német bíróságok ítéleteire első ízben az Elsőfokú Bíróság előtt történt hivatkozás.

70 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint a 40/94. rendelet 63. cikke alapján az Elsőfokú Bíróság előtt indult eljárások célja a fellebbezési tanács által hozott határozatok jogszerűségének a vizsgálata. Olyan tények, amelyekre anélkül hivatkoznak az Elsőfokú Bíróság előtt, hogy azt korábban felhozták volna az OHIM előtti eljárás során, csak abban az esetben befolyásolhatják a határozat jogszerűségét, ha ezen tényeket az OHIM-nak hivatalból figyelembe kellett volna vennie. A 74. cikk (1) bekezdésének utolsó fordulatából – amely szerint a lajstromozás viszonylagos kizáró okaival összefüggő eljárásban az OHIM a vizsgálat során a felek által előterjesztett tényálláshoz, bizonyítékokhoz és érvekhez, valamint a kérelem szerinti igényekhez kötve van – következik, hogy az OHIM nem köteles hivatalból olyan tényeket figyelembe venni, amelyre a felek nem hivatkoztak az eljárás során. Tehát az ilyen tények nem befolyásolhatják a fellebbezési tanács határozatának jogszerű-

ségét (lásd az Elsőfokú Bíróság T-115/03. sz. Samar kontra OHIM – Grotto (GAS STATION) ügyben 2004. július 13-án hozott ítéletének [EBHT 2004., II-2939. o.] 13. pontját.

71 Ezt még annyival kell pontosítani, hogy sem a feleket, sem magát az Elsőfokú Bíróságot nem lehet akadályozni abban, hogy a közösségi jog értelmezése során a közösségi, nemzeti vagy nemzetközi ítélkezési gyakorlatból merítsen. A nemzeti ítéletekre történő hivatkozás ezen lehetőségére a fenti 70. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat nem vonatkozik, mivel a fellebbezési tanácsnak nem azt rója fel a felperes, hogy nem vett tekintetbe egy adott nemzeti ítéletben szereplő tényeket, hanem azt, hogy megsértette a 40/94 rendelet egy rendelkezését, és ezen jogalap alátámasztására az ítélkezési gyakorlatra hivatkozik.

72 Jelen ügyben ugyanakkor meg kell állapítani, hogy a német bíróságok felperes által hivatkozott határozatai a megtámadott határozatot nem képesek kétségbe vonni. Egyrészt nem alkalmasak arra, hogy megkérdőjelezzék a fellebbezési tanács ténymegállapításait, másrészt, hogy bizonyítsák a korábbi védjegyek piacon való ismertségét vagy azt, hogy a német fogyasztó kapcsolatba hozza a „vita" szót a felperes védjegyeivel, a fenti 70. pontban bemutatott okoknál fogva. Másrészt a felperes nem hivatkozott ezen határozatokban szereplő olyan, meghatározott jogi érvre, amely lehetővé tenné, hogy a fenti 71. pontban bemutatott körülmények között ebből induljon ki a Bíróság.

73 A fentiekből az következik, hogy a fellebbezési tanács nem követett el hibát az összetéveszthetőség átfogó értékelése során. Következésképpen a jogalap harmadik része nem megalapozott. Ennélfogva a felperes egyetlen jogalapját, és ezzel a keresetet is el kell utasítani.

A beavatkozó a bejelentett védjegy lajstromozása iránti kérelméről

74 A beavatkozó harmadik kérelmével kapcsolatban meg kell említeni, hogy a 40/94 rendelet 63. cikkének (6) bekezdése értelmében az OHIM köteles megtenni a közösségi bíróság ítéletének végrehajtásához szükséges intézkedéseket. Ennélfogva az Elsőfokú Bíróság nem utasíthatja az OHIM-ot. Ez utóbbinak kötelessége ugyanis az Elsőfokú Bíróság ítéleteinek rendelkező részéből és indokolásából levonni a következtetéseket (lásd az Elsőfokú Bíróság T-163/98. sz. Procter & Gamble kontra OHIM (BABY-DRY) ügyben 1999. július 8-án hozott ítéletének [EBHT 1999., II-2383. o.] 53. pontját, a T-331/99. sz., Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld kontra OHIM (Giroform) ügyben 2001. január 31-én hozott ítéletének [EBHT 2001., II-433. o.] 33. pontját; a T-34/00. sz. Eurocool Logistik kontra OHIM (EUROCOOL) ügyben 2002. február 27-én hozott ítéletének [EBHT 2002., II-683. o.] 12. pontját és a T-388/00. sz. Lernsysteme kontra OHIM – Educational Services (ELS) ügyben 2002. október 23-án hozott ítéletének [EBHT 2002., II-4301. o.] 19. pontját).

75 A beavatkozó azon kérelme, amely a lajstromozási eljárás OHIM részéről való lefolytatására irányul, végső soron olyan intézkedést jelent, amely az ítélet végrehajtását vonja maga után, és a valóságban összekeveredik az első, a kereset elutasítására irányuló kérelemmel. Amennyiben a beavatkozónak ezen túl szándékában állt, hogy azt kérje az Elsőfokú Bíróságtól, hogy csatlakozzon az OHIM-hoz a bejelentett védjegy lajstromozása iránti eljárásban, ez a kérelem elfogadhatatlan a fenti pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat értelmében.

A költségekről

76 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 eljárási szabályzat 136. cikkének 2. §-a alapján a feleknél a fellebbezési tanács előtti eljárással

kapcsolatban szükségszerűen felmerült költségeket megtérítendő költségeknek kell tekinteni. Ugyanezen rendelkezés vonatkozik arra az esetre is, ha a fellebbezési tanács határozatát hatályon kívül helyezik az eljárás költségeire vonatkozó rendelkezéssel együtt. Ugyanakkor ha a megtámadott határozatot nem helyezik hatályon kívül még részben sem, az OHIM előtti eljárással kapcsolatban felmerült költségekről rendelkező rész érvényes marad, figyelemmel egy esetleges fellebbezésre.

77 Következésképpen a beavatkozó azon kérelmét, hogy az Elsőfokú Bíróság a felperest kötelezze a felszólalási osztály és a fellebbezési tanács előtti eljárásokkal kapcsolatban felmerült költségek viselésére, el kell utasítani. Az Elsőfokú Bíróság előtti eljárással kapcsolatban felmerült költségek viselésére, mivel a felperes pervesztes lett, az alperes és a beavatkozó kérelmének megfelelően őt kell kötelezni.

A fenti indokok alapján,

AZ ELSŐFOKÚ BÍRÓSÁG (második tanács)

a következőképpen határozott:

1) Az Elsőfokú Bíróság a keresetet elutasítja.

2) Az Elsőfokú Bíróság a felperest kötelezi saját, illetve a Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM), valamint a beavatkozó részéről az Elsőfokú Bíróság előtti eljárással kapcsolatban felmerült költségek viselésére.

Pirrung Meij Pelikánová

Kihirdetve Luxembourgban, a 2006. július 12-i nyilvános ülésen.

E. Coulon

hivatalvezető

J. Pirrung

elnök