YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN
TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (kolmas jaosto)
12 päivänä tammikuuta 2005 *

Asiassa T-334/03,

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH, edustajanaan aluksi asianajaja G. Lindhofer, sittemmin asianajaja K.-U. Jonas,

kantajana,

vastaan

sisämarkkinoiden harmonisointivirasto (tavaramerkit ja mallit) (SMHV), asiamiehinään aluksi U. Pfleghar ja G. Schneider, sittemmin A. von Mühlendahl ja G. Schneider,

vastaajana,

jossa kantaja vaatii kumottavaksi 20.6.2003 asiassa R 348/2002-4 tehdyn SMHV:n neljännen valituslautakunnan päätöksen, joka koski sanamerkin EUROPREMIUM rekisteröintiä yhteisön tavaramerkiksi,

* Oikeudenkäyntikieli: saksa.

EUROOPAN YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN (kolmas jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja J. Azizi sekä tuomarit M. Jaeger ja O. Czúcz,

kirjaaja: apulaiskirjaaja B. Pastor,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimeen 29.9.2003 saapuneen kannekirjelmän,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimeen 23.1.2004 saapuneen vastauksen,

ottaen huomioon istunnossa 29.9.2004 esitetyn,

on antanut seuraavan

tuomion

Asian tausta

1 Kantaja haki 24.3.2000 yhteisön tavaramerkkiä sisämarkkinoiden harmonisointivirastolta (tavaramerkit ja mallit) (SMHV) yhteisön tavaramerkistä 20 päivänä joulukuuta 1993 annetun sittemmin muutetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 40/94 (EYVL 1994, L 11, s. 1) perusteella.

2 Tavaramerkki, jonka rekisteröintiä haettiin, oli sanamerkki EUROPREMIUM.

3 Tavarat ja palvelut, joita varten rekisteröintiä haettiin, kuuluvat tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan 15.6.1957 tehtyyn ja sittemmin tarkistettuun ja muutettuun Nizzan sopimukseen pohjautuvan luokituksen luokkiin 16, 20, 35 ja 39. Hakemukseen sisältyvän luettelon mukaan kyse on seuraavista tavaroista ja palveluista:

— luokka 16: "Paperi, pahvi ja näistä valmistetut tuotteet — — , erityisesti pakkauspaperi, paperipussit, paperiset kirjekuoret; pahvi ja pahvituotteet eli pahvilaatikot, pakkauskotelot ja pahviset kirjekuoret erilaisten tavaroiden lähettämiseen; painotuotteet, sanomalehdet, esitteet, aikakauslehdet ja kirjat; etiketit (ei kankaiset); paketti- ja kirjelähetyksiä koskeva opastus- ja koulutusmateriaali (ei laitteet); pakkausmuovit, erityisesti kuplamuovipakkaukset, kassit, kalvot, muoviset kirjekuoret ja pakkauspussit; muovinen pakkausmateriaali, muoviset säilytyslaatikot — — "

— luokka 20: "Tuotteet, jotka on valmistettu puusta, korkista, kaislasta, rottingista, pajusta, sarvesta, luusta, norsunluusta, valaanluusta, simpukankuoresta, meripihkasta, helmiäisestä, merenvahasta ja näiden aineiden korvikkeista tai muovista — — ; erityisesti puiset tai muoviset (ei metalliset) erilaisten tavaroiden lähettämiseen tarkoitetut säilytyslaatikot taikka pakkaukset, muovinen pakkausmateriaali, muoviset pakkauskalvot, muovipussit, leivinkaukalot, puiset tai muoviset laatikot ja kuormauslavat, rasiat, leivinkaukalot ja laatikot sulkimilla tai ilman, hyllyt, telineet, säilytyslaatikkojen sulkimet, elintarvikekäyttöön tarkoitetut (muoviset) koriste-esineet, ruokailuvälinerasiat, säilytyslaatikot, kuljetussäiliöt, tynnyrit, sammiot, korit, pullotelineet"

— luokka 35: "Mainonta; liikeasioiden hoito; liikkeen hallinto; toimistotyöt; erityisesti messujen ja näyttelyiden — — järjestäminen; tavaroiden ja pakettien tietokoneavusteinen seuranta kuljetuksen aikana; liikeasioiden hoidon eli johdon apu; asioidenhoidon neuvonta; henkilöstön väliaikainen käyttöönantaminen; tilastojen laatiminen; kirjanpito; huutokauppamyyntipalvelut; liikeasioiden tutkinta; markkinointi; markkinatutkimukset ja markkinoiden analysointi; mielipidetutkimukset; näyteikkunoiden koristelu; kaupallisen alan neuvonta; organisointia koskeva neuvonta; liikeasiainneuvontapalvelut; henkilöstöasiainneuvonta; laitteiden ja toimistotarvikkeiden vuokraus; välittäjänä toimiminen ja liikeasioista sopiminen ulkopuolisten lukuun; tavaroiden osto- ja myyntisopimusten välittäminen; tavaroiden jakelu mainostarkoituksessa; asiakirjojen kopiointi; mainonta; radio- ja televisiomainonta; elokuvamainonta"

— luokka 39: "Kuljetus ja varastointi; kaikki kyseiseen luokkaan kuuluvat palvelut — — , erityisesti kuljetus, varastoiminen, nouto, pakkaaminen, tallettaminen, toimitus sekä kirjeiden, asiakirjojen, ilmoitusten, uutisten, painotuotteiden, pakettien ja muiden tavaroiden sähköinen seuranta; kansainväliset kuriiripalvelut eli kirjeiden, asiakirjojen ja muiden kirjallisten yksittäiskappaleiden rajat ylittävä kuljettaminen, jonka suorittavat tavaran ovelta ovelle toimittavat kuriirit käyttämällä apuna autoja, junia sekä aluksia ja ilma-aluksia; edellä mainittujen tuotteiden kuljettamiseen liittyvät palvelut eli tallettaminen ja varastointi, pakkaaminen ja toimitus, tavaroiden kuljetus autoilla, junilla, aluksilla ja ilma-aluksilla, alusten lastaaminen ja lastin purkaminen, meripelastus, myös lastien, kantopalvelut, kauppatavaroiden ja huonekalujen varastointi, rahan ja arvoesineiden kuljetus, kuljetusalan välityspalvelut".

4 Tutkija hylkäsi 21.2.2002 tekemällään päätöksellä hakemuksen asetuksen N:o 40/94 38 artiklan nojalla, koska kyseinen sanamerkki kuvaa asianomaisia tavaroita ja palveluita ja on asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b ja c alakohdassa tarkoitetulla tavalla vailla erottamiskykyä.

5 Kantaja teki asetuksen N:o 40/94 57–62 artiklan nojalla SMHV:lle valituksen hakemuksen tutkineen virkamiehen päätöksestä.

6 SMHV:n neljäs valituslautakunta hylkäsi valituksen 20.6.2003 tekemällään päätöksellä sillä perusteella, että asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohta oli esteenä tavaramerkin EUROPREMIUM rekisteröinnille, koska kuluttajat saattoivat käsittää kyseisen tunnuksen merkiksi tavaramerkkihakemuksen tarkoittamien tavaroiden ja palvelujen erinomaisesta laadusta ja eurooppalaisesta alkuperästä.

Asianosaisten vaatimukset

7 Kanteessaan kantaja vaatii ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuinta

— kumoamaan riidanalaisen päätöksen, koska kantajan mielestä SMHV on siinä arvioinut, ettei yhteisön tavaramerkki EUROPREMIUM täytä asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b ja c alakohdassa asetettuja edellytyksiä

— julkistaa yhteisön tavaramerkin EUROPREMIUM asetuksen N:o 40/94 40 artiklan mukaisesti

— toissijaisena vaihtoehtona palauttaa asian valituslautakunnan käsiteltäväksi

— velvoittaa SMHV:n korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

8 SMHV vaatii ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuinta

— jättämään tutkimatta vaatimukset riidanalaisen päätöksen kumoamisesta sikäli kuin siinä hylättiin merkin rekisteröinti asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan nojalla sekä sikäli kuin siinä vaadittiin SMHV:tä julkistamaan kyseinen tavaramerkki ja palauttamaan asia valituslautakunnan käsiteltäväksi

— hylkäämään kanteen muilta osin

— velvoittamaan kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

9 Kantaja luopui kirjeessään, joka oli päivätty 20.9.2004, toisesta ja kolmannesta kanneperusteestaan.

10 Istunnossa kantaja täsmensi kanteensa tarkoitukseksi riidanalaisen päätöksen kumoamisen sen vuoksi, että SMHV oli siinä katsonut, ettei yhteisön tavaramerkki EUROPREMIUM täytä asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa asetettuja edellytyksiä.

Asiaa koskevat oikeussäännöt

11 Kantaja vetoaa ainoana kanneperusteenaan asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan rikkomiseen.

Asianosaisten lausumat

12 Kantaja katsoo, että tavaramerkin ratkaiseva elementti on sen kyky erottaa yrityksen tuotteet toisen yrityksen tuotteista, ja huomauttaa, että merkin erottamiskykyä on arvioitava merkin sekä tietyn tavaran tai palvelun välisessä suhteessa eikä abstraktisti.

13 Kantajan mielestä tavaramerkki on rekisteröitävä, koska se ei kokonaisuutena tarkasteltuna ole pelkästään kuvaileva. Yhtiön mukaan erottamiskykyinen merkki, joka voitaisiin käsittää toisin kuin tuotteen tai jonkin sen ominaisuuden kuvaus, ei ole pelkästään kuvaileva, vaan tämän vuoksi omiaan tavaramerkiksi.

14 Kantaja toteaa lisäksi, että sanalla "europremium" on useita merkityksiä ja että sitä on näin ollen pidettävä erottamiskykyisenä.

15 Istunnossa kantaja vetosi ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen asiassa T-360/00, Dart Industries vastaan SMHV (UltraPlus), 9.10.2002 antamaan tuomioon (Kok. 2002, s. II-3867). Se toteaa ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen katsoneen tuossa ratkaisussa, että se, että yritys epäsuorasti ja abstraktisti kehuu

tavaroidensa erinomaisuutta sanamerkin UltraPlus kaltaisen merkin välityksellä ilmoittamatta kuitenkaan suoraan ja välittömästi kuluttajalle uuniastiastojen ainoastakaan erityisestä ominaispiirteestä tai ominaisuudesta, on katsottava mielikuvien luomiseksi eikä asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetuksi kuvailemiseksi (tuomion 27 kohta). Kantaja huomauttaa, että kyseisessä tuomiossa ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin kumosi riidanalaisen päätöksen katsoen, että valituslautakunta oli rikkonut asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohtaa, kun se ei ollut yhdistänyt tarkasteluaan kyseessä oleviin tavaroihin eikä näyttänyt, että asianomaisella sanamerkillä voitiin suoraan kuvailla kyseisiä tavaroita.

16 Kantajan mukaan nyt käsiteltävänä olevassa asiassa SMHV on tehnyt saman, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomiossa todetun virheen pitäessään sanamerkkiä EUROPREMIUM rekisteröintihakemuksessa tarkoitettuja tavaroita ja palveluja kuvailevana, vaikka näiden ja kyseisen sanamerkin välillä ei ole suoraa ja konkreettista suhdetta.

17 SMHV:n mielestä valituslautakunta on aiheellisesti pitänyt sanamerkkiä EUROPREMIUM kuvailevana tunnuksena, jonka rekisteröinti tavaramerkiksi on hylättävä. Sen näkemyksen mukaan asiassa T-356/00, DaimlerChrysler vastaan SMHV (CARCARD), 20.3.2002 annetusta tuomiosta (Kok. 2002, s. II-1963, 30 kohta) käy ilmi, että sanamerkin rekisteröinnin hylkääminen edellyttää, että se ainakin yhdessä mahdollisista merkityksistään kuvaa jotakin kyseessä olevien tavaroiden tai palvelujen ominaisuutta.

18 SMHV huomauttaa, että yhdyssanan, jonka alkuosana on "euro", on katsottava viittaavan Eurooppaan eikä euroon yhteisvaluuttana. Sanan "premium" se toteaa olevan alkuperältään latinaa oleva englannin kielen sana, jota käytetään muissa Euroopan unionin kielissä ja joka tarkoittaa "erityistä laatua" tai "korkeaa laatua". SMHV:n mielestä asianomaiset kuluttajat tuntevat hyvin nämä kaksi merkitystä. Tämän johdosta kuluttajat mieltävät kyseessä olevan sanamerkin kuvaavan eurooppalaista alkuperää olevia korkealaatuisia tuotteita.

19 SMHV korostaa lisäksi, että kuvaus ei muodostu pelkästään seikoista, joiden täsmällisyys on todennettavissa, vaan myös seikoista, jotka ovat yleisiä toteamuksia tuotteen laadusta ja muista ominaisuuksista. Sen mukaan rekisteröitäväksi haettu merkki kuvaa asianomaisia tavaroita ja palveluja tai ainakin yhtä niiden ominaisuutta sillä tavoin riittävästi, että asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohta voi tulla sovellettavaksi.

20 Istunnossa SMHV vetosi kahteen yhteisöjen tuomioistuimen 12.2.2004 antamaan tuomioon, joita ei vielä ole julkaistu oikeustapauskokoelmassa (asia C-265/00, Campina Melkunie, ja asia C-363/99, Koninklijke KPN Nederland) ja jotka koskevat jäsenvaltioiden tavaramerkkilainsäädännön lähentämisestä 21 päivänä joulukuuta 1988 annetun ensimmäisen neuvoston direktiivin 89/104/ETY (EYVL 1989, L 40, s. 1) 3 artiklan 1 kohdan c alakohdan tulkintaa, jonka sanamuoto on lähes sama kuin asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan. Näissä tuomioissa yhteisöjen tuomioistuin SMHV:n mukaan ilmaisi, että direktiivin 89/104 3 artiklan 1 kohdan c alakohtaa on tulkittava niin, että tavaramerkki, joka muodostuu sanasta tai uudissanasta, joka sisältää elementtejä, joista jokainen kuvaa rekisteröitäväksi haetun tavaran tai palvelun ominaisuuksia, on itsekin kuvaileva, jollei sanan tai uudissanan ja sen muodostavien elementtien kokonaisuuden välillä ole havaittavaa eroa (ensin mainitun tuomion 43 kohta ja jälkimmäisen 104 kohta).

21 SMHV katsoo, että koska sanamerkki EUROPREMIUM käsittää kaksi kuvailevaa elementtiä ja koska sen ja sen muodostavien elementtien kokonaisuuden välillä ei ole havaittavaa eroa, valituslautakunta hylkäsi rekisteröinnin aiheellisesti.

Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta

22 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaan tavaramerkkejä, "jotka muodostuvat yksinomaan sellaisista merkeistä tai merkinnöistä, joita voidaan

elinkeinotoiminnassa käyttää osoittamaan tavaroiden tai palvelujen lajia, laatua, määrää, käyttötarkoitusta, arvoa tai maantieteellistä alkuperää, tavaroiden valmistusajankohtaa tai palvelujen suoritusajankohtaa taikka muita tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia", ei rekisteröidä. Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 2 kohdassa säädetään lisäksi, että "edellä 1 kohtaa sovelletaan, vaikka rekisteröinnin esteet olisivat olemassa ainoastaan osassa yhteisöä".

23 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa estetään se, että ainoastaan yksi yritys saisi rekisteröinnin perusteella käyttää tavaramerkkinään tällaisia merkkejä tai ilmauksia. Tällä säännöksellä pyritään siis siihen yleisen edun mukaiseen tavoitteeseen, että tällaisia merkkejä tai ilmauksia on jokaisen saatava vapaasti käyttää (ks. vastaavasti yhdistetyt asiat C-108/97 ja C-109/97, Windsurfing Chiemsee, tuomio 4.5.1999, Kok. 1999, s. I-2779, 25 kohta; asia T-106/00, Streamserve v. SMHV (STREAMSERVE), tuomio 27.2.2002, Kok. 2002, s. II-723, 36 kohta ja edellä alaviitteessä 17 mainittu asia CARCARD, tuomion 36 kohta).

24 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetaan sellaisia merkkejä ja merkintöjä, joita voidaan kohdeyleisön näkökulmasta katsottuna normaalisti käyttää joko suoraan tai mainitsemalla tavaran tai palvelun oleellinen ominaisuus kuvailtaessa rekisteröintihakemuksen kohteena olevaa tavaraa tai palvelua (asia C-383/99 P, Procter & Gamble v. SMHV, tuomio 20.9.2001, Kok. 2001, s. I-6251, 39 kohta).

25 Tästä seuraa, että merkin kuuluminen kyseisen säännöksen tarkoittaman kiellon alaan edellyttää, että merkin ja niiden tavaroiden välillä, joita varten rekisteröintiä haetaan, on olemassa riittävän suora ja konkreettinen yhteys, jotta kohdeyleisö voi heti ja muuta ajattelematta havaita kyseessä olevan tavaroiden ja palvelujen ryhmän tai jonkin niiden ominaisuuden kuvailun (ks. vastaavasti asia T-359/99, DKV v. SMHV (EuroHealth), tuomio 7.6.2001, Kok. 2001, s. II-1645, 36 kohta; edellä 15 kohdassa mainittu asia UltraPlus, tuomion 26 kohta ja asia T-311/02, Lissotschenko ja Hentze v. SMHV (LIMO), tuomio 20.7.2004, Kok. 2004, s. II-2957, 30 kohta).

26 Merkin kuvailevuutta on siis arvioitava yhtäältä yhdessä kyseisten tavaroiden tai palveluiden kanssa ja toisaalta sen suhteen, miten kohdeyleisö ymmärtää merkin (edellä 17 kohdassa mainittu asia CARCARD, tuomion 25 kohta ja edellä 15 kohdassa mainittu asia UltraPlus, tuomion 22 kohta).

27 Nyt esillä olevassa asiassa tavarat ja palvelut, joita varten rekisteröintiä haetaan, ovat erityisesti eri materiaaleista olevia pakattavia, järjestettäviä tai kuljetettavia tavaroita, mainontapalveluja, kaupallisen alan asiainhoitoa tai avustamista sekä kuljetus- ja varastointipalveluja.

28 Valituslautakunta on todennut kohdeyleisöksi suuren yleisön (riidanalaisen päätöksen 9 kohta). Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo tältä osin, että koska kyseiset tavarat ja palvelut on tarkoitettu kaikille kuluttajille, valituslautakunnan arvio on oikea. Lisäksi tässä tapauksessa tarkoitettu ehdoton hylkäysperuste on tuotu esiin, kuten SMHV ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kysymyksiin antamassaan vastauksessa vahvistaa, ainoastaan yhden yhteisössä puhutun kielen eli englannin osalta (riidanalaisen päätöksen 10 kohta). Niinpä asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 2 kohdan nojalla kohdeyleisönä, jonka kannalta ehdotonta hylkäysperustetta on arvioitava, on englantia puhuva keskivertokuluttaja (ks. vastaavasti asia T-219/00, Ellos v. SMHV (ELLOS), tuomio 27.2.2002, Kok. 2002, s. II-753, 31 kohta).

29 Sanan "europremium" merkityksen osalta riidanalaisen päätöksen 10 ja 11 kohdasta ilmenee, että SMHV käsittää etuliitteen "euro" viittaukseksi adjektiiviin "eurooppalainen" ja että "premium" tarkoittaa englanniksi "korkeaa laatua" sekä että tämän johdosta näistä muodostuva yhdyssana synnyttää kuluttajassa mielikuvan laadukkaista ja Euroopasta peräisin olevista tavaroista ja palveluista.

30 Sillä, ettei sanalla "europremium" ole selvää ja määrättyä merkitystä — kuten kantaja väittää — ei ole vaikutusta sanan kuvailevuutta arvioitaessa. Pitää näet muistaa, että jotta merkin voidaan katsoa kuuluvan asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan soveltamisalaan, on riittävää, mikäli ainakin yksi sanamerkin mahdollisista merkityksistä kuvailee kyseisten tavaroiden tai palveluiden ominaisuuksia (edellä 17 kohdassa mainittu asia CARCARD, tuomion 30 kohta). Vaikka siis pitääkin paikkansa, että sanalla "premium" on muita merkityksiä ja että yhtenäisvaluutan käyttöönotto niissäkin maissa, jotka eivät kuulu talous- ja rahaliittoon, saattaa tuoda muutoksia kohdeyleisön käsitykseen siitä, mitä etuliite "euro" tarkoittaa, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin voi vain todeta, että valituslautakunnan sille antama merkitys on yksi mahdollisista sanan "europremium" merkityksistä.

31 Sanan "europremium" ja kyseessä olevien tavaroiden ja palvelujen luonteen välisestä suhteesta valituslautakunta toteaa riidanalaisen päätöksen 12 kohdassa, että tuo sana kuvaa niiden laatua ja maantieteellistä alkuperää.

32 Onkin tutkittava, onko sanamerkillä EUROPREMIUM — vihjauksena tavaroiden ja palvelujen eurooppalaisuudesta ja korkeasta laadusta — englantia puhuvan yleisön silmissä suora ja konkreettinen sellainen suhde kyseisiin tavaroihin ja palveluihin, joka voi kuulua asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan kiellon alaan.

33 SMHV huomautti istunnossa, että yhteisöjen tuomioistuin katsoi direktiivin 89/104 tulkinnan osalta, että tavaramerkki, joka muodostuu sanasta tai uudissanasta, joka koostuu elementeistä, joista kukin kuvailee niitä tavaroita tai palveluja, joille rekisteröintiä haetaan, on itsekin kuvaileva, ellei sanan tai uudissanan ja sen muodostavien elementtien kokonaisuuden välillä ole havaittavaa eroa (edellä 20 kohdassa mainittu asia Campina Melkunie, tuomion 43 kohta ja edellä 20 kohdassa mainittu asia Koninklijke KPN Nederland, tuomion 104 kohta).

34 Tältä osin on huomattava, että näissä asioissa rekisteröitäväksi haetun tavaramerkin elementtien kuvailevuus oli selvää. Toisin kuin SMHV väittää, esillä olevassa asiassa kyseessä oleva sanamerkki ei koostu kantajan hakemuksessaan mainitsemia tavaroita ja palveluja kuvaavista elementeistä.

35 Mitä ensinnäkin tulee etuliitteeseen "euro", ainoastaan kyseisten tavaroiden tai palvelujen oleellisia ominaisuuksia kuvaavat tunnukset, jotka voivat yleiskielessä sellaisinaan tarkoittaa niitä, kuuluvat asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan kiellon alaan (edellä 24 kohdassa mainittu asia Procter & Gamble v. SMHV, tuomion 39 kohta). Valituslautakunta ei kuitenkaan väitettyään riidanalaisessa päätöksessä, että etuliite "euro" on käsitettävä viittaukseksi kyseisten tavaroiden tai palvelujen alkuperästä, ole siinä maininnut perusteluja, jotka osoittaisivat alkuperän olevan hakemuksessa tarkoitettujen tavaroiden tai palvelujen oleellinen ominaisuus, jonka kohdeyleisö ottaa huomioon tehdessään valintaa (ks. vastaavasti asia T-222/02, HERON Robotunits v. SMHV (ROBOTUNITS), tuomio 26.11.2003, Kok. 2003, s. II-4995, 44 kohta) ja joka mahdollistaisi tälle yleisölle todentaa heti ja muuta ajattelematta konkreettisen ja suoran yhteyden näihin tavaroihin ja palveluihin. Valituslautakunta ei siis ole riidanalaisessa päätöksessä osoittanut, että etuliite "euro" on kyseisiä tavaroita ja palveluja kuvaileva.

36 Joka tapauksessa ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin tähdentää, ettei alkuperä ole postikuljetuksiin liittyvien tavaroiden ja palvelujen oleellinen ominaisuus. Luokkiin 16 ja 20 kuuluvien tavaroiden — jotka ovat lähinnä kaikenlaisten esineiden pakkaamiseen tarkoitettuja tavaroita — maantieteellinen alkuperä ei aivan ilmeisestikään ole ominaisuus, joka ratkaisee kuluttajan valinnan, sillä tämä tekee valintansa esimerkiksi pakkauksen koon tai sen kestävyyden perusteella. Myöskään luokkiin 35 ja 39 kuuluvien palvelujen osalta ei ole syytä pitää alkuperää keskivertokuluttajan valinnassa huomioon otetuksi tulevana ominaisuutena. Tästä seuraa, että etuliite "euro" ei määritä kyseisiä tavaroita ja palveluja suoraan eikä niiden jonkin oleellisen ominaisuuden mainitsemalla, minkä johdosta se ei ole niitä kuvaileva.

37 Sanan "premium" osalta taas on huomattava, ettei se, että yritys epäsuorasti ja abstraktisti kehuu tavaroidensa erinomaisuutta antamatta kuitenkaan suoraan ja välittömästi kuluttajalle tietoa ainoastakaan erityisestä ominaispiirteestä tai ominaisuudesta, on katsottava mielikuvien luomiseksi eikä asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetuksi kuvailemiseksi (edellä 15 kohdassa mainittu asia UltraPlus, tuomion 27 kohta; ks. vastaavasti myös asia T-24/00, Sunrider v. SMHV (VITALITE), tuomio 31.1.2001, Kok. 2001, s. II-449, 24 kohta).

38 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on siis katsonut, että sellaisen yhteisön tavaramerkin rekisteröinti, joka koostuu merkeistä tai ilmauksista, jotka ovat mainoksissa käytettäviä iskusanoja, laatua koskevia ilmauksia tai kehotuksia ostaa niitä tavaroita tai palveluja, joita varten tavaramerkkiä on käytetty, ei ole sellaisenaan poissuljettua tällaisen käytön takia, kunhan kyseinen tavaramerkki vain voidaan heti ymmärtää niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten sitä on käytetty, kaupallista alkuperää koskevaksi merkinnäksi, jolloin kohdeyleisö voi erottaa ilman sekaannuksen mahdollisuutta tavaramerkin haltijan tavarat tai palvelut niistä, joilla on toinen kaupallinen alkuperä (asia T-122/01, Best Buy Concepts v. SMHV (BEST BUY), tuomio 3.7.2003, Kok. 2003, s. II-2235, 21 kohta).

39 Tätä tunnuksen kykyä tulla käsitetyksi merkintänä tavaroiden ja palvelujen kaupallisesta alkuperästä on kuitenkin tutkittava asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan kannalta (asia C-392/02 P, SAT.1 SatellitenFernsehen v. SMHV, tuomio 16.9.2004, 23 ja 25 kohta, ei vielä julkaistu oikeustapauskokoelmassa; asia T-281/02, Norma Lebensmittelfilialbetrieb v. SMHV (Mehr Für Ihr Geld), tuomio 30.6.2004, Kok. 2004, s. II-1915, 24 kohta).

40 Tästä seuraa, että ylistäviä tunnuksia, joissa tuodaan esiin abstrakteja ominaisuuksia, joita yritys mainostarkoituksessa haluaa liittää omiin tavaroihinsa tai palveluihinsa, on tutkittava asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan näkökulmasta.

41 Jotta sitä vastoin sanamerkki voisi kuulua asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan — joka on ainoa säännös, josta nyt käsiteltävänä olevassa asiassa on kyse — soveltamisalaan, sen on kuvattava erityisellä tavalla, objektiivisesti ja muutoin kuin epämääräisesti kyseisten tavaroiden ja palvelujen oleellista luonnetta (ks. vastaavasti edellä 37 kohdassa mainittu asia VITALITE, tuomion 23 kohta; asia T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft v. SMHV (EASYBANK), tuomio 5.4.2001, Kok. 2001, s. II-1259, 29 ja 31 kohta sekä em. asia UltraPlus, tuomion 28 kohta).

42 Tämän ohella, kuten kantaja täysin aiheellisesti huomauttaa, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on jo katsonut, ettei UltraPlusin kaltainen mairitteleva sana kuitenkaan ole tuotteita eli tässä tapauksessa muovisia uuninkestäviä astioita kuvaileva, koska sen perusteella kuluttajan ei ollut mahdollista havaita heti ja muuta ajattelematta suoraa konkreettista yhteyttä kyseessä olevien tuotteiden kanssa (edellä 15 kohdassa mainittu asia UltraPlus, tuomion 26 kohta ja vastaavasti edellä 37 kohdassa mainittu asia VITALITE, tuomion 22–24 kohta).

43 Sana "premium" valituslautakunnan sille antamassa merkityksessään on kuitenkin vain ylistävä sana, jolla pyritään tuomaan esiin ominaisuus, jonka kantaja haluaa liittää omiin tuotteisiinsa antamatta kuluttajille muutoin tietoa tarjottujen tavaroiden tai palvelujen erityisistä objektiivisesti todettavista piirteistä. Sana ei voikaan kuvata kyseisten tavaroiden ja palvelujen tyyppiä suoraan eikä myöskään niiden oleellisiin ominaisuuksiin viitaten.

44 Koska sanamerkki EUROPREMIUM ei siis muodostu kyseisiä tavaroita ja palveluja kuvailevista elementeistä, yhteisöjen tuomioistuimen edellä 20 kohdassa mainituissa asioissa Campina Melkunie ja Koninklijke KPN Nederland antamat tuomiot, joihin SMHV vetoaa, eivät ole tässä merkityksellisiä. Onkin vain tutkittava, onko kohdeyleisön mahdollista mainitun sanamerkin elementtien kuvailemattomuudesta huolimatta havaita tuon merkin perusteella välitön ja konkreettinen yhteys niihin tavaroihin ja palveluihin, joita varten rekisteröintiä on haettu.

45 Tältä osin on todettava, että valituslautakunta ei ole riidanalaisessa päätöksessä maininnut sitä, että sanamerkki EUROPREMIUM, kun sitä tarkastellaan kokonaisuutena, olisi tai voisi olla yleisnimi tai yleisesti käytetty nimitys yksilöimään tai luonnehtimaan tavaroita, jotka on tarkoitettu pakattavaksi, järjestettäväksi tai kuljetettavaksi, mainontapalveluja, kaupallisen alan asiainhoitoa tai avustamista sekä kuljetus- ja varastointipalveluja (ks. vastaavasti asia T-34/00, Eurocool Logistik v. SMHV (EUROCOOL), tuomio 27.2.2002, Kok. 2002, s. II-683, 50 kohta). Riidanalaisessa päätöksessä pelkästään todetaan, että mainittu sanamerkki synnyttää kuluttajassa mielikuvan laadukkaista ja Euroopasta peräisin olevista tavaroista ja palveluista, eikä siinä osoiteta tämän ominaisuuden olevan sellainen, että sen perusteella kuluttaja voi heti ja muuta ajattelematta havaita välittömän ja konkreettisen yhteyden asianomaisiin tavaroihin ja palveluihin.

46 Niinpä valituslautakunta on toiminut asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan vastaisesti, kun se ei ole yhdistänyt arviotaan kyseisiin tavaroihin ja palveluihin eikä osoittanut, että sanamerkki EUROPREMIUM, ymmärrettynä viittaukseksi eurooppalaista alkuperää oleviin korkealaatuisiin tavaroihin ja palveluihin, voi toimia suoraan näiden tavaroiden ja palveluiden kuvaajana.

47 Riidanalainen päätös onkin hylättävä.

Oikeudenkäyntikulut

48 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen työjärjestyksen 87 artiklan 2 kohdan mukaan asianosainen, joka häviää asian, velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut, jos vastapuoli on sitä vaatinut. Koska SMHV on hävinnyt asian, se on velvoitettava korvaamaan kantajan vaatimat kulut.

Näillä perusteilla

YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN
(kolmas jaosto)

on ratkaissut asian seuraavasti:

1) **Sisämarkkinoiden harmonisointiviraston (tavaramerkit ja mallit) 20.6.2003 tekemä päätös (asia R 348/2002-4) kumotaan.**

2) **Vastaaja velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.**

Azizi Jaeger Czúcz

Julistettiin Luxemburgissa 12 päivänä tammikuuta 2005.

H. Jung

kirjaaja

M. Jaeger

kolmannen jaoston puheenjohtaja