FÖRSTAINSTANSRÄTTENS DOM (tredje avdelningen)

den 12 januari 2005 *

I mål T-334/03,

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH, inledningsvis företrätt av advokaten G. Lindhofer, därefter av advokaten K-U. Jonas, med delgivningsadress i Luxemburg,

sökande,

mot

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån), inledningsvis företrädd av U. Pfleghar och G. Schneider, därefter av A. von Mühlendahl och G. Schneider, båda i egenskap av ombud,

svarande,

angående en talan om ogiltigförklaring av det beslut som fjärde överklagandenämnden vid harmoniseringsbyrån fattade den 20 juni 2003 angående registrering av ordkännetecknet EUROPREMIUM som gemenskapsvarumärke (ärende R 348/2002-4),

* Rättegångsspråk: tyska.

meddelar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (tredje avdelningen)

sammansatt av ordföranden J. Azizi samt domarna M. Jaeger och O. Czúcz,

justitiesekreterare: biträdande justitiesekreteraren B. Pastor,

med beaktande av den ansökan som ingavs till förstainstansrättens kansli den 29 september 2003,

med beaktande av den svarsinlaga som ingavs till förstainstansrättens kansli den 23 januari 2004,

efter förhandlingen den 29 september 2004,

följande

Dom

Bakgrund till målet

1 Den 24 mars 2000 ingav sökanden med stöd av rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994, s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3), i dess ändrade lydelse, en ansökan om registrering av ett gemenskapsvarumärke till Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (nedan kallad harmoniseringsbyrån).

2 Det varumärke som registreringsansökan avsåg var ordkännetecknet EUROPREMIUM.

3 De varor och tjänster som registreringsansökan avsåg omfattas av klasserna 16, 20, 35 och 39 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar följande beskrivning:

— klass 16: "Papper, kartong samt produkter därav, ... speciellt omslagspapper, pappersstrutar, pappersomslag; papper och pappersprodukter, nämligen kartonger, förpackningskartong och kartongomslag för transport av gods av alla slag; trycksaker, tidningar, broschyrer, tidskrifter och böcker; etiketter, ej av textil; instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater) beträffande transport av paket och brevförsändelser; förpackningsmaterial av plast, speciellt luftvadderade plastförpackningar, plastpåsar, -folier, -kuvert och -förpackningspåsar; plastmaterial för emballering, plastbehållare ...";

— klass 20: "Varor av trä, kork, vass, rotting, korg, horn, ben, elfenben, valfiskben, snäckskal, bärnsten, pärlemor, sjöskum eller av ersättningar för dessa material, eller av plast, ...; speciellt (ej av metall) behållare eller förpackningar av trä eller plast för transport av varor av alla slag, förpackningsmaterial av plast, förpackningsfolier av plast, plastväskor, lådor, kistor och pallar av trä eller plast, burkar, lådor och kistor med och utan förslutning, avläggningsplattor, uppläggningsbockar, behållarförslutningar, dekorationsartiklar av plast för livsmedel, bestickkådor, containrar, transportbehållare, fat, tunnor, kar, korgar, backar för flaskor."

— klass 35: "Annons- och reklamverksamhet; företagsledning; företagsadministration; kontorstjänster; speciellt anordnande av mässor och utställningar, ...; datorstödd följning av varor och paket vid transport; understöd vid ledning, nämligen planering (hjälp) vid företagsledning; Ledningskonsultation; tillfällig uthyrning av personal; uppställning av statistik; bokföring; auktionsförrättningstjänster; affärsutredningar; marknadsföring; marknadsundersökning och marknadsanalys; opinionsundersökningar; arrangerande av skyltfönster; företagsrådgivning; organisationsrådgivning; konsulttjänster och rådgivning för företag; personalrådgivning; kontorsmaskins- och kontorsutrustningsuthyrning; förmedling och avslut av affärstransaktioner för andras räkning; förmedling av kontrakt rörande anskaffning och avyttring av varor; distribution av varor för reklamändamål; reproduktion av dokument; annons- och reklamverksamhet; annons- och reklamverksamhet; radio- och TV-reklam; biografreklam."

— klass 39: "Transport och förvaring; samtliga tjänster, ingående i klass 39, speciellt transport, lagring, hämtning, förpackning, förvaring, leverans och elektronisk sändningsföljning av brev, dokument, meddelanden, nyheter, trycksaker, paket och andra varor, internationell kurirtjänst, nämligen individuell transport av brev över gränserna, dokument och andra skrivelser via kurirer från dörr till dörr med motorfordon, järnväg, fartyg och flygplan; tjänster i samband med transport av nämnda varor, nämligen lagring och lagerhållning av dessa varor, förpackning och leverans, transport av varor med motorfordon, järnväg, fartyg och flygplan, lastning och lossning av fartyg, fartygsbärgning och bärgning av fartygslaster, forsling av bagage, lagring av varor, möbler, transport av pengar och värdesaker, förmedling av transporttjänster."

4 Genom beslut av den 21 februari 2002 avslog granskaren ansökan med stöd av artikel 38 i förordning nr 40/94, med motiveringen att det ordkännetecken som ansökan avsåg var beskrivande i förhållande till de berörda varorna och tjänsterna och att det saknade all särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b och c i nämnda förordning.

5 Sökanden överklagade granskarens beslut den 22 april 2002 med stöd av artiklarna 57–62 i förordning nr 40/94.

6 Fjärde överklagandenämnden vid harmoniseringsbyrån avslog överklagandet i beslut av den 20 juni 2003 (nedan kallat det ifrågasatta beslutet) med motiveringen att artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 utgjorde hinder för en registrering av märket EUROPREMIUM, eftersom konsumenterna kunde uppfatta detta som en angivelse av att de varor och tjänster som omfattades av varumärkesansökan var av ypperlig kvalitet och av europeiskt ursprung.

Parternas yrkanden

7 Sökanden har yrkat att förstainstansrätten skall

— ogiltigförklara det ifrågasatta beslutet såvitt harmoniseringsbyrån, enligt sökandens mening, där funnit att gemenskapsvarumärket EUROPREMIUM inte uppfyller kraven enligt artikel 7.1 b och c i förordning nr 40/94,

— offentliggöra gemenskapsvarumärket EUROPREMIUM i enlighet med artikel 40 i förordning nr 40/94,

— i andra hand återförvisa ärendet till överklagandenämnden, och

— förplikta harmoniseringsbyrån att ersätta rättegångskostnaderna.

8 Harmoniseringsbyrån har yrkat att förstainstansrätten skall

— avvisa yrkandet om ogiltigförklaring av det ifrågasatta beslutet i den mån detta innebär ett avslag på ansökan om registrering av märket enligt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94, yrkandet om åläggande för harmoniseringsbyrån att offentliggöra märket och yrkandet om ärendets återförvisning till överklagandenämnden,

— ogilla talan i övrigt, och

— förplikta sökanden att ersätta rättegångskostnaderna.

9 Sökanden återkallade i skrivelse av den 20 september 2004 sitt andra och sitt tredje yrkande.

10 Sökanden preciserade under förhandlingen att talan avsåg ogiltigförklaring av det ifrågasatta beslutet till den del som harmoniseringsbyrån däri funnit att gemenskapsvarumärket EUROPREMIUM inte uppfyllde kraven enligt artikel 7.1 c i förordning nr 40/94.

Rättslig bedömning

11 Sökanden har till stöd för sin talan åberopat en enda grund, nämligen att artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 har åsidosatts.

Parternas argument

12 Sökanden har betonat att det avgörande för ett varumärke är dess förmåga att särskilja ett företags varor från andra företags varor. Sökanden har också erinrat om att bedömningen av ett teckens särskiljningsförmåga skall göras med avseende på förhållandet mellan tecknet och en viss vara eller tjänst. Det är alltså inte fråga om någon abstrakt bedömning.

13 Sökanden har gjort gällande att ett varumärke skall registreras så fort det vid en helhetsbedömning inte är enbart beskrivande. Enligt sökanden är ett särskiljande tecken, som skulle kunna uppfattas på annat sätt än som en beskrivning av varan eller en av dess egenskaper, inte uteslutande beskrivande och det kan följaktligen utgöra ett varumärke.

14 Sökanden har tillagt att ordet europremium har flera betydelser och att det därför skall anses vara särskiljande.

15 Sökanden åberopade under förhandlingen förstainstansrättens dom av den 9 oktober 2002 i mål T-360/00, Dart Industries mot harmoniseringsbyrån (UltraPlus) (REG 2002, s. II-3867), och erinrade därvid om att rätten i det målet fann att den omständigheten att ett företag indirekt och på ett abstrakt sätt

framhäver sina varors förträfflighet genom ett varumärke som ordet UltraPlus, utan att det direkt och omedelbart upplyser konsumenten om en viss kvalitet eller egenskap hos varorna i fråga, innebär suggestion och inte visar varornas egenskaper i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 (punkt 27 i domen). Sökanden erinrade om att förstainstansrätten i den domen ogiltigförklarade det ifrågasatta beslutet med hänvisning till att överklagandenämnden hade åsidosatt artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 genom att inte göra sin analys i förhållande till varorna i fråga, och genom att inte visa att det ifrågavarande ordkännetecknet direkt kunde beteckna nämnda varor (punkt 29 i domen).

16 Enligt sökanden har harmoniseringsbyrån i förevarande mål gjort samma fel som det av förstainstansrätten fastställda i domen i det ovannämnda målet, genom att slå fast att EUROPREMIUM är beskrivande för varor och tjänster som avses i registreringsansökan. Det finns nämligen inte något direkt och konkret samband mellan dessa och det ifrågavarande ordkännetecknet.

17 Harmoniseringsbyrån anser att överklagandenämnden på goda grunder har funnit att ordkännetecknet EUROPREMIUM utgör en beskrivande angivelse som inte kan registreras som varumärke. Harmoniseringsbyrån har erinrat om att, i enlighet med förstainstansrättens dom av den 20 mars 2002 i mål T-356/00, DaimlerChrysler mot harmoniseringsbyrån (CARCARD) (REG 2002, s. II-1963), punkt 30, ett avslag på ansökan om registrering av ett ordkännetecken med stöd av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 förutsätter att åtminstone en av kännetecknets möjliga betydelser beskriver en egenskap hos berörda varor eller tjänster.

18 Harmoniseringsbyrån har gjort gällande att en sammansättning av ord som börjar med bokstavskombinationen euro måste förstås som en anspelning på Europa och inte på euron i dess egenskap av gemensam valuta. När det gäller ordet premium har harmoniseringsbyrån gjort gällande att det rör sig om ett engelskt ord, som härstammar från latinet och som används i andra språk inom Europeiska unionen som en beteckning för "ypperlig kvalitet" eller "av hög kvalitet". Harmoniseringsbyrån anser att dessa två betydelser är uppenbara för berörda konsumenter. Av detta följer att konsumenterna uppfattar det ifrågavarande ordkännetecknet som en beteckning för europeiska varor av hög kvalitet.

19 Harmoniseringsbyrån har dessutom gjort gällande att de beskrivande angivelserna inte bara utgör angivelser vars innehållsmässiga exakthet kan kontrolleras, utan också angivelser som är begränsade till allmänt lovordande av kvalitet eller annat som kännetecknar varan. Harmoniseringsbyrån anser att kännetecknet som avses i registreringsansökan beskriver de ifrågavarande varorna och tjänsterna, eller åtminstone en av deras egenskaper, på ett sätt som är tillräckligt precist för att artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 skall kunna tillämpas.

20 Harmoniseringsbyrån åberopade under förhandlingen två domar från EG-domstolen av den 12 februari 2004, nämligen dom i mål C-265/00, Campina Melkunie (REG 2004, s. I-1699), och i mål C-363/99, Koninklijke KPN Nederland (REG 2004, s. I-1619), rörande tolkningen av artikel 3.1 c i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178), vilken är avfattad i ordalag som är närmast identiska med avfattningen i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94. Enligt harmoniseringsbyrån angav domstolen i dessa domar att artikel 3.1 c i direktiv 89/104 skall tolkas så, att ett varumärke, som utgörs av ett ord eller en nybildning som består av delar som var för sig beskriver egenskaper hos de varor eller tjänster för vilka varumärket begärts registrerat, i sig är beskrivande om det inte finns en uppfattbar skillnad mellan ordet eller nybildningen och blotta summeringen av de delar som ordet eller nybildningen består av (punkt 43 respektive punkt 104 i de domarna).

21 Enligt harmoniseringsbyrån avslog överklagandenämnden på goda grunder registreringsansökan eftersom ordkännetecknet EUROPREMIUM består av två beskrivande delar och eftersom det inte går att uppfatta någon skillnad mellan kännetecknet och blotta summan av de delar som det består av.

Förstainstansrättens bedömning

22 Enligt artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 får registrering inte ske av "[v]arumärken som endast består av kännetecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas

eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna". I artikel 7.2 i förordning nr 40/94 anges dessutom att "[p]unkt 1 skall tillämpas även om registreringshindren endast finns i endast en del av gemenskapen".

23 Artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 utgör hinder för att kännetecken eller upplysningar som avses i denna bestämmelse förbehålls ett enda företag genom att de registreras som varumärken. Syftet med bestämmelsen är således att uppnå ett mål av allmänintresse, nämligen att sådana kännetecken och upplysningar kan användas fritt av alla (se analogt domstolens dom av den 4 maj 1999 i de förenade målen C-108/97 och C-109/97, Windsurfing Chiemsee, REG 1999, s. I-2779, punkt 25; förstainstansrättens dom av den 27 februari 2002 i mål T-106/00, Streamserve mot harmoniseringsbyrån (STREAMSERVE), REG 2002, s. II-723, punkt 36, och domen i det ovan i punkt 17 nämnda målet CARCARD, punkt 24).

24 De kännetecken och upplysningar som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 är emellertid i detta hänseende endast de som, vid normal användning från målgruppens synpunkt, antingen direkt eller genom att nämna en av dess väsentliga egenskaper, kan användas för att beskriva den vara eller tjänst som ansökan om registrering avser (domstolens dom av den 20 september 2001 i mål C-383/99 P, Procter & Gamble mot harmoniseringsbyrån, REG 2001, s. I-6251, punkt 39).

25 Härav följer att ett kännetecken omfattas av förbudet i denna bestämmelse bara om det har ett tillräckligt direkt och konkret samband med de ifrågavarande varorna eller tjänsterna, så att den berörda allmänheten omedelbart och utan vidare eftertanke kan uppfatta en beskrivning av den ifrågavarande varu- eller tjänstekategorin eller en av deras egenskaper (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 7 juni 2001 i mål T-359/99, DKV mot harmoniseringsbyrån (EuroHealth), REG 2001, s. II-1645, punkt 36; domen i det ovan i punkt 15 nämnda målet UltraPlus, punkt 26, och dom av den 20 juli 2004 i mål T-311/02, Lissotschenko och Hentze mot harmoniseringsbyrån (LIMO), REG 2004, s. II-2957, punkt 30).

26 Bedömningen av ett kännetecknens beskrivande karaktär kan följaktligen bara ske dels i förhållande till de berörda varorna eller tjänsterna, dels i förhållande till hur målgruppen uppfattar kännetecknet (domen i det ovan i punkt 17 nämnda målet CARCARD, punkt 25, och domen i det ovan i punkt 15 nämnda målet UltraPlus, punkt 22).

27 De varor och tjänster som i förevarande fall varit föremål för registreringsansökan är bland annat varor av olika material som är ämnade för förpackning, sortering eller transport, annonstjänster, företagsledning eller företagsassistans samt transport- och förvaringstjänster.

28 Överklagandenämnden konstaterade i fråga om målgruppen att den relevanta gruppen utgjordes av den breda allmänheten (punkt 9 i det ifrågasatta beslutet). Förstainstansrätten anser i detta avseende att de varor och tjänster som berörs är ämnade för samtliga konsumenter och att överklagandenämndens bedömning därför var korrekt. För övrigt åberopades det absoluta registreringshinder som avses i målet endast för ett av de inom gemenskapen talade språken, nämligen engelska (punkt 10 i det ifrågasatta beslutet), vilket harmoniseringsbyrån också bekräftade i sitt svar på förstainstansrättens frågor. Med tillämpning av artikel 7.2 i förordning nr 40/94 är den relevanta målgruppen, i förhållande till vilken det absoluta registreringshindret skall bedömas, följaktligen den genomsnittlige engelsktalande konsumenten (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 27 februari 2002 i mål T-219/00, Ellos mot harmoniseringsbyrån (ELLOS), REG 2002, s. II-753, punkt 31).

29 Det framgår av punkterna 10 och 11 i det ifrågasatta beslutet att harmoniseringsbyrån i fråga om betydelsen av ordet europremium fann att prefixet euro skulle förstås som en hänvisning till adjektivet europeisk, och att premium på engelska betyder "av ypperlig kvalitet", varför det sammansatta ordet alltså ger konsumenten intrycket av att han eller hon har att göra med europeiska kvalitetsvaror och kvalitetstjänster.

30 Det faktum att ordet europremium inte har någon klar och bestämd betydelse, vilket sökanden har hävdat, kan i detta avseende inte påverka bedömningen av dess beskrivande karaktär. Det skall erinras om att det är tillräckligt, för att ett ordkännetecken skall omfattas av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94, att åtminstone en av kännetecknets möjliga betydelser beskriver en egenskap hos berörda varor eller tjänster (domen i det ovan i punkt 17 nämnda målet CARCARD, punkt 30). Även om det alltså stämmer att ordet premium har andra betydelser, och att införandet av den enhetliga valutan kan ha ändrat målgruppens uppfattning av prefixet euro — även i länder som inte ingår i den ekonomiska och monetära unionen — kan förstainstansrätten bara konstatera att den innebörd som överklagandenämnden stannade för utgör en av de möjliga betydelserna av ordet europremium.

31 När det gäller arten av förhållandet mellan ordet europremium och de berörda varorna och tjänsterna fann överklagandenämnden i punkt 12 i det ifrågasatta beslutet att detta ord anger kvaliteten på och det geografiska ursprunget för nämnda varor och tjänster.

32 Det skall alltså prövas huruvida ordkännetecknet EUROPREMIUM, såsom en hänsyftning på europeiska högkvalitativa varor och tjänster, uppvisar ett direkt och konkret samband med berörda varor och tjänster för den engelsktalande målgruppen, så att det träffas av förbudet i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94.

33 Harmoniseringsbyrån gjorde under förhandlingen gällande att domstolen i fråga om tolkningen av direktiv 89/104 har funnit att ett varumärke som består av ett ord eller en nybildning som består av delar som var för sig beskriver egenskaper hos de varor eller tjänster som omfattas av registreringsansökan, i sig är beskrivande om det inte finns en uppfattbar skillnad mellan ordet eller nybildningen och blotta summeringen av de delar som ordet eller nybildningen består av (domarna i de ovan i punkt 20 nämnda målen Campina Melkunie, punkt 43, och Koninklijke KPN Nederland, punkt 104).

34 Det skall i detta sammanhang påpekas att beståndsdelarna i det varumärke som omfattades av registreringsansökan i de målen tveklöst var av beskrivande karaktär. I motsats till vad harmoniseringsbyrån har hävdat är det ordkännetecken som är i fråga i förevarande mål inte sammansatt av delar som beskriver de varor och tjänster som sökanden gör anspråk på.

35 När det för det första gäller prefixet euro är det viktigt att erinra om att det endast är kännetecken som beskriver väsentliga egenskaper hos de varor eller tjänster som berörs, vilka som sådana kan utpeka dessa i det dagliga språkbruket, som omfattas av förbudet i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 (domen i det ovan i punkt 24 nämnda målet Procter & Gamble mot harmoniseringsbyrån, punkt 39). Överklagandenämnden, som i det ifrågasatta beslutet påstått att prefixet euro skall förstås som en hänvisning till de ifrågavarande varornas och tjänsternas ursprung, angav emellertid inte någon motivering för att visa att ursprunget utgör en väsentlig egenskap hos de varor och tjänster som omfattades av varumärkesansökan, som skulle kunna påverka målgruppens val (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 28 nämnda målet ELLOS, punkt 42, och förstainstansrättens dom av den 26 november 2003 i mål T-222/02, HERON Robotunits mot harmoniseringsbyrån (ROBOT-UNITS), REG 2003, s. II-4995, punkt 44) och ge denna grupp möjlighet att omedelbart och utan vidare eftertanke se ett konkret och direkt samband med dessa varor och tjänster. Överklagandenämnden visade alltså inte i det ifrågasatta beslutet att prefixet euro beskrev de ifrågavarande varorna och tjänsterna.

36 Förstainstansrätten noterar under alla omständigheter att ursprunget inte utgör en väsentlig egenskap hos varor och tjänster som avser postbefordran. Det geografiska ursprunget för de varor som omfattas av klasserna 16 och 20, vilka i huvudsak utgörs av varor för inslagning av alla slags föremål, utgör uppenbarligen inte en för konsumentens val avgörande egenskap. Konsumenten fattar sitt beslut utifrån sådana omständigheter som förpackningens dimensioner eller hållbarhet. Inte heller i fråga om de tjänster som omfattas av klasserna 35 och 39 finns något skäl att anse att ursprunget utgör en egenskap som inverkar på genomsnittskonsumentens val. Härav följer att prefixet euro inte anger de ifrågavarande varorna och tjänsterna, vare sig direkt eller genom omnämnandet av en av deras väsentliga egenskaper, varför det inte heller är beskrivande med avseende på dessa.

37 När det därefter gäller begreppet premium skall det erinras om att ett företags indirekta och abstrakta framhävande av sina varors förträfflighet, utan att konsumenten därvid direkt och omedelbart upplyses om en viss kvalitet eller egenskap hos berörda varor och tjänster, innebär suggestion, och detta visar inte varornas egenskaper i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 (se domen i det ovan i punkt 15 nämnda målet UltraPlus, punkt 27, och, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 31 januari 2001 i mål T-24/00, Sunrider mot harmoniseringsbyrån (VITALITE), REG 2001, s. II-449, punkterna 22–24).

38 Förstainstansrätten har sålunda slagit fast att registrering av ett varumärke som består av tecken eller upplysningar vilka dessutom används som reklamslogans, kvalitetsbeteckningar eller som uppmaningar att köpa de varor eller tjänster som avses med varumärket inte som sådan är utesluten på grund av en sådan användning, dock med förbehåll för att det ifrågavarande varumärket omedelbart uppfattas som en angivelse av de avsedda varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung, så att målgruppen utan risk för förväxling kan särskilja varumärkesinnehavarens varor eller tjänster från dem som har ett annat kommersiellt ursprung (förstainstansrättens dom av den 3 juli 2003 i mål T-122/01, Best Buy Concepts mot harmoniseringsbyrån (BEST BUY), REG 2003, s. II-2235, punkt 21).

39 Möjligheten att ett tecken uppfattas som en angivelse av varors och tjänsters kommersiella ursprung skall emellertid prövas inom ramen för artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 (domstolens dom av den 16 september 2004 i mål C-329/02 P, SAT.1 SatellitenFernsehen mot harmoniseringsbyrån, REG 2004, s. I-8317, punkterna 23 och 25, samt förstainstansrättens dom av den 27 februari 2002 i mål T-79/00, Rewe-Zentral mot harmoniseringsbyrån (LITE), REG 2002, s. II-705, punkt 26, och av den 30 juni 2004 i mål T-281/02, Norma Lebensmittelfilialbetrieb mot harmoniseringsbyrån (Mehr Für Ihr Geld), REG 2004, s. II-1915 punkt 24).

40 Härav följer att de tecken av lovprisande karaktär som antyder abstrakta kvaliteter, som ett företag försöker tillskriva sina egna varor eller tjänster i reklamsyfte, skall prövas med beaktande av artikel 7.1 b i förordning nr 40/94.

41 För att omfattas av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94, vilken är den enda bestämmelse som är i fråga i förevarande mål, måste ett ordkännetecken däremot utgöra en specifik, otvetydig och objektiv angivelse av de ifrågavarande varornas och tjänsternas väsentliga egenskaper (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 37 nämnda målet VITALITE, punkt 23, förstainstansrättens dom av den 5 april 2001 i mål T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft mot harmoniseringsbyrån (EASYBANK), REG 2001, s. II-1259, punkterna 29 och 31, och domen i det ovan i punkt 15 nämnda målet UltraPlus, punkt 28).

42 Som sökanden på goda grunder påpekat har förstainstansrätten för övrigt redan slagit fast att ett begrepp av förskönande karaktär, såsom UltraPlus, ändå inte var beskrivande för de ifrågavarande varorna, i det fallet ugnsartiklar av plast, eftersom det inte gav konsumenten möjlighet att omedelbart och utan vidare eftertanke se ett konkret och direkt samband med de berörda varorna och tjänsterna (domen i det ovan i punkt 15 nämnda målet UltraPlus, punkt 26, och, för ett liknande resonemang, domen i det ovan i punkt 36 nämnda målet VITALITE, punkterna 22–24).

43 Ordet premium är i den betydelse det tillmätts av överklagandenämnden emellertid bara av förskönande karaktär och det används för att antyda en egenskap som sökanden avser tillskriva sina egna varor, utan att samtidigt upplysa konsumenterna om de specifika och objektiva egenskaperna hos de varor eller tjänster som erbjuds. Detta ord kan alltså inte tjäna som angivelse av den typ av varor eller tjänster som är i fråga, vare sig direkt eller genom hänvisning till deras väsentliga egenskaper.

44 Ordkännetecknet EUROPREMIUM består alltså inte av delar som beskriver de berörda varorna och tjänsterna, och därför är de av harmoniseringsbyrån åberopade domarna i de ovan i punkt 20 nämnda målen Cour Campina Melkunie och Koninklijke KPN Nederland inte relevanta i förevarande fall. Återstår så endast att pröva huruvida det ifrågavarande ordkännetecknet, trots att dess beståndsdelar saknar beskrivande karaktär, betraktat i sin helhet kan få målgruppen att se ett omedelbart och konkret samband med de varor och tjänster som omfattas av registreringsansökan.

45 Det skall i detta avseende påpekas att överklagandenämnden i det ifrågasatta beslutet inte visat att ordet EUROPREMIUM, betraktat i sin helhet, utgjorde eller kunde utgöra en generisk eller vanlig beteckning för att identifiera eller kännetecknа varor ämnade för förpackning, sortering eller transport, annonstjänster, företagsledning eller företagsassistans samt transport- och förvaringstjänster (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 27 februari 2002 i mål T-34/00, Eurocool Logistik mot harmoniseringsbyrån (EUROCOOL), REG 2002, s. II-683, punkt 50). I det ifrågasatta beslutet anges endast att ordkännetecknet ger konsumenten en förnimmelse av europeiska högkvalitativa varor och tjänster, utan att visa att denna egenskap kan få konsumenten att omedelbart och utan vidare eftertanke se ett direkt och konkret samband med ovannämnda varor och tjänster.

46 Överklagandenämnden åsidosatte därmed artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 genom att inte göra sin analys i förhållande till de ifrågavarande varorna och tjänsterna och genom att inte heller visa att ordkännetecknet EUROPREMIUM, uppfattat som en hänvisning till europeiska högkvalitativa varor och tjänster, kunde tjäna som en direkt angivelse av nämnda varor och tjänster.

47 Det ifrågasatta beslutet skall därför ogiltigförklaras.

Rättegångskostnader

48 Enligt artikel 87.2 i förstainstansrättens rättegångsregler skall tappande part förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats. Sökanden har yrkat att svaranden skall förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Eftersom harmoniseringsbyrån har tappat målet, skall sökandens yrkande bifallas.

På dessa grunder beslutar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (tredje avdelningen)

följande dom:

1) **Det beslut som fattats av fjärde överklagandenämnden vid Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) den 20 juni 2003 (ärende R 348/2002-4) ogiltigförklaras.**

2) **Svaranden skall ersätta rättegångskostnaderna.**

Azizi Jaeger Czúcz

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 12 januari 2005.

H. Jung M. Jaeger

Justitiesekreterare Ordförande