PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (trečioji kolegija) SPRENDIMAS

2005 m. sausio 12 d.*

Byloje T-334/03

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH, iš pradžių atstovaujamas advokato G. Lindhofer, vėliau advokato K.-U. Jonas, nurodęs adresą dokumentams įteikti Liuksemburge,

ieškovas,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), iš pradžių atstovaujamą U. Pfleghar ir G. Schneider, vėliau A. von Mühlendahl, G. Schneider,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl VRDT ketvirtosios apeliacinės tarybos 2003 m. birželio 20 d. Sprendimo (byla R 348/2002-4), susijusio su termino EUROPREMIUM įregistravimu kaip Bendrijos prekių ženklo,

* Proceso kalba: vokiečių.

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS
(trečioji kolegija)

kurį sudaro kolegijos pirmininkas J. Azizi, teisėjai M. Jaeger ir O. Czúcz,

posėdžio sekretorė B. Pastor, kanclerio pavaduotoja,

atsižvelgęs į ieškinį, pateiktą Pirmosios instancijos teismo kanceliarijai 2003 m. rugsėjo 29 d.,

atsižvelgęs į atsiliepimą į ieškinį, pateiktą Pirmosios instancijos teismo kanceliarijai 2004 m. sausio 23 d.,

atsižvelgęs į 2004 m. liepos 20 d. proceso organizavimo priemones,

įvykus 2004 m. rugsėjo 29 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Bylos aplinkybės

1 2000 m. kovo 24 d. ieškovas pateikė paraišką prekių ženklui pagal iš dalies keistą 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentą dėl Bendrijos prekių ženklo (EB) Nr. 40/94 (OL L 11, 1994, p. 1).

2 Buvo prašoma įregistruoti kaip prekių ženklą žodinį žymenį EUROPREMIUM.

3 Pagal peržiūrėtą ir pataisytą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartį dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos prekės ir paslaugos, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso 16, 20, 35 ir 49 klasėms ir atitinka šį apibūdinimą:

— 16 klasė: „Popierius, kartonas ir jų gaminiai, <...> ypač vyniojamasis popierius, popieriniai maišeliai, popieriniai vokai; kartonas ir jo gaminiai, t. y. dėžės, pakavimo kartonas ir kartoniniai vokai, skirti įvairių prekių transportui; spaudiniai, žurnalai, brošiūros, periodiniai leidiniai ir knygos; etiketės (ne iš audinio); mokomoji medžiaga ir vaizdinės priemonės (išskyrus aparatūrą) apie paketų transportavimą ir laiškų siuntimą; plastikinės pakavimo medžiagos, ypač plastiko pakuotės su izoliuojančiomis oro ertmėmis, maišai, plėvelės, vokai ir maišeliai iš plastikinių medžiagų; plastikinė pakavimo įranga, plastiko konteineriai <...>;

— 20 klasė: „Gaminiai iš medžio, kamščio, meldų, nendrių, gluosnių, rago, kaulo, dramblio kaulo, banginio ūsų, vėžlio šarvo, kriauklių, gintaro, perlamutro, jūros putų dirbiniai, šių medžiagų pakaitalų arba plastikų gaminiai <...>; ypač mediniai ar plastikiniai konteineriai (ne metaliniai) visų rūšių prekėms transportuoti, plastikinės pakavimo medžiagos, plastikinės pakavimo plėvelės, plastikiniai maišai, medinės ar plastikinės skrynios, uždaromos dėžės ir paletės, skrynios ir uždaromos dėžės su užraktais ir be jų, stelažas, stalynas, konteinerių užraktai, plastikiniai papuošimai, tinkami naudoti su maisto medžiagom, uždaromos dėžutės, konteineriai, transportavimui skirti konteineriai, statinaitės, statinės, bakai, kraitės, butelių dėžės“;

— 35 klasė: „Reklama; verslo vadyba; verslo tvarkyba; įstaigų veikla; ypač parodų ir ekspozicijų organizavimas <...>; prekių ir siuntinių sekimas kompiuteriu jų transporto metu; pagalba vykdant vadybą, tai yra pagalba vykdant verslo vadybą; vadybos patarimai; laikinas personalo suteikimas; statistikos parengimas; apskaitos tvarkymas; varžytinių paslaugos; tyrimai, skirti verslui, rinkodara; rinkos tyrimai ir vertinimai; nuomonių tyrimai; vitrinų papuošimas; patarimai verslo klausimais, patarimai organizaciniais klausimais; patarimų verslo reikalais paslaugos, patarimai personalo klausimais; biuro mašinų ir įrangos nuoma; tarpininkavimas ir verslo sandorių trečiųjų asmenų vardu sudarymas; tarpininkavimas sudarant prekių pirkimo ir pardavimo sutartis; prekių dalijimas reklamos tikslais; dokumentų atgaminimas; reklama; reklama per radiją ir televiziją; reklama kine“;

— 39 klasė: „Vežimas ir sandėliavimas; visos paslaugos, nurodytos (šioje) klasėje <...>, ypač vežimas, sandėliavimas, išvežimas, pakavimas, saugojimas, elektroninis laiškų, dokumentų, pranešimų, naujienų, spaudinių, paketų ir kitų prekių pristatymas, stebėjimas, tarptautinių kurjerių paslaugos, tai yra individualus laiškų, dokumentų ir kitų rašto objektų pristatymas nuo durų iki durų, kertant valstybių sienas ir naudojant automobilius, traukinius, laivus ir lėktuvus; su minėtų prekių transportavimu susijusios paslaugos, tai yra saugojimas ir sandėliavimas, pakavimas ir pristatymas, prekių gabenimas automobiliais, traukiniais, laivais ir lėktuvais, laivų pakrovimas ir iškrovimas, laivų ir jų krovinio gelbėjimas, krovinių nešiojimas, prekių, baldų sandėliavimas, pinigų ir vertybių pervežimas, tarpininko krovinių vežimo srityje paslaugos“.

4 2002 m. vasario 21 d. Sprendimu ekspertas atmetė prašymą pagal Reglamento Nr. 40/94 38 straipsnį teigdamas, kad žodinis žymuo, kurį prašoma įregistruoti, apibūdina prekes ir paslaugas, kurioms jis būtų taikomas, ir neturi skiriamojo požymio elemento šio reglamento 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktų prasme.

5 2002 m. balandžio 22 d. ieškovas padavė apeliaciją VRDT dėl eksperto sprendimo pagal Reglamento Nr. 40/94 57–62 straipsnius.

6 2003 m. birželio 20 d. Sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) VRDT ketvirtoji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją motyvuodama atsisakymą įregistruoti prekių ženklą EUROPREMIUM Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktu, nes šį prekių ženklą vartotojai galėtų suvokti kaip tų prekių ir paslaugų, kurioms jį buvo norima įregistruoti, puikios kokybės ir europinės kilmės nurodymą.

Šalių prašymai

7 Ieškovas Pirmosios instancijos teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą tiek, kiek jame numatoma, kad prekių ženklas EUROPREMIUM neatitinka Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktų,

— paskelbti Bendrijos prekių ženklą EUROPREMIUM pagal Reglamento Nr. 40/94 40 straipsnį,

— nepatenkinus pirmojo ir antrojo reikalavimų grąžinti bylą Apeliacinei tarybai,

— priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

8 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:

— pripažinti prašymus dėl ginčijamo sprendimo panaikinimo ta dalimi, kuria juo buvo atsisakyta įregistruoti prekių ženklą remiantis Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktu, dėl VRDT įpareigojimo paskelbti šį prekių ženklą ir dėl bylos grąžinimo Apeliacinei tarybai nepriimtinais,

— likusius reikalavimus atmesti,

— priteisti iš ieškovo bylinėjimosi išlaidas.

9 2004 m. rugsėjo 20 d. laišku ieškovas atsisakė antrojo ir trečiojo reikalavimų punktų.

10 Posėdyje jis paaiškino, kad savo ieškiniu siekė, jog būtų panaikintas ginčijamas sprendimas ta dalimi, kuria VRDT laikė, kad prekių ženklas EUROPREMIUM neatitiko Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkte nustatytų sąlygų.

Dėl teisės

11 Grįsdamas savo ieškinį ieškovas nurodo vienintelį teisinį pagrindą – Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimą.

Šalių argumentai

12 Ieškovas nurodo, kad esminis prekių ženklo elementas yra jo tinkamumas atskirti vienos įmonės prekes nuo kitų įmonių prekių, ir primena, jog žymens skiriamasis požymis turi būti vertinamas ne abstrakčiai, o atsižvelgiant į santykį tarp žymens ir konkrečios prekės ar paslaugos.

13 Jis teigia, kad prekių ženklas turėjo būti įregistruotas, nes išnagrinėjus jo visumą aišku, kad jis nėra vien apibūdinamojo pobūdžio. Ieškovas teigia, kad skiriamąjį požymį turintis žymuo, kuris gali būti suvokiamas ne kaip prekės ar vieno iš jo požymių apibūdinimas, nėra išimtinai apibūdinamojo pobūdžio, todėl yra tinkamas būti prekių ženklu.

14 Ieškovas taip pat nurodo, kad terminas „europremium“ turi daug reikšmių, todėl turėtų būti laikomas turinčiu skiriamąjį požymį.

15 Posėdyje ieškovas rėmėsi 2002 m. spalio 9 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimu *Dart Industrines prieš VRDT (UltraPlus*, T-360/00, Rink. p. II-3867). Jis pažymi, kad šiame sprendime Pirmosios instancijos teismas nusprendė, jog tai, kad įmonė netiesiogiai ir abstrakčiai giria savo prekių puikią kokybę naudodama *UltraPlus*

prekių ženklą, tačiau tiesiogiai ir iš karto neinformuodama vartotojo apie vieną iš tų prekių pagrindinių savybių, yra susiję su jo asociatyvine reikšme, o ne žymėjimu Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto prasme (sprendimo 27 punktas). Ieškovas primena, kad tame sprendime Pirmosios instancijos teismas panaikino ginčijamą sprendimą nurodydamas, jog Apeliacinė taryba, savo atliktos analizės nesusiejusi su aptariamomis prekėmis ir neįrodžiusi, kad aptariamas žymuo galėtų būti naudojamas tiesiogiai nurodyti aptariamas prekes, pažeidė Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą (sprendimo 29 punktas).

16 Ieškovas teigia, jog nagrinėjamoje byloje VRDT, laikydama, kad EUROPREMIUM apibūdina paraiškoje prekių ženklui nurodytas prekes ir paslaugas, nors tarp jų ir aptariamojo žymens nėra konkrečios ir tiesioginės sąsajos, padarė tą pačią klaidą, kurią Pirmosios instancijos teismas konstatavo pirmiau minėtame sprendime.

17 VRDT teigia, kad Apeliacinė taryba teisingai nustatė, jog žymuo EUROPREMIUM yra apibūdinanti nuoroda, kurią reikia atsisakyti įregistruoti kaip prekių ženklą. Ji primena, kad 2002 m. kovo 20 d. Pirmosios instancijos teismas sprendime *DaimlerChrysler prieš VRDT (CARCARD*, T-356/00, Rink. p. II-1963, 30 punktas) nurodė, kad remiantis Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktu žodinis žymuo negali būti registruojamas kaip prekių ženklas, jei bent viena iš jo reikšmių apibūdina aptariamų prekių ar paslaugų savybę.

18 VRDT teigia, kad žodžių junginys, kuris prasideda dalimi „EURO", turi būti suvokiamas kaip nuoroda į Europą, o ne į bendrąją valiutą euro. Jos teigimu, žodis „PREMIUM" yra anglų kalbos žodis, kilęs iš lotynų kalbos, vartojamas kitose Europos Sąjungos valstybių narių kalbose ir reiškiantis „ypatingos kokybės" arba „puikios kokybės". VRDT mano, kad atitinkamiems vartotojams šios dvi reikšmės yra akivaizdžios. Iš to sektų, kad vartotojai šį žodinį žymenį suvoktų kaip nurodantį europinės kilmės ir puikios kokybės prekes.

19 Be to, VRDT teigia, kad apibūdinamosios nuorodos yra ne tik tos, kurių tikslumą galima patikrinti, bet ir tos, kurios abstrakčiom sąvokom giria prekės kokybę ar kitas savybes. Ji mano, kad žymuo, kurį buvo prašoma įregistruoti, pakankamai tiksliai apibūdina bent jau vieną atitinkamų prekių ir paslaugų savybę, kad galima būtų taikyti Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą.

20 Posėdyje VRDT rėmėsi dviem 2004 m. vasario 12 d. Teisingumo Teismo sprendimais: *Campina Melkunie* (C-265/00, Rink. p. I-1699) ir *Koninklijke KPN Nederland* (C-363/99, Rink. p. I-1619) dėl 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, 1989, p.1) 3 straipsnio 1 dalies c punkto, kuris yra beveik identiškas Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktui, aiškinimo. Šiuose sprendimuose Teisingumo Teismas nurodė, kad Direktyvos 89/104/EEB 3 straipsnio 1 dalies c punktas turi būti aiškinamas taip, jog prekių ženklas, kurį sudaro žodis arba naujadaras, sudarytas iš kelių elementų, kurių kiekvienas apibūdina prekes ar paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti šį prekių ženklą, pats yra apibūdinamojo pobūdžio, išskyrus tuos atvejus, kai žodis ar naujadaras įgyja kitokią reikšmę nei paprasta juos sudarančių elementų reikšmių suma (atitinkamai žr. sprendimo 43 ir 104 punktai).

21 VRDT teigia, jog atsižvelgiant į tai, kad žodinis žymuo EUROPREMIUM yra sudarytas iš dviejų apibūdinamąjį pobūdį turinčių elementų ir kad jo reikšmė nesiskiria nuo jį sudarančių elementų reikšmių sumos, Apeliacinė taryba teisėtai atsisakė jį įregistruoti.

Pirmosios instancijos teismo vertinimas

22 Pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą neregistruojami prekių ženklai „sudaryti tiktai iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami

žymėti rūšį, kokybę, kiekį, paskirtį, vertę, geografinę kilmę arba prekių pagaminimo ar paslaugų suteikimo laiką, ar kitas prekių ar paslaugų savybes". Be to, Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 2 dalyje numatoma, kad „šio straipsnio 1 dalies nuostatos taikomos, net jeigu prekių ženklo neregistravimo pagrindai galioja tiktai Bendrijos dalyje".

23 Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas neleidžia vienai įmonei įgyti išimtinės teisės į jame numatytus žymenis ir nuorodas, juos registruojant kaip prekių ženklą. Ši nuostata grindžiama bendruoju interesu, kad tokius žymenis ar nuorodas galėtų naudoti visi (žr. šiuo klausimu 1999 m. gegužės 4 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, Rink. p. I-2779, 25 punktą ir 2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimų *Streamserve prieš VRDT*, T-106/00, Rink. p. II-723, 36 punktą ir *CARCARD*, minėto šio sprendimo 17 punkte, 24 punktą.).

24 Tačiau Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas taikomas tik tiems žymenims ir nuorodoms, kuriuos suinteresuotosios visuomenės požiūriu galima įprastai naudoti nurodant prekes ar paslaugas, dėl kurių pateiktas prašymas įregistruoti prekių ženklą, tiesiogiai arba minint vieną iš esminių jų savybių (2001 m. rugsėjo 20 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT (BABY-DRY)*, C-383/99 P, Rink. p. I-6251, 39 punktas).

25 Iš to galima daryti išvadą, kad tam, jog žymeniui būtų taikomas šioje nuostatoje nustatytas draudimas, reikia, kad tarp jo ir aptariamų prekių ar paslaugų būtų pakankamai tiesioginė ir konkreti sąsaja, leidžianti atitinkamai visuomenei iš karto ir be svarstymų jį suvokti kaip atitinkamų prekių ir paslaugų ar vienos iš jų savybių apibūdinimą (žr. šiuo klausimu 2001 m. birželio 7 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimų *DKV prieš VRDT (EuroHealth)*, T-359/99, Rink. p. II-1645, 36 punktą, *UltraPlus*, minėto šio sprendimo 15 punkte, 26 punktą, ir 2004 m. liepos 20 d. Sprendimo *Lissotschenko* ir *Hentze prieš VRDT (LIMO)*, T-311/02, Rink. p. II-2957, 30 punktą).

26 Dėl to žymens apibūdinamasis pobūdis negali būti nustatytas kitaip nei atsižvelgiant, pirma, į atitinkamas prekes ir paslaugas ir, antra, į tai, kaip žymenį supranta suinteresuotoji visuomenė (sprendimo *CARCARD*, minėto šio sprendimo 17 punkte, 25 punktas ir sprendimo *UltraPlus*, minėto šio sprendimo 15 punkte, 22 punktas).

27 Šioje byloje prekės ir paslaugos, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, yra, *be kita ko*, iš įvairių medžiagų pagamintos pakavimui ir tvarkingam išdėstymui, transportavimui skirtos prekės, reklamos, verslo reikalų valdymas ar pagalba verslui ir transporto bei sandėliavimo paslaugos.

28 Dėl suinteresuotosios visuomenės Apeliacinė taryba konstatavo, kad *tikslinė grupė* yra plačioji visuomenė (ginčijamo sprendimo 9 punktas). Pirmosios instancijos teismas mano, kad ši Apeliacinės tarybos analizė yra teisinga, atsižvelgiant į tai, jog aptariamos prekės ir paslaugos skiriamos visiems vartotojams. Kita vertus, šiuo atveju absoliutus atmetimo pagrindo egzistavimas, kaip patvirtino VRDT atsakydama į Pirmosios instancijos teismo klausimus, buvo nustatytas tik vienoje iš Bendrijos kalbų – anglų. Todėl taikant Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą tikslinė visuomenės grupė, atsižvelgiant į kurią reikia vertinti absoliutų atmetimo pagrindą, yra paprastas angliškai kalbantis vartotojas (žr. šiuo klausimu 2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Ellos prieš VRDT*, T-219/00, Rink. p. II-753, 31 punktą).

29 Dėl termino „europremium“ reikšmės iš ginčijamo sprendimo 10 ir 11 punktų matyti, kad tarnyba priešdėlį „euro“ supranta kaip nuorodą į būdvardį „europinis“, o „premium“ anglų k. reiškia „puikios kokybės“, todėl vartotojui šis sudėtinis žodis sukuria įspūdį, kad kalbama apie puikios kokybės iš Europos kilusias prekes ir paslaugas.

30 Ieškovas teigia, kad tas faktas, jog terminas „europremium" neturi aiškios ir nustatytos reikšmės, nedaro įtakos vertinant, ar jis turi apibūdinamąjį pobūdį. Reikėtų priminti, kad žodiniam žymeniui taikomas Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas, jei bent viena iš jo galimų reikšmių apibūdina aptariamų prekių ar paslaugų savybę (*CARCARD*, minėto šio sprendimo 17 punkte, 30 punktas). Taigi, net jei terminas „premium" turi ir kitų reikšmių, o bendros valiutos įvedimas galėjo pakeisti tai, kaip suinteresuotoji visuomenė, net ir tose valstybėse, kurios nepriklauso Ekonominei ir pinigų sąjungai, supranta priešdėlį „euro", Pirmosios instancijos teismas gali tik konstatuoti, kad Apeliacinės tarybos vartota reikšmė tėra viena iš galimų termino „europremium" reikšmių.

31 Kalbėdama apie sąsają tarp žodžio EUROPREMIUM ir atitinkamų prekių bei paslaugų, Apeliacinė taryba 12 ginčijamo sprendimo punkte nusprendė, kad šis terminas nurodo šių prekių bei paslaugų kokybę ir geografinę kilmę.

32 Todėl reikia ištirti, ar žodinis žymuo EUROPREMIUM, suvokiamas kaip puikios kokybės iš Europos kilusių prekių ir paslaugų nuoroda, angliškai kalbančiai visuomenei reiškia tiesioginę ir konkrečią sąsają su aptariamomis prekėmis bei paslaugomis, dėl kurios jis būtų draudžiamas pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą.

33 Posėdyje VRDT teigė, kad Teisingumo Teismas, aiškindamas Direktyvą 89/104/EEB, nusprendė, jog prekių ženklas, kurį sudaro žodis arba naujadaras, sudarytas iš kelių elementų, kurių kiekvienas apibūdina prekes ar paslaugas, kuriems prašoma įregistruoti šį prekių ženklą, pats yra apibūdinamojo pobūdžio, išskyrus tuos atvejus, kai žodis ar naujadaras įgyja kitokią reikšmę nei paprasta juos sudarančių elementų reikšmių suma (sprendimo *Campina Melkunie*, minėto šio sprendimo 20 punkte, 43 punktas ir sprendimo *Koninklijke KPN Nederland*, minėto šio sprendimo 20 punkte, 104 punktas).

34 Šiuo klausimu pažymėtina, kad šiose bylose prašomo įregistruoti prekių ženklo sudėtinių elementų apibūdinamąjį pobūdį nustatė nacionaliniai teismai, ir dėl to nekilo jokių abejonių. Tačiau, priešingai nei teigia VRDT, šioje byloje aptariamas žodinis žymuo nėra sudarytas iš elementų, apibūdinančių prekes ir paslaugas, kurioms ieškovas nori įregistruoti šį prekių ženklą.

35 Pirmiausiai, dėl priešdėlio „euro", svarbu priminti, kad Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas draudžia tik apibūdinančius žymenis, kurie apibūdina esmines atitinkamų prekių ar paslaugų savybes ir kuriuos bendrinėje kalboje galima vartoti tiesiogiai nurodant tas prekes ir paslaugas (sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT*, minėto šio sprendimo 24 punkte, 39 punktas). Taigi Apeliacinė taryba, patvirtinusi ginčijamą sprendimą, pagal kurį priešdėlis „euro" turėtų būti suvokiamas kaip nurodantis aptariamų prekių ir paslaugų kilmę, nenurodė jokių motyvų, pagrindžiančių nuostatą, kad kilmė yra esminė prekių ir paslaugų, kurioms prašoma įregistruoti kilmės ženklą, savybė, į kurią atsižvelgtų suinteresuotoji visuomenė priimdama sprendimą (žr. šiuo klausimu 2003 m. lapkričio 26 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *HERON Robotunits prieš VRDT (ROBOTUNITS)* T-222/02, Rink. p. II-4995, 44 punktą), ir kuri tai visuomenei leistų nedelsiant ir be svarstymų nustatyti konkrečią sąsają su šiomis prekėmis ir paslaugomis. Taigi ginčijame sprendime Apeliacinė taryba neįrodė, kad priešdėlis „euro" apibūdina aptariamas prekes ir paslaugas.

36 Bet kuriuo atveju Pirmosios instancijos teismas pastebi, kad kilmė nėra esminė prekių ir paslaugų, susijusių su pašto gabenimu, savybė. Iš tiesų geografinė prekių, priskiriamų 16 ir 20 klasėms, skirtų iš esmės pakuoti įvairius daiktus, kilmė nėra savybė, akivaizdžiai lemianti vartotojo pasirinkimą, kuris priims sprendimą atsižvelgdamas į pakuotės matmenis ar jos atsparumą. Kalbant apie 65 ir 39 klasei priskiriamas paslaugas, taip pat nėra jokio pagrindo manyti, kad kilmė yra veiksnys, lemiantis paprasto vartotojo pasirinkimą. Iš to galima daryti išvadą, kad priešdėlis „euro" nei tiesiogiai, nei nurodydamas vieną iš esminių savybių jų neapibūdina.

37 Dėl termino „premium" svarbu priminti, kad kai įmonė abstrakčiai giria savo prekių kokybę, tačiau tiesiogiai ir iš karto neinformuodama vartotojo apie vieną iš apibrėžtų tų prekių savybių ar charakteristikų, Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto prasme tai yra susiję su asociacija, o ne apibūdinimu (sprendimo *UltraPlus*, minėto šio sprendimo 15 punkte, 37 punktas; šiuo klausimu žr. 2001 m. sausio 31 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Sunrider prieš VRDT (VITALITE)*, T-24/00, Rink. p. II-449, 22–24 punktus).

38 Pirmosios instancijos teismas nusprendė, kad prekių ženklo, kurį sudaro žymenys ar nuorodos, kurie, be kita ko, yra naudojami kaip reklaminiai šūkiai, kokybės nuorodos ar posakiai, skatinantys įsigyti šiuo prekių ženklu žymimų prekių ar paslaugų, registravimas nėra neįmanomas vien dėl jų pobūdžio, nes tokiam naudojimui taikoma vienintelė taisyklė, jog tas prekių ženklas gali būti iš karto suvokiamas kaip atitinkamų prekių ar paslaugų komercinės kilmės nuoroda, kurios paskirtis – leisti atitinkamai visuomenei neklystant atskirti prekių ženklo savininko prekes ar paslaugas nuo kitokios komercinės kilmės prekių ir paslaugų (2003 m. liepos 3 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Best Buy Concepts prieš VRDT*, T-122/01, Rink. p. II-2235, 21 punktas).

39 Taigi šią žymens savybę, kuri leidžia jį suvokti kaip prekių ir paslaugų komercinės kilmės nuorodą, reikia išnagrinėti remiantis Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktu (2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Rewe-Zentral prieš VRDT (LITE)*, T-79/00, Rink. p. II-705 26 punktas, ir 2004 m. birželio 30 d. Sprendimo *Norma Lebensmittelfilialbetrieb prieš VRDT (MEHR FÜR IHR GELD)*, T-281/02, Rink. p. II-1915, 24 punktas).

40 Iš to matyti, kad giriamąjį pobūdį turintys žymenys, apibūdinantys abstrakčias savybes, kurias įmonė nori priskirti savo pačios prekėms ar paslaugoms dėl reklamos, turi būti nagrinėjami pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktą.

41 O tam, kad būtų taikomas Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas, vienintelė šioje byloje nagrinėjama teisės norma, žodinis žymuo, turi konkrečiai, o ne bendrai, ir objektyviai nurodyti esmines aptariamų prekių ir paslaugų savybes (žr. šiuo klausimu sprendimo *VITALITE*, minėto šio sprendimo 35 punkte, 23 punktą ir 2001 m. balandžio 5 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Bank für Arbeit und Wirtschaft prieš VRDT (EASYBANK)*, T-87/00, Rink. p. II-1259, 29 ir 31 punktą bei *UltraPlus*, minėto šio sprendimo 15 punkte, 28 punktą).

42 Be to, kaip teisingai primena ieškovas, Pirmosios instancijos teismas jau yra nusprendęs, kad giriamasis terminas, kaip antai *UltraPlus*, neapibūdina aptariamų prekių, šiuo atveju plastiko plokščių, skirtų viryklei, nes nesuteikia vartotojui galimybės iš karto ir be papildomų svarstymų konkrečiai ir tiesiogiai susieti jį su aptariamomis prekėmis (sprendimo *UltraPlus*, minėto šio sprendimo 15 punkte, 26 punktas ir sprendimo *VITALITE*, minėto šio sprendimo 36 punkte, 22–24 punktai).

43 Taigi žodis „premium" ta reikšme, kuria jį suprato Apeliacinė taryba, tėra tik pagiriamasis terminas, apibūdinantis savybę, kurią ieškovas nori suteikti savo prekėms, tačiau kartu neinformuojantis vartotojų apie konkrečias ir objektyvias siūlomų prekių ar paslaugų savybes. Šis terminas negali būti naudojamas nurodyti aptariamų prekių ar paslaugų rūšį nei tiesiogiai, nei išskiriant jų esmines savybes.

44 Kadangi žodinis žymuo EUROPREMIUM nėra sudarytas iš aptariamas prekes ir paslaugas apibūdinančių elementų, Teisingumo Teismo sprendimai *Campina Melkunie* ir *Koninklijke KPN Nederland*, minėti šio sprendimo 20 punkte, kuriais rėmėsi VRDT, nėra susiję su nagrinėjama byla. Taigi telieka ištirti, ar, nepaisant to, kad elementai, kurie jį sudaro, nėra apibūdinamojo pobūdžio, aptariamasis žodinis žymuo, vertinamas kaip visuma, leidžia atitinkamai visuomenei nustatyti tiesioginę ir konkrečią sąsają su prekėmis ir paslaugomis, kuriems prašoma įregistruoti šį prekių ženklą.

45 Šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad Apeliacinė taryba ginčijamame sprendime nenustatė, kad terminas EUROPREMIUM, vertinamas kaip visuma, buvo ar galėjo būti bendrinis ar įprastinis pavadinimas, naudojamas identifikuoti ar apibūdinti pakuotę ir tvarkingą sukrovimą, transportavimui skirtas prekes, reklamos, verslo reikalų valdymo ar pagalbos verslui ir transporto bei sandėliavimo paslaugas (šiuo klausimu žr.2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Eurocool Logistik prieš VRDT (EUROCOOL)*, T-34/00, Rink. p. II-683, 50 punktą). Ginčijamame sprendime teigiama, kad šis žodinis žymuo vartotojo sąmonėje sukelia europietiškų puikios kokybės prekių ir paslaugų įspūdį, tačiau neįrodo, kad tokia charakteristika leidžia vartotojui nedelsiant ir be svarstymų nustatyti konkrečią ir tiesioginę sąsają su pirmiau minėtomis prekėmis bei paslaugomis.

46 Taigi nesusiedama savo atliktos analizės su aptariamomis prekėmis ir paslaugomis bei neįrodžiusi, kad žodinis žymuo EUROPREMIUM, suvokiamas kaip puikios kokybės iš europietiškų ir paslaugų nuoroda, galėtų būti vartojamas tiesiogiai nurodyti šias prekes ir paslaugas, Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą.

47 Todėl ginčijamas sprendimas turi būti panaikintas.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

48 Pagal Procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti išlaidas, jei laimėjusi šalis to prašė. Kadangi Tarnyba pralaimėjo bylą, ji turi padengti pareiškėjo išlaidas pagal jo pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (trečioji kolegija)

nusprendžia:

1. **Panaikinti Vidaus rinkos derinimo tarnybos ketvirtosios apeliacinės tarybos (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) 2003 m. birželio 20 d. Sprendimą (byla R 348/2002-4).**

2. **Priteisti iš atsakovo bylinėjimosi išlaidas.**

Azizi Jaeger Czúcz

Paskelbta 2005 m. sausio 12 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Kancleris

H. Jung

Pirmininkas

M. Jaeger