A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (második tanács)

2004. október 21. *

A C-64/02. P. sz. ügyben,

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)** (képviselik: A. von Mühlendahl és G. Schneider, meghatalmazotti minőségben, kézbesítési cím: Luxembourg)

fellebbezőnek

az Európai Bíróság alapokmányának 49. cikke alapján 2002. február 27-én benyújtott fellebbezése tárgyában,

támogatja:

Nagy Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága (képviselik: P. Ormond, C. Jackson, M. Bethell és M. Tappin, meghatalmazotti minőségben, segítőjük: D. Alexander barrister, kézbesítési cím: Luxembourg)

beavatkozó a fellebbezési eljárásban,

* Az eljárás nyelve: német.

másik fél az eljárásban:

az **Erpo Möbelwerk GmbH** (képviselik: S. von Petersdorff-Campen Rechtsanwalt és H. von Rohr Patentanwalt, kézbesítési cím: Luxembourg)

alperes az elsőfokú eljárásban,

A BÍRÓSÁG (második tanács),

tagjai: C. W. A. Timmermans tanácselnök (előadó), C. Gulmann, J.-P. Puissochet, R. Schintgen és J. N. Cunha Rodrigues bírák,

főtanácsnok: M. Poiares Maduro,
hivatalvezető: M. Múgica Arzamendi főtanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2004. május 5-i tárgyalásra,

tekintettel a felek által benyújtott észrevételekre,

a főtanácsnok indítványának a 2004. június 17-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 A Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (a továbbiakban: OHIM) fellebbezésével az Európai Közösségek Elsőfokú Bírósága T-138/00. sz., Erpo Möbelwerk kontra OHIM (DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT) ügyben 2001. december 11-én hozott ítéletének (EBHT 2001., II-3739. o.) (a továbbiakban: megtámadott ítélet) hatályon kívül helyezését kéri, amely hatályon kívül helyezte az OHIM harmadik fellebbezési tanácsának 2000. március 23-i azon határozatát (R 392/1999-3. sz. ügy) (a továbbiakban: vitatott határozat), amely lényegében elutasította az Erpo Möbelwerk GmbH (a továbbiakban: Erpo) által az OHIM elbírálójának a DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT szóösszetétel több áruosztályba, különösen a bútorok áruosztályába való közösségi védjegyként történő lajstromozását megtagadó határozata ellen benyújtott fellebbezését.

Jogi háttér

2 A közösségi védjegyről szóló, 1993. december 20-i 40/94/EK tanácsi rendelet 7. cikkének értelmében (HL 1994. L 11., 1. o., magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 146. o.):

„1. A megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha

[...]

b) nem alkalmas a megkülönböztetésre;

c) kizárólag olyan jelekből vagy adatokból áll, amelyeket a forgalomban az áru vagy a szolgáltatás fajtája, minősége, mennyisége, rendeltetése, értéke, földrajzi származása, előállítási vagy teljesítési ideje, illetve egyéb jellemzője feltüntetésére használhatnak;

d) kizárólag olyan jelekből vagy adatokból áll, amelyeket az általános nyelvhasználatban, illetve a tisztességes üzleti gyakorlatban állandóan és szokásosan alkalmaznak;

[...]

3. Az (1) bekezdés b), c) és d) pontja alapján a megjelölés nincs kizárva a védjegyoltalomból, ha az árujegyzékben szereplő áruk, illetve szolgáltatások tekintetében használata révén megszerezte a megkülönböztetőképességet."

3 A „közösségi védjegyoltalom korlátai" cím alatt a 40/94 rendelet 12. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„A közösségi védjegyoltalom alapján a jogosult nem tilthat el mást attól, hogy gazdasági tevékenysége körében — az üzleti tisztesség követelményeivel összhangban — használja:

[...]

b) az áru vagy a szolgáltatás fajtájára, minőségére, mennyiségére, rendeltetésére, értékére, földrajzi eredetére, előállítási, illetve teljesítési idejére vagy egyéb jellemzőjére vonatkozó jelzést;"

[...]

feltéve, ha a használat megfelel az ipar és a kereskedelem terén a tisztességes használat feltételeinek."

A jogvita alapját képező tényállás

4 1998. április 23-i levelében az Erpo a DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT szóösszetétel közösségi védjegyként történő lajstromozását kérte a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, 1957. július 15-i, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 8. áruosztály (kézzel működtetett eszközök; evőeszközök, villák és kanalak), 12. áruosztály (szárazföldi járművek és azok alkatrészei) és 20. áruosztály (bútorok, különösen kárpitozott bútorok, ülőgarnitúrák, székek, tálalóasztalok és irodabútorok) vonatkozásában.

5 Mivel az OHIM elbírálója 1999. június 4-i határozatával a kérelmet elutasította arra való hivatkozással, hogy a fenti szóösszetétel az érintett termékek egy jellemzőjét jelöli meg és megkülönböztetésre semmiképpen sem alkalmas, az Erpo a határozat ellen fellebbezést nyújtott be.

6 Az OHIM harmadik fellebbezési tanácsa a vitatott határozattal hatályon kívül helyezte az elbíráló határozatát annyiban, amennyiben az a 8. áruosztályra vonatkozó

kérelmet elutasította. A kérelem egyéb részeit illetően a fellebbezési tanács a fellebbezést lényegében arra való hivatkozással utasította el, hogy a szóban forgó szóösszetétel nem felel meg a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontjában támasztott követelményeknek.

Az Elsőfokú Bíróság előtti eljárás és a megtámadott ítélet

7 Az Elsőfokú Bíróság Hivatalához 2000. május 23-án érkezett keresetlevelével az Erpo keresetet nyújtott be a vitatott határozat hatályon kívül helyezése iránt. Megtámadott ítéletével az Elsőfokú Bíróság a kérelemnek helyt adott.

8 Az Elsőfokú Bíróság a megtámadott ítéletének 22–29. pontjában úgy ítélte meg, hogy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése c) pontjának megsértésére alapított, első jogalap megalapozott, mivel — még akkor is, ha a szóösszetétel „Bequemlichkeit" („kényelem") eleme önmagában az érintett termékek minőségét tünteti fel, amely alkalmas arra, hogy azt a célközönség a vásárlásaik során hozott döntéseikben figyelembe vegyék — a DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT szóösszetétel, figyelemmel annak minden elemére és ezen elemeket együtt olvasva, nem tekinthető olyan megjelölésnek, amely kizárólag olyan jelekből vagy adatokból áll, amelyeket áru minőségének feltüntetésére használhatnak.

9 Ezt követően az Elsőfokú Bíróság megvizsgálta a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontjának megsértésére alapított, második jogalapot.

10 Az Elsőfokú Bíróság a megtámadott ítéletének 41. és 42. pontjában úgy ítélte meg, hogy ennek a jogi érvnek is helyt kell adni, mivel a fellebbezési tanács a szóösszetétel leíró jellegéből lényegében levezette a megkülönböztető képesség hiányát, mivel a megtámadott ítélet első jogalapra vonatkozó 22–29. pontjából kitűnik, hogy a jogvita tárgyát képező határozat e tekintetben jogban való tévedést tartalmaz.

11 A megtámadott ítélet 43–46. pontjában az Elsőfokú Bíróság úgy ítélte meg, hogy a második jogalap is megalapozott a következő megfontolások miatt:

„43 Ezenkívül a fellebbezési tanács a megtámadott határozat 30. pontjában ismét megjegyezte, hogy a DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT kifejezésre a „fantáziabeli többletelemek" hiánya jellemző. Ezenfelül az OHIM válaszában kifejtette, hogy »ahhoz, hogy a jelmondatok védjegyként szerepelhessenek, valamilyen eredeti többletelemmel kell rendelkezniük«, és ezzel az ügyben szereplő kifejezés nem rendelkezett.

44 Ezzel kapcsolatban az Elsőfokú Bíróság ítélkezési gyakorlatából egyértelműen kitűnik, hogy a fantázia vagy az eredeti többletelem hiánya miatt nem állapítható meg a megkülönböztetőképesség hiánya (az Elsőfokú Bíróságnak a T-135/99. sz., Taurus-Film kontra OHIM (Cine Action) [EBHT 2001., II-379. o.] és a T-136/99. sz., Taurus-Film kontra OHIM (Cine Comedy) [EBHT 2001., II-397. o.] ügyekben 2001. január 31-én hozott ítéleteinek 31. pontja és a T-87/00. sz., Bank für Arbeit und Wirtschaft kontra OHIM (EASYBANK) ügyben 2001. április 5-én [EBHT 2001., II-1259. o.] hozott ítéletének 39. és 40. pontja). Ezenkívül ki kell emelni, hogy a jelmondatokra nem lehet a többi megjelöléstípusra alkalmazandónál szigorúbb szempontokat alkalmazni.

45 Ami pedig a fellebbezési tanácsnak a megtámadott határozat 31. pontjában tett, ismétlődő állítását illeti, miszerint a kifejezésből »hiányzik az a fogalmi feszültség, amely meglepetést keltene, és ezáltal feltűnő benyomást tenne«, az valójában csupán a fellebbezési tanács »fantáziabeli többletelemek« hiányára vonatkozó megállapításának parafrázisa.

46 Márpedig a fellebbezési tanácshoz benyújtott fellebbezésnek a 40/97 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján történő elutasítása abban az esetben lett volna igazolható, ha bizonyítást nyert volna az, hogy önmagában a das Prinzip der ... („a [...] elve") kifejezés termékek vagy szolgáltatások valamely jellemzőjének megjelölésére használt szóval alkotott összetételét az üzleti kommunikációban, és különösen reklámokban rendszeresen használják. Viszont ki kell jelenteni, hogy a vitatott határozat e tekintetben semmilyen megállapítást nem tartalmaz, és az OHIM sem írásbeli beadványaiban, sem a tárgyaláson nem hivatkozott ilyen használat fennállására."

12 Ezen indokok alapján az Elsőfokú Bíróság hatályon kívül helyezte a vitatott határozatot.

A fellebbezés

13 Az OHIM fellebbezésében azt kéri, hogy a Bíróság:

— helyezze hatályon kívül a megtámadott ítéletet;

— utasítsa el az OHIM harmadik fellebbezési tanácsának az R 392/1999-3. sz. ügyben 2000. március 23-án hozott határozata ellen benyújtott fellebbezést, és másodlagosan utalja vissza az ügyet az Elsőfokú Bíróság elé határozathozatal céljából;

— kötelezze a másik felet az elsőfokú és a fellebbezési eljárásban felmerült költségek viselésére.

14 Az Erpo azt kéri, hogy a Bíróság:

— utasítsa el a fellebbezést;

— hagyja helyben a megtámadott ítéletet;

— kötelezze az OHIM-ot a költségek viselésére, ideértve a fellebbezési eljárásban visszatéríthető költségeket is.

15 A Bíróság elnöke 2002. szeptember 9-i végzésével engedélyezte, hogy az OHIM kérelmeit támogatva Nagy Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága az eljárásba beavatkozzon.

A felek érvei

16 Egyetlen jogalapjában az OHIM előadja, hogy azzal, hogy a megtámadott ítélet 46. pontjában az Elsőfokú Bíróság úgy ítélte meg, hogy adott védjegy lajstromozásának a megkülönböztetőképesség hiánya miatti elutasítására csak azon esetekben van lehetőség, amelyekben bizonyítást nyert, hogy a kérdéses megjelölést az érintett kereskedelmi körökben rendszeresen használják, az Elsőfokú Bíróság megsértette a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontját.

17 E tekintetben az OHIM előadja, hogy adott védjegy megkülönböztetőképességének értékelésére során előzetes vizsgálat alá kell vonni azt, hogy a lajstromozni kívánt megjelölés milyen valószínűséggel teszi lehetővé az érintett fogyasztók számára annak felismerését, hogy az igényelt termékek vagy szolgáltatások egy bizonyos és nem egy másik vállalkozás termékei vagy szolgáltatásai, vagy legalábbis azt, hogy ezeket a védjegyjogosult teljes felelőssége mellett gyártják vagy forgalmazzák.

18 A szín vagy a térbeli védjegyekhez hasonlóan, viszont a pusztán szó- vagy ábrás védjegyekkel ellentétben, a jelmondatokból álló védjegyek esetében — mint amely a jelen ügynek is tárgya — az szükséges, hogy megjelenésükben hordozzák azt a többletelemet, amelyből a védjegyek megkülönböztetőképessége ered. Ez a követelmény azzal a körülménnyel magyarázható, hogy olyan megjelölésekről van szó, amelyek a leggyakrabban pusztán reklámcélokat és nem olyan célokat szolgálnak, amelyek lehetővé tennék a termékek eredetének azonosítását.

19 Ezenfelül az OHIM hangsúlyozza, hogy a védjegy megkülönböztetőképességének értékelése során nem szabad figyelembe venni a terméknek a piacon történő esetleges használatát. Kétségtelen, hogy amennyiben az adott megjelölés már eleve alkalmasnak bizonyul arra, hogy a szóban forgó termékeket és szolgáltatásokat megkülönböztesse, azonban az adott megjelölést vagy hasonló jellegű kifejezést az érintett fogyasztók szokásosan használják, a kérelmet a 40/94 rendelet 7. cikke (1)

bekezdésének b) és d) pontja alapján el kell utasítani. Azonban — mint a jelen esetben is — ha a megjelölés eleve nem alkalmas a szóban forgó termékek és szolgáltatások megkülönböztetésére, a megjelölés védjegyként történő lajstromozását a rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján kell elutasítani, anélkül, hogy bizonyítani kellene, hogy azt az érintett vásárlóközönség szokásosan használja.

20 Az Erpo ezzel szemben hangsúlyozza, hogy az OHIM által a megtámadott ítélet 46. pontjával szemben előadott jogalap nem megalapozott. A megtámadott határozat 28. és 42. pontjából kitűnik, hogy az Elsőfokú Bíróság azt az álláspontot képviselte, miszerint a szóban forgó védjegy megkülönböztetőképességét a „Das Prinzip der" szóösszetétel és a „Bequemlichkeit" leíró elem összeillesztése adja. Az érintett szóösszetétel egészét illetően azonban az Elsőfokú Bíróság nem követelte meg az általános használat fennállásának bizonyítását. Az Elsőfokú Bíróság nem állapította meg, hogy a „Das Princip der ..." szóösszetétel alkalmazása a leíró jelleget erősítené. Ebből az Elsőfokú Bíróság arra a megállapításra jutott, hogy a jogvita tárgyát képező határozat nem tartalmazta a lajstromozás megkülönböztetőképesség hiánya miatti elutasításának objektív indokait.

21 Az Erpo továbbá előadja, hogy a fenti jelmondat védjegyként történő lajstromozása nem zárja ki, hogy a versenytársak a „Prinzip" („elv") és „Bequemlichkeit" („kényelem") szavakból álló összetételt használják. A 40/94 rendelet 12. cikkének b) pontja ugyanis ezt megakadályozza. E rendelkezés biztosítja a verseny kellő szintű védelmét annak érdekében, hogy a kérelmezett megjelölés védjegyként történő védelmének kétség esetén történő megadására vonatkozó liberális lajstromozási gyakorlat igazolható legyen.

22 Az Erpo másfelől vitatja, hogy a jelmondatból álló védjegy megkülönböztetőképességéhez az szükséges, hogy pusztán a megjelölés reklámcélján felül az megjelenésében valamilyen többletelemet hordozzon. Az Elsőfokú Bíróság ítélkezési gyakorlatában, illetve az OHIM gyakorlatában már megállapítást nyert, hogy a szlogen reklámcélú használata nem zárja ki, hogy az megkülönböztetőképességgel rendelkezzen.

23 Nagy-Britannia kormánya előadja, hogy a megtámadott ítéletben a megkülönböztetőképességre vonatkozóan kifejtett elemzés ellentétes mind a Bíróság, mind az Elsőfokú Bíróság ítélkezési gyakorlatával. A jelen ügyben az Elsőfokú Bíróság helytelenül alkalmazta a közösségi jogot, amely megköveteli, hogy a megkülönböztetőképesség értékelése során a védjegy természetét is figyelembe vegyék. Ezenkívül az Elsőfokú Bíróságnak a megkülönböztető képesség megállapítása során használt megközelítése is hibás.

24 Nagy Britannia kormányának álláspontja szerint az ítélkezési gyakorlatból az következik, hogy a megkülönböztető képesség feltételének teljesítéséhez a védjegynek egyértelműen azonosítania kell az érintett termékek vagy szolgáltatások kereskedelmi származását. Egy adott megjelölés nem képes biztosítani a származás azonosítását, ha a szóban forgó termék- és szolgáltatásfajták átlagos fogyasztóiban elvárásaik alapján a származást illetően kétségek maradnak.

25 Nagy-Britannia kormánya szerint igaz ugyan, hogy a védjegyek megkülönböztetőképességének értékelése során minden védjegytípusra ugyanazon jogelvek alkalmazandók, azonban az alkalmazás módszerének kiválasztása során figyelembe kell venni az érintett védjegy környezetét és természetét, ahogy az az áru formáját érintő térbeli védjegyekre vonatkozó ítélkezési gyakorlatból kitűnik [Elsőfokú Bíróságnak a T-119/00. sz., Procter & Gamble kontra OHIM ügyben (kék és sárga pöttyös négyszögletes fehér tabletta] 2001. szeptember 19-én [EBHT 2001., I-2761. o.] hozott ítéletének 53–55. pontjai és a T-88/00. sz., Mag Instrument kontra OHIM ügyben 2002. február 7-én hozott [EBHT 2002., II-467. o.] ítéletének 33–35. pontja, valamint a Linde és társai ügyben Ruiz-Jarabo Colomer főtanácsnok által benyújtott indítvány 12. pontja; a C-53/01.–C-55/01. sz. egyesített ügyekben 2003. április 8-án hozott ítélet, [EBHT 2003., I-3161. o.]).

26 Nagy-Britannia kormánya előadja, hogy a jelen ügyben a kérdéses védjegy lényegében reklámjelmondatnak tekinthető, amely azt akarja kifejezni, hogy az érintett termékeket mely elvek szerint gyártották. Márpedig kevésbé valószínű, hogy az átlagos fogyasztó inkább figyelembe vesz egy reklámjelmondatot, különösen

akkor, ha az termékek vagy szolgáltatások meghatározott jellemzőire történő utalást tartalmaz, mint valamely olyan megjelölést, amely kizárólag a termék előállításáért felelős vállalkozásra utal. Azonban, ha egy ilyen jelmondat a fogyasztóban maradandó benyomást kelt annak folytán, hogy használata a kérdéses termékekkel vagy szolgáltatásokkal összefüggésben szokatlan, az átlagos fogyasztó végül a reklámjelmondatot a reklámcélon túl termékek vagy szolgáltatások kereskedelmi származására vonatkozó megjelölésnek tekintheti.

27 Az OHIM fellebbezési tanácsa jogosan vette figyelembe ezt a szempontot. Azonban az Elsőfokú Bíróság a megtámadott ítéletben a védjegy megkülönböztető-képességének értékelése során a védjegy természetét nem vagy nem kellőképpen vette figyelembe.

28 Nagy-Britannia kormánya ezenkívül előadja, hogy abban a tekintetben, hogy a megtámadott ítélet 46. pontja arra utal, hogy a megkülönböztetési képesség hiánya címén az érintett megjelölés védjegyként történő lajstromozását csak akkor lehet elutasítani, ha a „das Prinzip der ..." kifejezést az üzleti kommunikációban és reklámokban rendszeresen használják, az Elsőfokú Bíróság megsértette a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontjában foglaltakat.

29 Álláspontja szerint az Elsőfokú Bíróság összekeverte a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) és c) pontja alkalmazásának követelményeit ugyanezen bekezdés d) pontja alkalmazásának követelményeivel. Ugyanis azon követelmény, amely a lajstromozás elutasítása céljából annak bizonyítását írja elő, hogy a védjegy az adott termékek és szolgáltatások kereskedelmében szokásossá vált, nem az első két, hanem kizárólag az utolsó rendelkezésre vonatkozik (a C-517/99. sz., Merz & Krell ügyben 2001. október 4-én hozott ítélet 35. pontja [EBHT 2001., I-6959. o., 35. pont]). A rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontja, az alkalmazási körük között fennálló nyilvánvaló átfedés ellenére, adott megjelölés lajstromozásának egymástól független elutasítási okait tartalmazza.

A Bíróság álláspontja

30 Bevezetésképpen meg kell jegyezni, hogy az OHIM-nak a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjára alapozott, a védjegy megkülönböztetőképességére vonatkozó egyetlen jogalapja közvetlenül csak a megtámadott ítélet 46. pontját érinti. Azonban ez a pont elválaszthatatlan az azt megelőző 43–45. pontoktól abban az értelemben, hogy az OHIM jogi érvét az ezen pontokban szereplő indokolás egészének fényében kell megvizsgálni. Egyébként maguk a felek és a beavatkozó is ilyen értelmet tulajdonítottak a fellebbezés tárgyának, mivel beadványaikban a megtámadott határozat 43–46. pontját együtt kezelik.

31 A megtámadott ítélet 43–46. pontja a jogvita tárgyát képező határozat 30. és 31. pontját érinti, amely szerint egy jelmondat a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja alapján csak akkor rendelkezik megkülönböztetőképességgel, ha az „fantáziadús jelleggel" sőt „fogalmi feszültségmezővel [rendelkezik], amelynél fogva a kifejezés meglepetést okoz, és amelyre így emlékezni lehet".

32 Az Elsőfokú Bíróság a megtámadott ítélet 43–45. pontjában jogosan utasította el ezen követelmény alkalmazását lényegében arra való hivatkozással, hogy a jelmondatokra nem lehet szigorúbb feltételeket szabni, mint más megjelölésekre.

33 A Bíróság ítélkezési gyakorlatából kitűnik, hogy a megkülönböztetőképesség értékeléséhez az szükséges, hogy minden védjegy — függetlenül típusától — alkalmas legyen a termék azon szempontból történő azonosítására, hogy az meghatározott vállalkozástól származik, illetve arra, hogy így az adott terméket megkülönböztesse más vállalkozások termékeitől (lásd e tekintetben a védjegyekre

vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv 3. cikk (1) bekezdésének b) pontja vonatkozásában [HL 1989. L 40., 1. o., magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1. kötet, 92. oldal], amely rendelkezés megegyezik a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakkal, a fent hivatkozott Linde és társai ügyben hozott ítélet 42. és 47. pontját).

34 A Bíróság kimondta, hogy jóllehet a megkülönböztetőképesség értékelésének szempontjai minden védjegytípusra nézve ugyanazok, a szempontok alkalmazásával összefüggésben előfordulhat, hogy az érintett fogyasztók egyes védjegytípusokat nem szükségszerűen ugyanúgy észlelnek, mint másokat, ennélfogva némely típus esetében a megkülönböztetőképesség megállapítása más típusokhoz képest nehezebbnek bizonyulhat (lásd a C-456/01. P. sz. és a C-457/01. P. sz., Henkel kontra OHIM egyesített ügyekben 2004. április 29-én hozott ítélet (EBHT 2004., I-1725. o.) 38. pontját, a C-468/01. P.-C-472/01. P. sz., Procter & Gamble kontra OHIM egyesített ügyekben hozott ítélet (EBHT 2004., I-1541. o.) 36. pontját és a C-473/01. P. és C-474/01. P. sz., Procter & Gamble kontra OHIM egyesített ügyekben hozott (EBHT 2004., I-5173. o.) ítélet 36. pontját).

35 Nem kizárt, hogy a jelen ítélet előző pontjában említett ítélkezési gyakorlat a jelen ügy által érintetthez hasonló reklámjelmondatként használt szóvédjegyekre is irányadó. Ez különösen akkor fordulhat elő, ha az adott védjegy megkülönböztetőképességének értékelése során megállapítást nyer, hogy a védjegy, pl. az adott termék minőségének dicsérésével, reklámcélokat szolgál, és hogy a termék származásának biztosítását szolgáló szándékolt védjegycélhoz képest e reklámcél nem nyilvánvalóan másodlagos jelentőségű. Ilyen esetben a hatóságok figyelembe vehetik azt a tényt, hogy az átlagos fogyasztók a reklámjelmondat alapján nem szoktak a termék származására következtetni (lásd e tekintetben a fent hivatkozott Procter & Gamble kontra OHIM egyesített ügyekben hozott ítéletek 36. pontját).

36 Azonban bizonyos védjegytípusok, mint például a reklámjelmondatok, megkülönböztetőképessége megállapításának a védjegyek jellegéből adódó nehézségei, amelyek figyelembevétele helytálló, nem indokolják ezen ítélet 32–34. pontjában hivatkozott ítélkezési gyakorlat által értelmezett megkülönböztetőképesség feltételét

kiegészítő vagy attól eltérő meghatározott kritériumok megállapítását. Az Elsőfokú Bíróság jogosan helyezte hatályon kívül a jogvita tárgyát képező határozatot azzal, hogy a reklámjelmondatokból álló védjegyek megkülönböztetőképességének értékelése körében a többitől eltérő, szigorúbb szempontot határozott meg.

37 Miután a megtámadott ítélet 43–45. pontjában az Elsőfokú Bíróság joggal vetette el a vitatott határozatban az érintett védjegy megkülönböztetőképességének értékelésére elfogadott szempontot, a megtámadott ítéletének 46. pontjában az Elsőfokú Bíróság egy másik szempontot alkalmazott, amely szerint a védjegy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti értelemben alkalmas a megkülönböztetésre, feltéve ha bizonyítást nyer, hogy az adott szóösszetételt üzleti kommunikációban és különösen reklámokban rendszeresen használják, amely körülmény fennállását a vitatott határozat nem bizonyította.

38 Kétségtelen, hogy amennyiben bizonyítást nyer, hogy az adott szóösszetételt a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének d) pontja szerinti értelemben üzleti kommunikációban és különösen reklámokban rendszeresen használják, ebből az következik, hogy a megjelölés nem alkalmas adott vállalkozás termékeinek és szolgáltatásainak más vállalkozás termékeitől és szolgáltatásaitól való megkülönböztetésre, és így nem felel meg a védjegy fő céljának, kivéve, ha e jelek vagy adatok a 40/94 rendelet 7. cikkének (3) bekezdése alapján használatuk révén megszerezték a megkülönböztetőképességet (lásd e tekintetben a 89/104 irányelv 3. cikke (1) bekezdésének b) és d) pontja és (3) bekezdésében szereplő azonos rendelkezések vonatkozásában a fent hivatkozott Merz & Krell ügyben hozott ítélet 37. pontját).

39 Azonban a lajstromozásnak a 40/94 rendelet 7. cikkének (1) bekezdésében felsorolt egyes kizáró okai egymástól függetlenek és mindegyik külön vizsgálandó (lásd e tekintetben különösen a fent hivatkozott Henkel kontra OHIM egyesített ügyben hozott ítélet 45. pontját és a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).

40 Ezért tehát nem helytálló a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontjának alkalmazási körét kizárólag azon védjegyekre korlátozni, amelyek lajstromozását a 7. cikk (1) bekezdésének d) pontja alapján azon okból kell elutasítani, hogy azokat üzleti kommunikációban és különösen reklámokban rendszeresen használják.

41 A Bíróság már kimondta, hogy a minőség jelöléséhez vagy a védjegy által jelölt termékek vásárlásának és szolgáltatások igénybevételének ösztönzésére egyébként reklámjelmondatként használt jelekből vagy adatokból álló védjegy ezen használat miatt a védjegyoltalomból nem zárható ki (lásd a fent hivatkozott Merz & Krell ügyben hozott ítélet 40. pontját).

42 Másfelől az ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy egy védjegynek a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti megkülönböztetőképessége azt jelenti, hogy az adott védjegy képes a lajstromozni kívánt terméket meghatározott vállalkozás termékeként azonosítani, és így azt más vállalkozás termékeitől megkülönböztetni, amelynél fogva a védjegy képes fő rendeltetésének megfelelni (lásd e tekintetben különösen a fent hivatkozott Procter & Gamble kontra OHIM egyesített ügyekben hozott ítéltetek 32. pontját és a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot, valamint a 89/104 irányelv 3. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő azonos rendelkezések vonatkozásában a Merz & Krell ügyben hozott ítélet 37. pontját és a Linde és társai ügyben hozott ítélet 40. pontját, illetve a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).

43 Az ítélkezési gyakorlat szerint a megkülönböztetőképességet egyrészről a lajstromozni kért termékek vagy szolgáltatások szempontjából, másrészről a szokásosan tájékozott, illetve ésszerűen figyelmes és körültekintő, az adott termékek és szolgáltatások átlagos fogyasztóiból álló közösség észlelése szempontjából kell megítélni (lásd különösen a fent hivatkozott Procter & Gamble egyesített ügyekben hozott ítélet 33. pontját és a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).

44 Ebből következően a minőség jelöléséhez vagy a védjegy által jelölt termékek vásárlásának és szolgáltatások igénybevételének ösztönzésére egyébként reklámjelmondatként használt jelekből vagy adatokból álló védjegy — amilyen a jelen ügynek is tárgya — megkülönböztetőképességét a jelen ítélet 42. és 43. pontjában kifejtett elvek alapján kell megítélni (lásd e tekintetben, e védjegyeket érintően az Elsőfokú Bíróság T-130/01. sz., Sykes Enterprises kontra OHIM (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS) ügyben 2002. december 5-én [EBHT 2002., II-5179. o.] hozott ítélet 20. pontja és a T-122/01. sz., Best Buy Concepts kontra OHIM (BEST BUY) ügyben 2003. július 3-án hozott ítélet [EBHT 2003., II-2235. o.] 21. pontja).

45 Ezzel összefüggésben el kell tehát vetni az Erpo azon érvelését, miszerint a 40/94 rendelet 12. cikkének b) pontja biztosítja a verseny kellő szintű védelmét annak érdekében, hogy a kérelmezett megjelölés védjegyként történő védelmének kétség esetén történő megadására vonatkozó liberális lajstromozási gyakorlat igazolható legyen. Ezt az érvelést a Bíróság már elutasította azon az alapon, hogy a lajstromozás iránti kérelmek vizsgálatának nem szabad a minimumra korlátozódnia, hanem teljes körűnek és szigorúnak kell lennie annak érdekében, hogy megakadályozza, hogy védjegyek indokolatlanul lajstromozásra kerüljenek, valamint a jogbiztonság és a gondos ügyintézés alapján biztosítsák, hogy ne kerüljenek lajstromozásra olyan védjegyeket, amelyek használatát a bíróságok előtt eredményesen kifogásolni lehet (lásd e tekintetben a C-104/01. sz. Libertel-ügyben 2003. május 6-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-3793. o.] 58. és 59. pontját).

46 Ezért a megtámadott ítélet 46. pontjában annak kimondásával, hogy egy védjegy a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti értelemben nem alkalmas a megkülönböztetésre, kivéve ha bizonyítást nyer, hogy az adott szóösszetételt üzleti kommunikációban és különösen reklámokban rendszeresen használják, amely körülmény fennállását a vitatott határozat nem bizonyította, az Elsőfokú Bíróság nem a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában rögzített szempontot alkalmazta.

47 Ebből következően e kérdésben az Elsőfokú Bíróság tévesen ítélte meg a fenti cikk alkalmazási körét.

48 E körülmények között az OHIM megalapozottan állítja azt, hogy e tekintetben a megtámadott ítélet jogban való tévedést tartalmaz.

49 Azonban meg kell jegyezni hogy e jogban való tévedés a jogvita kimenetelét nem befolyásolja.

50 A jelen ítélet 37. pontjából következően a megtámadott ítélet 43–45. pontja alapján az Elsőfokú Bíróság helytállóan döntött úgy, hogy a vitatott határozatot hatályon kívül helyezi azon az alapon, hogy a megjelölés lajstromozását a vitatott határozat 30. és 31. pontjában említett, a 40/94 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti megkülönböztetőképesség értékelésére vonatkozó hibás szempont, nevezetesen a képzelőerő és az élénk fantázia hiányára való hivatkozással utasították el.

51 A fentiekből következően, a jelen ítélet 48. pontjában megállapított jogban való tévedés ellenére, a megtámadott ítélet rendelkező része megalapozott.

52 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint, ha az Elsőfokú Bíróság ítéletében hivatkozott indokok a közösségi jogba ütköznek, azonban az ítélet rendelkező része egyéb okok miatt megalapozott, a fellebbezést el kell utasítani (lásd a C-265/97. P. sz., VBA kontra Florimex és társai ügyben 2000. március 30-án hozott ítélet [EBHT 2000., I-2061. o.] 121. pontját és a hivatkozott ítélkezési gyakorlatot).

53 Következésképpen az előadott jogalap megalapozatlan, és a fellebbezést el kell utasítani.

A költségekről

54 Az eljárási szabályzat 69. cikkének 2. §-a szerint, amely ugyanezen szabályzat 118. cikke értelmében a fellebbezési eljárásra is alkalmazandó, a Bíróság a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. Mivel az OHIM pervesztes lett, az Erpo kérelmének megfelelően kötelezni kell a költségek viselésére.

55 A fenti szabályzat 69. cikke 4. §-a első pontjának megfelelően az Egyesült Királyság maga viseli saját költségeit.

A fenti indokok alapján a Bíróság a következőképpen határozott:

1) A Bíróság a fellebbezést elutasítja;

2) A Bíróság a Belső Piaci Harmonizációs Hivatalt (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM) kötelezi a költségek viselésére;

3) Nagy Britannia és Észak-Írország Egyesült Királysága maga viseli saját költségeit.

Aláírások