RETTENS DOM (Første Afdeling)

15. september 2009 *

I sag T-471/07,

Wella AG, Darmstadt (Tyskland), ved avocats B. Klingberg og K. Sandberg,

sagsøger,

mod

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved D. Botis, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 24. oktober 2007 (sag R 713/2007-2) af Harmoniseringskontorets Andet Appelkammer vedrørende en territorial udstrækning til Fællesskabets område af beskyttelsen af den internationale registrering af varemærket TAME IT,

* Processprog: engelsk.

har

DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS RET
I FØRSTE INSTANS (Første Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, V. Tiili, og dommerne F. Dehousse og I. Wiszniewska-Białecka (refererende dommer),

justitssekretær: fuldmægtig N. Rosner,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 21. december 2007,

under henvisning til svarskriftet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 19. marts 2008,

efter retsmødet den 17. februar 2009,

afsagt følgende

Dom

Sagens baggrund

1 Den 10. januar 2006 opnåede sagsøgeren, Wella AG, hos Det Internationale Bureau ved Verdensorganisationen for Intellektuel Ejendomsret (WIPO) en international registrering af ordmærket TAME IT for varer i klasse 3 i Nicearrangementet af 15. juni 1957

vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og som svarer til følgende beskrivelse: »Sæbe, parfumerivarer, æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand, tandplejemidler«.

2 Den 20. april 2006 blev Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (herefter »Harmoniseringskontoret«) i medfør af artikel 3c i protokollen til Madridarrangementet om den internationale registrering af varemærker, der blev vedtaget i Madrid den 27. juni 1989 (EUT 2003 L 296, s. 22, herefter »Madridprotokollen«), underrettet om en begæring om territorial udstrækning af beskyttelsen til Fællesskabets område.

3 Den 20. oktober 2006 meddelte Harmoniseringskontoret ex officio foreløbigt afslag på beskyttelse af varemærket TAME IT i Det Europæiske Fællesskab i henhold til artikel 5 i Madridprotokollen og regel 113 i Kommissionens forordning (EF) nr. 2868/95 af 13. december 1995 om gennemførelsesbestemmelser til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 om EF-varemærker (EFT L 303, s. 1), som ændret, for alle varer omfattet af den internationale registrering. Undersøgeren begrundede afgørelsen med manglende særpræg ved varemærket TAME IT i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), som ændret, [nu artikel 7, stk. 1, litra b) i Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26. februar 2009 om EF-varemærker (EUT L 78, s. 1)].

4 Den 21. december 2006 besvarede sagsøgeren de indsigelser, som blev rejst i meddelelsen om foreløbigt afslag.

5 Ved afgørelse af 9. marts 2007 (herefter »undersøgerens afgørelse«) afslog undersøgeren udvidelse af beskyttelsen af varemærket TAME IT til Fællesskabets område for alle varer med den begrundelse, at varemærket manglede fornødent særpræg som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

6 Den 9. maj 2007 indgav sagsøgeren en klage over denne afgørelse til Harmoniseringskontoret i henhold til artikel 57-62 i forordning nr. 40/94 (nu artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009).

7 Ved afgørelse af 24. oktober 2007 (herefter »den anfægtede afgørelse«) gav Andet Appelkammer ved Harmoniseringskontoret delvist medhold i klagen. Appelkammeret fandt i det væsentlige, at de varer, for hvilke der var ansøgt om territorial udstrækning af beskyttelsen til Det Europæiske Fællesskabs område, var almindelige forbrugsvarer, at den relevante offentlighed udgjordes af engelsktalende gennemsnitsforbrugere i Fællesskabet, som er almindeligt oplyste, rimeligt opmærksomme og velunderrettede, at verbet »to tame« bl.a. betyder »blødgøre«, »matere eller holde på« eller »gøre medgørlig«, og at kombinationen af ordene »tame it« var i overensstemmelse med de grammatiske og syntaktiske regler for det engelske sprog. Appelkammeret udledte heraf, at i forhold til hårvand, kosmetiske præparater og æteriske olier — hvoraf de to sidstnævnte kategorier af varer ligeledes kan anvendes til at gøre håret blødere — opfatter den relevante offentlighed udtrykket »tame it« klart, umiddelbart og uden yderligere overvejelser som et udsagn af ren reklamemæssig karakter, som oplyser offentligheden om de forventelige virkninger ved brug af disse varer. Det fastslog, at varemærket TAME IT helt manglede fornødent særpræg som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 i forhold til disse varer. Appelkammeret fastslog derimod, at der ikke kunne godtgøres en forbindelse mellem varemærket TAME IT og »sæbe, parfumerievarer, tandplejemidler«, og at det derfor ikke kunne konkludere, at der i forhold til disse varer manglede fornødent særpræg i henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94. På grundlag af disse forhold gav appelkammeret dels afslag på klagen samt stadfæstede undersøgerens afgørelse, for så vidt som den gav afslag på designering af Det Europæiske Fællesskab i en international registrering af varemærket TAME IT for »æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand«, og dels annullerede det undersøgerens afgørelse og godkendte som en konsekvens heraf designering af Det Europæiske Fællesskab i en international registrering af varemærket TAME IT for »sæbe, parfumerievarer, tandplejemidler«.

Parternes påstande

8 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede afgørelse annulleres, for så vidt som den afviser klagen over undersøgerens afgørelse.

— Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

9 Harmoniseringskontoret har nedlagt følgende påstande:

— Frifindelse.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Retlige bemærkninger

10 Til støtte for sin påstand har sagsøgeren fremført et enkelt anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94. Sagsøgeren har i det

væsentlige gjort gældende, at varemærket TAME IT ikke mangler fornødent særpræg som omhandlet i denne bestemmelse, i forhold til varerne »æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand«.

11 Harmoniseringskontoret har bestridt de af sagsøgeren fremførte argumenter.

12 I henhold til artikel 146, stk. 1, i forordning nr. 40/94 (nu artikel 151, stk. 1, i forordning nr. 207/2009) skal enhver international registrering, hvor Det Europæiske Fællesskab er designeret, fra registreringsdatoen, jf. artikel 3c, stk. 2, i Madridprotokollen, have den samme virkning som en EF-varemærkeansøgning. Artikel 149, stk. 1, i samme forordning (nu artikel 154, stk. 1, i forordning nr. 207/2009) bestemmer, at internationale registreringer, hvor Det Europæiske Fællesskab er designeret, skal gøres til genstand for en undersøgelse af absolutte hindringer for registrering på samme måde som EF-varemærkeansøgninger.

13 I henhold til artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er varemærker, som mangler fornødent særpræg, udelukket fra registrering. Samme forordnings artikel 7, stk. 2 (nu artikel 7, stk. 2, i forordning nr. 207/2009) bestemmer, at stk. 1 finder anvendelse, selv om registreringshindringerne kun er til stede i en del af Fællesskabet.

14 Tegn, der er omfattet af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, anses således for tegn, der er uegnede til at opfylde varemærkets væsentligste funktion, nemlig at angive varens eller tjenesteydelsens oprindelse, således at forbrugeren, der erhverver den vare eller tjenesteydelse, som varemærket betegner, ved en senere erhvervelse kan gentage oplevelsen, hvis den er positiv, eller undgå den, hvis den er negativ (Rettens dom af 27.2.2002, sag T-34/00, Eurocool Logistik mod KHIM (EUROCOOL), Sml. II, s. 683, præmis 37, og af 20.1.2009, sag T-424/07, Pioneer Hi-Bred International mod KHIM (OPTIMUM), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 20).

15 Ifølge fast retspraksis er registrering af et varemærke, der består af tegn eller angivelser, der i øvrigt finder anvendelse som reklameslogans, kvalitetsangivelser eller opfordringer til at købe de varer eller tjenesteydelser, som dette varemærke vedrører, ikke som sådan udelukket på grund af en sådan anvendelse. Imidlertid har et tegn, såsom et reklameslogan, der har andre funktioner end som et varemærke i klassisk forstand, kun fornødent særpræg i den i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 anvendte betydning, hvis det uden videre kan opfattes som en oplysning om den handelsmæssige oprindelse af de pågældende varer eller tjenesteydelser, således at den relevante kundekreds uden risiko for forveksling kan adskille varemærkeindehaverens varer eller tjenesteydelser fra dem, der har en anden handelsmæssig oprindelse (Rettens dom af 3.7.2003, sag T-122/01, Best Buy Concepts mod KHIM (BEST BUY), Sml. II, s. 2235, præmis 21, og af 26.11.2008, sag T-184/07, Avon Products mod KHIM (ANEW ALTERNATIVE), ikke trykt i Samling af afgørelser, præmis 22).

16 Med hensyn til den omstændighed, at der ikke er fornødent særpræg, er det tilstrækkeligt at bemærke, at det semantiske indhold af det omhandlede ordmærke giver forbrugeren en karakteristik af varen for så vidt angår varens handelsværdi, der, uden at blive præciseret, hidrører fra en information, der har karakter af marketing eller reklame, som den relevante kundekreds i første omgang vil opfatte som sådan, snarere end som en angivelse af varens eller tjenesteydelsens handelsmæssige oprindelse (Rettens dom af 30.6.2004, sag T-281/02, Norma Lebensmittelfilialbetrieb mod KHIM (Mehr für Ihr Geld), Sml. II, s. 1915, præmis 31, og af 12.3.2008, sag T-128/07, Suez mod KHIM (Delivering the essentials of life), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 20).

17 Et varemærkes fornødne særpræg skal desuden bedømmes dels i forhold til de varer eller tjenesteydelser, for hvilke varemærket er søgt registreret eller beskyttet på Det Europæiske Fællesskabs område, dels i forhold til opfattelsen af varemærket hos den relevante kundekreds, dvs. gennemsnitsforbrugeren af de pågældende varer eller tjenesteydelser (Rettens dom af 7.2.2002, sag T-88/00, Mag Instrument mod KHIM (lommelygters form), Sml. II, s. 467, præmis 30, og dommen i sagen Delivering the essentials of life, nævnt i præmis 16 ovenfor, præmis 21).

18 Det følger endelig af fast retspraksis, at når der søges om registrering af et EF-varemærke eller om beskyttelse af en international registrering for samtlige varer inden for en kategori uden at skelne mellem disse varer, er den omstændighed, at det

omhandlede varemærke udelukkende i forhold til visse varer inden for kategorien mangler fornødent særpræg, ikke til hinder for, at det omhandlede varemærke anses for at mangle fornødent særpræg i forhold til samtlige varer i denne kategori (jf. i denne retning og analogt Rettens dom af 7.6.2001, sag T-359/99, DKV mod KHIM (Eurohealth), Sml. II, s. 1645, præmis 33, og af 9.7.2008, sag T-304/06, Reber mod KHIM — Chokoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), Sml. II, s. 1927, præmis 92).

19 I det foreliggende tilfælde har sagsøgeren anfægtet appelkammerets afslag på designering af Det Europæiske Fællesskab i den internationale registrering af varemærket TAME IT for varerne »æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand« (herefter »de omhandlede varer«).

20 Indledningsvis og på baggrund af arten af de omhandlede varer, som er almindelige forbrugsvarer, og den omstændighed, at varemærket TAME IT består af ord fra det engelske sprog, bemærkes, appelkammeret med rette fastslog, at den relevante offentlighed består af engelsktalende gennemsnitsforbrugere, hvilket heller ikke er blevet bestridt af parterne. Det er således i forhold til opfattelsen hos en engelsktalende gennemsnitsforbruger, at det skal vurderes, om appelkammeret med rette fastslog, at varemærket TAME IT manglede fornødent særpræg for de omhandlede varer.

21 I den forbindelse bemærkes, som appelkammeret fastslog, for det første, at det engelske verbum »to tame« bl.a. betyder »blødgøre« »matere eller holde på« eller »gøre medgørlig«. Appelkammeret bemærkede desuden, uden at dette blev bestridt af sagsøgeren, at denne på sin internethjemmeside i Det Forenede Kongerige anvendte verbet »to tame« i betydningen »blødgøre« ved markedsføringen af visse af dens hårplejemidler.

22 For det andet, og som sagsøgeren har gjort gældende, kan det neutrale engelske pronomen »it« i teorien have forskellige betydninger og overlader således forbrugeren et vist fortolkningsskøn over, hvad verbet »to tame« henviser til. Som Harmoniseringskontoret imidlertid har anført, følger det af den retspraksis, der er nævnt i præmis 17 ovenfor, at et varemærkes fornødne særpræg ikke skal bedømmes abstrakt, men i forhold til de varer, for hvilke der er søgt beskyttelse af varemærket. I det foreliggende tilfælde er de omhandlede varer hårvand, kosmetiske præparater og æteriske olier. For så vidt angår hårvand er disse pr. definition beregnet til hår. For så vidt angår kosmetiske præparater og æteriske olier inkluderer disse kategorier som påpeget af sagsøgeren ganske vist andre produkter end produkter beregnet til hår. Det forholder sig imidlertid således, at kategorien af kosmetiske præparater generelt omfatter hårvandsprodukter, og at visse typer æteriske olier kan anvendes til at blødgøre håret, således som appelkammeret bemærkede. Vedrørende dette punkt har sagsøgeren i øvrigt alene gjort gældende, at æteriske olier er produkter, som er »usædvanlige« til hårpleje, og at kategorien af kosmetiske præparater omfatter »snarere hudplejeprodukter, […] olier og badesæbe samt sminkeprodukter«, uden at underbygge disse påstande.

23 Som Harmoniseringskontoret imidlertid har bemærket, kan pronominet »it« i det engelske sprog erstattes af ordet »hår«, idet det engelske ord »hair« oftest anvendes i entalsform. I forhold til hårvand, kosmetiske hårpræparater og æteriske olier, som kan anvendes på hår, vil pronomenet »it« opfattes som en henvisning til hår.

24 For det tredje er det ikke bestridt, at udtrykket »tame it« er sammensat i overensstemmelse med de engelske grammatiske og syntaktiske regler. Desuden indeholder udtrykket »tame it« et verbum i imperativ.

25 Det følger heraf, at i forhold til hårvand, kosmetiske hårpræparater og æteriske olier, som kan anvendes til håret, vil varemærket TAME IT hos den gennemsnitlige engelsktalende forbruger opfattes som et pålæg eller en opfordring til at anvende produkterne til at blødgøre eller holde på håret, eller til at gøre håret medgørligt. Det semantiske indhold af varemærket TAME IT indikerer således for den relevante kundekreds en positiv egenskab ved produkterne i relation til deres handelsværdi, for så

vidt som den blødgørende virkning eller evnen til at holde på håret er vigtige funktioner for forbrugeren ved brugen af produkterne.

26 Stillet over for varemærket TAME IT i forhold til hårvand, kosmetiske hårpræparater og æteriske olier vil forbrugeren derfor i første omgang opfatte dette som en salgsfremmende eller reklamemæssig oplysning, som tilskynder forbrugeren til at anvende disse produkter og/eller oplyser forbrugeren om de forventelige virkninger af produktet ved brug, snarere end som en angivelse af deres handelsmæssige oprindelse.

27 Det er med urette, at sagsøgeren har gjort gældende, at fordi verbet »to tame« har forskellige betydninger, hvoraf den væsentligste henviser til tæmning af vilde dyr, bliver den salgsfremmende og reklamemæssige oplysning ikke afgivet på klar, direkte og umiddelbar måde. I overensstemmelse med den ovenfor i præmis 17 nævnte retspraksis er den omstændighed, at verbet »to tame« eller udtrykket »tame it«, bedømt uafhængigt at de omhandlede produkter, har andre betydninger end den, appelkammeret lagde til grund — og såfremt det antages, at beviset herfor kan realitetsbehandles — irrelevant. Af samme grund kan appelkammeret heller ikke kritiseres for at have set bort fra de mange forskellige betydninger, som sammensætningen af ordene »tame« og »it« har.

28 På baggrund af disse betragtninger må det konkluderes, at varemærket TAME IT i forhold til hårvand, kosmetiske hårpræparater og æteriske olier, som kan anvendes til hår, og for så vidt som det tilskynder forbrugeren til at anvende produkterne og/eller oplyser forbrugeren om de forventelige virkninger af produktet ved brug, af den relevante offentlighed umiddelbart opfattes som en reklame, snarere end som en angivelse af den handelsmæssige oprindelse af produkterne. Følgelig var appelkammeret i lyset af det i præmis 18 ovenfor nævnte princip berettiget til at fastslå, at varemærket TAME IT manglede fornødent særpræg for samtlige de omhandlede varer.

29 I denne henseende bemærkes, at i henhold til artikel 44, stk. 1, i forordning nr. 40/94 kan ansøgeren til enhver tid tilbagetage sin ansøgning om registrering af EF-varemærket eller begrænse den deri angivne fortegnelse over varer eller tjenesteydelser. Muligheden for at begrænse fortegnelsen over varer og tjenesteydelser tilkommer således alene EF-varemærkets ansøger, der til enhver tid kan rette en ansøgning herom til Harmoniseringskontoret (Rettens dom af 27.2.2002, sag T-219/00, Ellos mod KHIM (ELLOS), Sml. II, s. 753, præmis 61, og af 10.11.2004, sag T-402/02, Storck mod KHIM (papillotform), Sml. II, s. 3849, præmis 33). I henhold til artikel 149, stk. 1, i forordning nr. 40/94 gør det samme sig gældende inden for rammerne af designering af Det Europæiske Fællesskab i en international registrering.

30 I det foreliggende tilfælde har sagsøgeren haft mulighed for at foretage en sådan begrænsning i henhold til artikel 149, stk. 2, i forordning nr. 40/94 (nu artikel 154, stk. 2, i forordning nr. 207/2009), særligt svaret på den meddelelse om foreløbigt afslag, hvori der i overensstemmelse med regel 112, stk. 1, og regel 113, stk. 1, litra c), i forordning nr. 2868/95 blev indrømmet sagsøgeren en frist på to måneder til at korrigere for de mangler, som lå til grund for det foreløbige afslag — dvs. det manglende fornødne særpræg ved varemærket »TAME IT« i forhold til de varer, som beskyttelsen inden for Det Europæiske Fællesskabs område blev søgt for, idet det blev opfattet som en angivelse af de positive virkninger, som produkterne havde på håret. Sagsøgeren begrænsede imidlertid ikke listen over de varer, for hvilke der blev søgt om beskyttelse af varemærket TAME IT i Fællesskabets område. Følgelig og under henvisning til den i præmis 18 ovenfor nævnte retspraksis kan sagsøgeren ikke nu med rette gøre gældende, at varemærket TAME IT har fornødent særpræg i forhold til visse kosmetiske præparater og visse æteriske olier, som ikke er beregnet til hår.

31 De øvrige argumenter, som sagsøgeren har fremført, kan heller ikke tilbagevise konklusionen, hvorefter varemærket TAME IT mangler fornødent særpræg for samtlige omhandlede varer.

32 Det skal for det første konstateres, at i modsætning til, hvad sagsøgeren har gjort gældende, giver den omstændighed, at udtrykket »tame it« indeholder et verbum i imperativ, ikke varemærket TAME IT fornødent særpræg. Som Harmoniseringskontoret har gjort gældende, er brugen af verber i imperativ sædvanlig inden for salgsfremmende virksomhed. Det styrker derfor umiddelbart den omstændighed, at

varemærket i første omgang opfattes som en salgsfremmende angivelse, som tilskynder den relevante forbruger til en anvendelse af de pågældende produkter og/eller oplyser denne om de forventelige virkninger ved brug af disse.

33 For det andet og i modsætning til sagsøgerens påstande fremgår det ikke af den anfægtede afgørelse, at appelkammeret undervurderede betydningen af det helhedsindtryk, som varemærket TAME IT giver. Appelkammeret henviste nemlig dels til »kombinationen af ord, som udgør det omhandlede tegn« med henblik på at konstatere, at kombinationen var i overensstemmelse med sammensætningen og reglerne for almindelig engelsk udtale, og dels til udtrykket »tame it« i sin helhed med henblik på at konstatere, at det opfattes som et rent reklamemæssigt udsagn. Appelkammeret fastslog ligeledes, at »det er med rette, at [undersøgeren] lagde til grund, at kombinationen af ordene »tame it« mangler fornødent særpræg for så vidt angår [de omhandlede varer]«. Appelkammeret kan således ikke kritiseres for ikke at have taget hensyn til det helhedsindtryk, som varemærket »TAME IT« bevirker hos den relevante offentlighed.

34 For det tredje har sagsøgeren gjort gældende, at den omstændighed, at appelkammeret ikke har givet et eneste eksempel på brug af udtrykket »tame it« med henblik på at betegne de omhandlede varer, viser, at varemærket TAME IT er udmærket egnet til at adskille disse varer fra dem, som har en anden handelsmæssig oprindelse. I den forbindelse er det tilstrækkeligt at bemærke, at selv om den omstændighed, at et varemærke er egnet til at blive anvendt almindeligt i omsætningen til at præsentere de berørte varer eller tjenesteydelser, er et relevant kriterium inden for rammerne af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, har dette kriterium ikke betydning for, hvordan artikel 7, stk. 1, litra b), i samme forordning skal fortolkes (Domstolens dom af 16.9.2004, sag C-329/02 P, SAT.1 mod KHIM, Sml. I, s. 8317, præmis 36, og af 15.9.2005, sag C-37/03 P, BioID mod KHIM, Sml. I, s. 7975, præmis 61 og 62). Det følger heraf, at eftersom appelkammeret fastslog, at varemærket TAME IT manglede fornødent særpræg som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, var det ikke forpligtet til at fremvise sådanne eksempler. Dette argument må således forkastes som irrelevant.

35 Hvad for det fjerde angår argumentet om registreringen af ordmærket TAME for varer i klasse 3 i Nicearrangementet foretaget af United Kingdom Intellectual Property Office (kontoret for intellektuelle ejendomsrettigheder i Det Forenede Kongerige), og såfremt det antages, at argumentet samt det forelagte bevis til støtte derfor kan realitetsbehandles, er det tilstrækkeligt at bemærke, at EF-varemærkesystemet er et selvstændigt system, der består af en helhed af formål og regler, som er særegne for systemet og tilstrækkelige i sig selv, og dets anvendelse er uafhængig af alle nationale systemer (Rettens dom af 5.12.2000, sag T-32/00, Messe München mod KHIM (electronica), Sml. II, s. 3829, præmis 47, og af 21.1.2009, sag T-399/06, giropay mod KHIM (GIROPAY), ikke trykt i Samling af Afgørelser). Spørgsmålet, om et tegn er egnet til at kunne registreres som EF-varemærke, skal således kun bedømmes på grundlag af de relevante fællesskabsretlige bestemmelser. Harmoniseringskontoret og i givet fald Fællesskabets retsinstanser er derfor ikke bundet af en afgørelse truffet i en medlemsstat eller et tredjeland, hvorefter det samme tegn kan registreres som et nationalt varemærke. Det samme er tilfældet, selv hvis en sådan afgørelse er truffet i henhold til en national lovgivning, der er harmoniseret ved Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1), eller i et land, der tilhører det sprogområde, hvori det pågældende ordmærke har sin oprindelse (Rettens dom af 27.2.2002, sag T-106/00, Streamserve mod KHIM (STREAMSERVE), Sml. II, s. 723, præmis 47, og GIROPAY-dommen, præmis 46). Dette argument må således ligeledes forkastes.

36 For det femte bemærkes, at det følger af fast retspraksis, at for så vidt angår et varemærke, der er sammensat af ord, kan en efterprøvelse af det eventuelle særpræg til dels foretages ved en undersøgelse af hver enkelt bestanddel i mærket isoleret betragtet, men spørgsmålet afhænger under alle omstændigheder af en efterprøvelse af den helhed, som de er del af. Det forhold alene, at hver af disse bestanddele taget hver for sig mangler fornødent særpræg, udelukker således ikke, at den kombination, som de udgør, kan have fornødent særpræg (dommen i sagen SAT.1 mod KHIM, nævnt i præmis 34 ovenfor, præmis 28, og Rettens dom af 9.7.2008, sag T-58/07, BYK-Chemie mod KHIM (Substance for Succes), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 18). Da appelkammeret fastslog, at »det ansøgte tegn alene udgøres af den blotte sum af de bestanddele, det udgøres af«, konstaterede det i overensstemmelse med denne retspraksis udelukkende, at varemærket TAME IT ikke havde andre betydninger end den blotte kombination af ordene »tame« og »it«, og at varemærket af denne grund umiddelbart opfattes som en ren reklamemæssig meddelelse af den relevante offentlighed. Denne konstatering havde ikke, som sagsøgeren har påstået, til formål at påpege en manglende kreativitet og fantasi ved varemærket TAME IT. Dette argument må derfor ligeledes forkastes.

37 Det følger af det ovenstående, at det var med rette, at appelkammeret afslog designering af Det Europæiske Fællesskab i den internationale registrering af varemærket TAME IT for æteriske olier, kosmetiske hårpræparater og hårvand på grundlag af registreringshindringen i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

38 Det ene anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 må derfor forkastes som ubegrundet, og Harmoniseringskontoret skal frifindes i det hele.

Sagens omkostninger

39 I henhold til artikel 87, stk. 2, i Rettens procesreglement pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Sagsøgeren har tabt sagen og bør derfor pålægges at betale sagens omkostninger i overensstemmelse med Harmoniseringskontorets påstand herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Første Afdeling):

1) Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) frifindes.

2) Wella AG betaler sagens omkostninger.

Tiili Dehousse Wiszniewska-Białecka

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 15. september 2009.

Underskrifter