YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO
(neljäs jaosto)

14 päivänä kesäkuuta 2007 *

Asiassa T-207/06,

Europig SA, kotipaikka Josselin (Ranska), edustajanaan asianajaja D. Masson,

kantajana,

vastaan

sisämarkkinoiden harmonisointivirasto (tavaramerkit ja mallit) (SMHV), asiamiehenään A. Folliard-Monguiral,

vastaajana,

jossa on kyse kanteesta, joka on nostettu SMHV:n neljännen valituslautakunnan 31.5.2006 tekemästä päätöksestä (asia R 1425/2005-4), joka koskee hakemusta sanamerkin EUROPIG rekisteröimiseksi yhteisön tavaramerkiksi,

* Oikeudenkäyntikieli: ranska.

EUROOPAN YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN
(neljäs jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja H. Legal sekä tuomarit V. Vadapalas ja N. Wahl,
kirjaaja: hallintovirkamies K. Pocheć,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kirjaamoon 4.8.2006 toimitetun kannekirjelmän,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kirjaamoon 21.9.2006 jätetyn vastineen,

ottaen huomioon 1.3.2007 pidetyssä istunnossa esitetyn,

on antanut seuraavan

tuomion

Asian tausta

1 Kantaja, aiemmalta nimeltään Olympig SA, teki sisämarkkinoiden harmonisointivirastolle (tavaramerkit ja mallit) (SMHV) 4.5.2004 hakemuksen, joka koski rekisteröintiä yhteisön tavaramerkiksi yhteisön tavaramerkistä 20.12.1993 annetun, sittemmin muutetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 40/94 (EYVL 1994, L 11, s. 1) nojalla.

2 Rekisteröitäväksi haettu tavaramerkki on sanamerkki EUROPIG.

3 Tavarat, joita varten rekisteröintiä on haettu, kuuluvat tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan 15.6.1957 tehtyyn Nizzan sopimukseen, sellaisena kuin tämä sopimus on tarkistettuna ja muutettuna, pohjautuvan luokituksen luokkiin 29 ja 30, ja ne vastaavat kunkin näiden luokkien osalta seuraavaa kuvausta:

– ”liha, siipikarja (siipikarjan liha); riista; lihauutteet; lihaa ja/tai kasviksia sisältävät einekset, säilykeliha; makkarat; nakit; leikkeleet; savustetut tuotteet; kinkku; silava; rillettes-lihapateet”, jotka kuuluvat luokkaan 29;

– ”lihapateet, pasteijat (leipomotuotteet)”, jotka kuuluvat luokkaan 30.

4 Tutkija hylkäsi yhteisön tavaramerkkiä koskevan hakemuksen asetuksen N:o 40/94 38 artiklan nojalla 28.9.2005 tekemällään päätöksellä.

5 Kantaja valitti tutkijan päätöksestä SMHV:ssä 25.11.2005 asetuksen N:o 40/94 57–62 artiklan nojalla.

6 SMHV:n neljäs valituslautakunta hylkäsi valituksen 31.5.2006 tekemällään päätöksellä (jäljempänä riidanalainen päätös), joka annettiin tiedoksi kantajalle 8.6.2006, sillä perusteella, että EUROPIG-sanamerkki on haetun rekisteröinnin kohteena

olevia tuotteita kuvaileva ja siltä puuttuu erottamiskyky asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b ja c alakohdassa tarkoitetulla tavalla. Lisäksi kantajan esittämien asiakirjojen perusteella ei ole voitu päätellä, että hakemuksen kohteena oleva tavaramerkki on tullut käytössä erottamiskykyiseksi saman asetuksen 7 artiklan 3 kohdassa tarkoitetulla tavalla.

Asianosaisten vaatimukset

7 Kantaja vaatii, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin

– kumoaa riidanalaisen päätöksen

– velvoittaa SMHV:n korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

8 SMHV vaatii, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin

– hylkää kanteen

– velvoittaa kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

Oikeudellinen arviointi

9 Kanteensa tueksi kantaja esittää kolme kanneperustetta, jotka liittyvät asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan, 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan ja 7 artiklan 3 kohdan rikkomiseen.

Ensimmäinen kanneperuste, joka koskee asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan rikkomista

Asianosaisten lausumat

10 Kantaja väittää, että kokonaisuutena ja itsessään tarkasteltuna haettu tavaramerkki ei ole luonteeltaan mitenkään rekisteröintihakemuksessa tarkoitettuja tuotteita kuvaileva.

11 Ensiksi kantaja kiistää valituslautakunnan päätelmän, jonka mukaan sana euro viittaa rekisteröintihakemuksessa tarkoitettujen tavaroiden maantieteelliseen alkuperään tai tuotantonormeihin.

12 Kantajan mukaan sana euro ei nimittäin missään tapauksessa voi kuvata maantieteellistä alkuperää, koska kuluttajille ja vielä vähemmän alan ammattilaisille Eurooppa ei itsessään voi merkitä maantieteellistä alkuperää. Kantaja korostaa myös, että koska sen markkinoimien tuotteiden pakkauksessa on maininta "ranskalaista porsaanlihaa", kukaan ei voi erehtyä euro-osan merkityksestä.

13 Englanninkielinen kohdeyleisö ei myöskään voi mieltää tätä lyhennettä merkiksi siitä, että kyseiset tuotteet on jalostettu voimassa olevien eurooppalaisten standardien mukaisesti. Sertifiointistandardia ei voida käsitellä tavaramerkkioikeuden perusteella, ja lisäksi kuluttajat ja varsinkin alan ammattilaiset tunnistavat jonkin tuotteen vaatimustenmukaisuuden CE tai EC merkistä. Näin ollen sanan euro-osa viittaa Euroopan rahayksikköön ja tuo korkeintaan mieleen Euroopan sen laajassa merkityksessä.

14 Kantaja väittää lopuksi, että jos noudatetaan valituslautakunnan päätelmää, siitä seuraisi, että kiellettäisiin kaikenlainen euro-maininnan käyttäminen tavaramerkin osana. Sen mukaan SMHV on hyväksynyt Euro Ice Cream -tavaramerkin rekisteröimisen tuotteille, jotka kuuluvat luokkiin 30 ja 35, sekä euro-tea-tavaramerkin tuotteille, jotka kuuluvat luokkiin 5 ja 30. Istunnossa kantaja on lisäksi kertonut, että 23.1.2007 SMHV on hyväksynyt numerolla 4 818 043 Europig-kuviomerkin rekisteröimisen. Kantaja haki tätä rekisteröintiä, ja sen mukaan se koskee samoja tuotteita kuin ne, joille tavaramerkkiä on haettu.

15 Kantaja vetoaa toiseksi siihen, että haettu tavaramerkki ei voi olla kuvaileva, koska euro-maininta on liitetty sanaan "pig".

16 Englanninkielinen yleisö nimittäin käyttää kantajan mukaan porsaan lihasta puhuttaessa termiä "pork" eikä "pig". Näin ollen kyseessä olevia tuotteita kuvailevana voitaisiin pitää ainoastaan ilmaisua "european pork". Pig-sanan käyttö voi korkeintaan herättää mielikuvia, mutta se ei missään tapauksessa voi olla asianomaisia tuotteita kuvaileva. Tästä on kantajan mukaan osoituksena se, että EUROPIG-tavaramerkki on rekisteröity Yhdistyneessä kuningaskunnassa 21.12.2004 numerolla 2 380 867 tavaroille ja palveluille, jotka ovat samanlaisia kuin tavaramerkkihakemuksen kohteena olevat tavarat ja palvelut. Samoin ja vastaavasti EUROVEAU-tavaramerkki on kantajan mukaan rekisteröity vuonna 1988 Ranskassa, vaikka ranskalainen kuluttaja ymmärtää välittömästi sanan "veau" (vasikka) merkityksen. Vaikka kansallisten virastojen tekemät päätökset eivät sidokaan SMHV:tä, niiden päätökset ovat kantajan mukaan selvä osoitus siitä, että haettu tavaramerkki ei ole kuvaileva.

17 Kantaja toteaa lopuksi, että kokonaisuutena EUROPIG-tavaramerkillä ei ole tarkkaa, jatkuvaa ja välitöntä merkitystä englanninkieliselle yleisölle eikä sitä tämän perusteella voida pitää asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla kuvailevana. Tätä tavaramerkkiä voidaan sen mukaan päinvastoin tulkita monella eri tavalla. Oikeuskäytännöstä käy kantajan mukaan ilmi, että tämän säännöksen perusteella rekisteröinti voidaan evätä ainoastaan sellaisilta

merkeiltä, jotka kohderyhmään kuuluvat henkilöt voivat mieltää välittömästi ja enempää asiaa pohtimatta sanaksi, jolla kuvaillaan kyseisten tavaroiden tiettyä ominaispiirrettä (asia T-193/99, Wrigley v. SMHV (DOUBLEMINT), tuomio 31.1.2001, Kok. 2001, s. II-417; asia T-359/99, DKV v. SMHV (EuroHealth), tuomio 7.6.2001, Kok. 2001, s. II-1645 ja asia T-334/03, Deutsche Post EURO EXPRESS v. SMHV (EUROPREMIUM), tuomio 12.1.2005, Kok. 2005, s. II-65). Yhteisöjen tuomioistuin on sen mukaan myös todennut, että merkin mahdollista kuvailevuutta tulisi arvioida tarkastelemalla, onko paitsi kukin sana erikseen, myös niiden muodostama kokonaisuus kuvaileva (asia C-383/99 P, Procter & Gamble v. SMHV, tuomio 20.9.2001, Kok. 2001, s. I-6251, 40 kohta).

18 SMHV katsoo, että kun otetaan huomioon kyseisen kohdeyleisön eli englanninkielisen keskivertokuluttajan tapa mieltää sanan osat euro ja pig, valituslautakunta on perustellusti tullut siihen tulokseen, että haettu tavaramerkki oli kyseisiä tuotteita kuvaileva.

19 Ensiksi sanamerkin euro-osasta SMHV väittää, että se tarkoittaa ainakin yhdessä sen mahdollisista merkityksistä kyseisten elintarvikkeiden kannalta merkityksellistä ominaisuutta eli niiden maantieteellistä alkuperää. Lisäksi tämä sanan osa voidaan viraston mukaan ymmärtää viittaukseksi lainsäädäntöön, jota sovelletaan siankasvatuksesta peräisin olevien tuotteiden valmistukseen Euroopan yhteisössä.

20 Toiseksi sanamerkin pig-osasta SMHV toteaa, että se, että englanninkielinen termi "pork" voisi paremmin sopia kuvaamaan elintarvikkeita, ei päde tässä, sillä ei ole suljettu pois, että englanninkieliselle keskivertokuluttajalle termi "pig" kuvaa raaka-ainetta, josta nämä elintarvikkeet on valmistettu.

21 Lopuksi SMHV huomauttaa yhdyssanasta "europig", että se, että kyse on uudissanasta, kuten valituslautakunta on itsekin todennut, ei merkitse, että kyseessä on rakenteeltaan epätavanomaisesti muodostettu keksitty sana.

22 Näin ollen haettu tavaramerkki on pelkkä kahden kuvailevan osatekijän yhdistelmä, jonka luoma vaikutelma ei ole riittävän kaukana vaikutelmasta, jonka sen muodostavien osatekijöiden pelkkä yhdistäminen aiheuttaa. Kantaja ei lisäksi ole osoittanut, että yhdyssana europig on otettu yleiseen kielenkäyttöön ja että se on saanut itsenäisen merkityksen.

Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta

23 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaan seuraavia merkkejä ei rekisteröidä: "tavaramerkit, jotka muodostuvat yksinomaan sellaisista merkeistä tai merkinnöistä, joita voidaan elinkeinotoiminnassa käyttää osoittamaan tavaroiden tai palvelujen lajia, laatua, määrää, käyttötarkoitusta, arvoa tai maantieteellistä alkuperää, tavaroiden valmistusajankohtaa tai palvelujen suoritusajankohtaa taikka muita tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia". Lisäksi saman asetuksen 7 artiklan 2 kohdassa säädetään, että "1 kohtaa sovelletaan, vaikka rekisteröinnin esteet olisivat olemassa ainoastaan osassa yhteisöä".

24 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan säännöksellä pyritään siihen yleisen edun mukaiseen tavoitteeseen, että merkkejä tai merkintöjä, joilla kuvaillaan sentyyppisten tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia, joita varten rekisteröintiä haetaan, on jokaisen saatava vapaasti käyttää (asia C-191/01 P, SMHV v. Wrigley, tuomio 23.10.2003, Kok. 2003, s. I-2447, 31 kohta; asia T-219/00, Ellos v. SMHV (ELLOS), tuomio 27.2.2002, Kok. 2002, s. II-753, 27 kohta; asia T-348/02, Quick v. SMHV (Quick), tuomio 27.11.2003, Kok. 2003, s. II-5071, 27 kohta ja asia T-316/03, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft v. SMHV (MunichFinancialServices), tuomio 7.6.2005, Kok. 2005, s. II-1951, 25 kohta; ks. myös vastaavasti yhdistetyt asiat C-108/97 ja C-109/97, Windsurfing Chiemsee, tuomio 4.5.1999, Kok. 1999, s. I-2779, 25 kohta; asia C-363/99, Koninklijke KPN Nederland, tuomio 12.2.2004, Kok. 2004, s. I-1619, 54 ja 95 kohta ja asia C-265/00, Campina Melkunie, tuomio 12.2.2004, Kok. 2004, s. I-1699, 35 kohta).

25 Lisäksi asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetaan merkkejä, jotka eivät kykene täyttämään tavaramerkille asetettua keskeistä tehtävää eli yksilöimään tavaran tai palvelun kaupallista alkuperää niin, että kuluttaja voi myöhempiä hankintoja tehdessään hankkia lisää kyseisellä tavaramerkillä varustettuja tavaroita tai palveluita, jos hän on pitänyt niitä hyvinä, tai olla hankkimatta niitä, jos hän ei ole tyytyväinen niihin (em. asia ELLOS, tuomion 28 kohta).

26 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetaan nimittäin sellaisia merkkejä ja merkintöjä, joita voidaan kohdeyleisön näkökulmasta katsottuna normaalisti käyttää joko suoraan tai mainitsemalla tavaran tai palvelun oleellinen ominaisuus kuvailtaessa rekisteröintihakemuksen kohteena olevaa tavaraa tai palvelua (asia T-19/04, Metso Paper Automation v. SMHV (PAPERLAB), tuomio 22.6.2005, Kok. 2005, s. II-2383, 24 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

27 Tästä seuraa, että merkin kuuluminen kyseisessä säännöksessä tarkoitetun kiellon alaan edellyttää, että merkin ja niiden tavaroiden tai palvelujen välillä, joita varten rekisteröintiä haetaan, on olemassa riittävän suora ja konkreettinen yhteys, jotta kohdeyleisö voi heti ja ilman lisäpohdintoja havaita kyseessä olevan tavaroiden ja palvelujen tai jonkin niiden ominaisuuden kuvailun (ks. em. asia PAPERLAB, tuomion 25 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

28 Jotta sellaisesta uudissanasta tai sanasta, joka syntyy eri osien yhdistämisestä, muodostuvaa tavaramerkkiä voitaisiin pitää asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla kuvailevana, ei riitä, että kunkin näistä osista todetaan olevan mahdollisesti kuvaileva. Tällainen kuvailevuus on todettava myös uudissanan tai sanan itsensä osalta (ks. em. asia PAPERLAB, tuomion 26 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

29 Tavaramerkki, joka muodostuu sellaisesta uudissanasta tai sanasta, joka puolestaan muodostuu osista, joista jokainen kuvailee niiden tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia, joita varten rekisteröintiä on haettu, itsekin kuvailee näiden tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla, paitsi jos on olemassa havaittavissa oleva ero yhtäältä kyseisen uudissanan tai sanan ja toisaalta niiden osien, joista kyseinen uudissana tai sana muodostuu, pelkän summan välillä. Tämä edellyttää sitä, että sen takia, että yhdistelmä on tavanomaisesta poikkeava kyseisten tavaroiden tai palvelujen osalta, kyseinen uudissana tai sana luo vaikutelman, joka on riittävän kaukana siitä vaikutelmasta, joka syntyy kyseisen uudissanan tai sanan muodostavien osien välittämien ilmausten pelkästä yhdistämisestä, jolloin uudissana tai sana on enemmän kuin kyseisten osien summa. Tältä osin on myös olennaista, että kyseessä olevaa sanaa analysoidaan ottaen huomioon soveltuvat sananmuodostus- ja kielioppisäännöt (ks. em. asia PAPERLAB, tuomion 27 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

30 On myös muistettava, että merkin kuvailevuutta voidaan arvioida vain suhteessa yhtäältä siihen, miten kohdeyleisö käsittää merkin, ja toisaalta kyseessä oleviin tavaroihin tai palveluihin (ks. em. asia MunichFinancialServices, tuomion 26 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

31 Käsittelyn kohteena olevassa asiassa tuotteet, joiden rekisteröintiä on haettu, ovat "liha, siipikarja (siipikarjan liha); riista; lihauutteet, lihaa ja/tai kasviksia sisältävät einekset, säilykeliha; makkarat; nakit; leikkeleet; savustetut tuotteet; kinkku; silava; rillettes-lihapateet", jotka kuuluvat luokkaan 29 sekä "lihapateet; pasteijat (leipomotuotteet)", jotka kuuluvat luokkaan 30.

32 Kuten valituslautakunta on todennut riidanalaisen päätöksen 10 kohdassa, kohdeyleisö, johon nähden kyseistä ehdotonta hylkäysperustetta on arvioitava, muodostuu englanninkielisistä keskivertokuluttajista, mitä kantaja ei ole kiistänyt. Nimittäin yhtäältä tavaramerkkihakemuksessa tarkoitetut sekä tämän alan ammattilaisille että loppukuluttajille osoitetut tuotteet on tarkoitettu yleiseen kulutukseen, ja toisaalta kyseinen merkki on muodostettu englannin kielestä peräisin olevista sanoista.

33 Aluksi on syytä tutkia, onko EUROPIG-merkin ja mainittujen tuotteiden, joita varten rekisteröintiä on haettu, välillä olemassa tämän kohdeyleisön näkökulmasta riittävän suora ja konkreettinen yhteys.

34 Tältä osin on todettava, kuten valituslautakunta on perustellusti huomauttanut, että EUROPIG-merkki on yhdistelmä lyhennyksestä "euro", jolla muiden mahdollisten merkitysten muassa voidaan viitata "eurooppalaiseen", sekä sanasta "pig", jolla tarkoitetaan sikaa. Tämä merkki siis muodostuu yksinomaan sellaisista ilmauksista, joita voidaan käyttää kyseisten tuotteiden tiettyjen ominaisuuksien kuvaamiseen. Kun tämä merkki on liitetty näihin viimeksi mainittuihin, kyseinen kohdeyleisö voi mieltää tämän merkin tosiaankin osoitukseksi siitä, että kyse on tuotteista, jotka on valmistettu sianlihasta ja jotka ovat peräisin Euroopasta. Tätä vastaan ei puhu myöskään se seikka, kuten kantaja väittää, että osilla "euro" ja "pig" voi olla muitakin merkityksiä.

35 Lisäksi uudissana "europig" ei ole rakenteeltaan epätavanomainen, vaan englannin kielen sananmuodostussääntöjen näkökulmasta yleinen. Tavaramerkki, jonka rekisteröintiä on haettu, ei siis herätä kohdeyleisössä vaikutelmaa, joka on riittävän kaukana siitä vaikutelmasta, joka syntyy, kun sen muodostavat kielelliset elementit asetetaan rinnakkain, eli tavaramerkillä ei muuteta yksinkertaisen yhdistelmän merkitystä tai ulottuvuutta.

36 Tästä seuraa, että kokonaisuudessaan tarkasteltuna EUROPIG-merkillä on riittävän suora ja konkreettinen yhteys tuotteisiin, joita rekisteröintihakemus koskee.

37 Yksikään kantajan esittämistä perusteluista ei ole luonteeltaan sellainen, että se asettaisi tämän päätelmän kyseenalaiseksi.

38 Ensiksi on hylättävä väite, jonka mukaan englannin kielessä sianlihaan viitataan sanalla "pork" eikä sanalla "pig", koska sitä eläinlajia, josta sianliha on peräisin, kutsutaan tällä jälkimmäisellä sanalla ja koska asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tuotteen ominaisuuksiin, kuten raaka-aineeseen, josta se on tehty, liittyvät merkinnät määritellään kuvaileviksi.

39 Seuraavaksi on pidettävä tehottomana väitettä, jonka mukaan sanaa "euro" ei voida ymmärtää viittaukseksi tuotteen maantieteelliseen alkuperään sen vuoksi, että pakkauksiin on tehty maininta "ranskalaista sianlihaa". Tätä väitettä esittäessään kantaja viittaa olosuhteisiin, joissa se aikoo pitää kaupan tuotteitaan. Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetun merkin kuvailevuutta tulee kuitenkin arvioida yksilöllisesti suhteessa kuhunkin tavara- ja/tai palvelulajiin, jota varten rekisteröintiä haetaan. Näin ollen merkin kuvailevuuden arvioimiseksi suhteessa määrättyyn tavara- ja/tai palvelulajiin ei ole tarpeellista tietää sitä, onko tavaramerkin hakijalla aikomus toteuttaa tai toteuttaako hän tiettyä markkinointisuunnitelmaa (ks. vastaavasti asia T-355/00, DaimlerChrysler v. SMHV (TELE AID), tuomio 20.3.2002, Kok. 2002, s. II-1939, 42 kohta; asia T-356/00, DaimlerChrysler v. SMHV (CARCARD), tuomio 20.3.2002, Kok. 2002, s. II-1963, 46 kohta ja asia T-358/00, DaimlerChrysler v. SMHV (TRUCKCARD), tuomio 20.3.2002, Kok. 2002, s. II-1993, 47 kohta).

40 Seuraavaksi kantajan sen väitteen osalta, jonka mukaan SMHV on hyväksynyt toisaalta monien sellaisten tavaramerkkien rekisteröinnin, joissa yhtenä sanaosana on "euro", ja toisaalta kuviomerkin Europig rekisteröinnin, riittää, että muistetaan, että vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan päätökset, jotka valituslautakuntien on tehtävä asetuksen N:o 40/94 perusteella ja jotka koskevat merkin rekisteröintiä yhteisön tavaramerkiksi, kuuluvat sidotun harkinnan eivätkä vapaan harkinnan piiriin. Valituslautakuntien päätösten laillisuutta on näin ollen arvioitava yksinomaan tämän asetuksen perusteella, sellaisena kuin yhteisöjen tuomioistuimet ovat sitä tulkinneet, eikä valituslautakuntien aikaisemman päätöksentekokäytännön perusteella (asia C-37/03 P, BioID v. SMHV, tuomio 15.9.2005, Kok. 2005, s. I-

7975, 47 kohta ja asia T-36/01, Glaverbel v. SMHV (Lasilaatan pinta), tuomio 9.10.2002, Kok. 2002, s. II-3887, 35 kohta).

41 Lisäksi kantajan mainitsemat rekisteröinnit koskevat pelkästään kuviomerkkejä, mikä muuttaa merkin rekisteröitävyyden arviointia. Täydentävän kuviollisen osatekijän olemassaolo nimittäin saattaa muuttaa sitä, kuinka tavaramerkki mielletään kokonaisuutena.

42 Lopuksi vielä yhtäältä Yhdistyneessä kuningaskunnassa rekisteröityä EUROPIG-merkkiä ja toisaalta Ranskassa rekisteröityä EUROVEAU-merkkiä koskevan väitteen osalta riittää, että muistetaan, että tavaramerkkejä koskeva lainsäädäntö muodostaa itsenäisen järjestelmän, joka koostuu sille ominaisesta sääntöjen kokonaisuudesta ja sille ominaisista tavoitteista ja jonka soveltaminen on riippumaton kansallisista järjestelmistä (asia T-32/00, Messe München v. SMHV (electronica), tuomio 5.12.2000, Kok. 2000, s. II-3829, 47 kohta). Näin ollen tutkinnan, joka suoritetaan harkittaessa, onko merkki rekisteröitävissä yhteisön tavaramerkiksi, on perustuttava ainoastaan asian kannalta merkitykselliseen yhteisön lainsäädäntöön. Jäsenvaltioiden tasolla tehdyt päätökset ja erityisesti sellaiset niistä, joilla kyseinen merkki on hyväksytty rekisteröitäväksi, eivät siis sido SMHV:tä eivätkä tilanteen mukaan yhteisöjen tuomioistuimia, vaikka nämä voivat ottaa ne huomioon, ja näin on myös siinä tapauksessa, että nämä päätökset on tehty jäsenvaltioiden tavaramerkkilainsäädännön lähentämisestä 21.12.1988 annetulla ensimmäisellä neuvoston direktiivillä 89/104/ETY (EYVL 1989, L 40, s. 1) yhdenmukaistetun kansallisen lainsäädännön perusteella tai maassa, joka kuuluu kielialueeseen, jonka kieleen kyseinen sanamerkki pohjautuu (ks. vastaavasti asia T-322/03, Telefon & Buch v. SMHV – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), tuomio 16.3.2006, Kok. 2006, s. II-835, 30 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

43 Edellä esitetyn perusteella ensimmäinen kanneperuste, joka koskee asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdan rikkomista, on hylättävä.

Toinen kanneperuste, joka koskee asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomista

44 Kantaja katsoo, että haetulla tavaramerkillä on asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu erottamiskyky. Sen mukaan nimittäin ensinnäkään nimitys "europig" ei ole tavallinen suolatun lihan alalla eikä tämän lisäksi yksikään kantajan kilpailijoista käytä tätä nimitystä samanlaisten tai samankaltaisten tuotteiden nimeämiseen, kuin ne, joille tavaramerkkiä on haettu.

45 Tältä osin ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin muistuttaa, että kuten asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdasta selvästi ilmenee, merkkiä ei voida rekisteröidä yhteisön tavaramerkiksi, jos yksikin tässä säännöksessä mainituista ehdottomista hylkäysperusteista on sovellettavissa (asia C-104/00 P, DKV v. SMHV, tuomio 19.9.2002, Kok. 2002, s. I-7561, 29 kohta).

46 Koska ensimmäinen kanneperuste hylättiin, käsiteltävänä olevassa asiassa ei ole syytä tutkia tätä kanneperustetta.

47 Lisäksi vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan sanamerkiltä, joka asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa tarkoitetulla tavalla kuvailee tavaroiden tai palvelujen ominaisuuksia, puuttuu tämän takia väistämättä 7 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu erottamiskyky näiden samojen tavaroiden tai palvelujen osalta (ks. yhdistetyt asiat T-367/02–T-369/02, Wieland-Werke v. SMHV (SnTEM, SnPUR, SnMIX), tuomio 12.1.2005, Kok. 2005, s. II-47, 46 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

48 Tässä tilanteessa toista kanneperustetta, joka koskee asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomista, ei voida hyväksyä.

Kolmas kanneperuste, joka koskee asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohdan rikkomista

Asianosaisten lausumat

49 Kantaja väittää, että toisin kuin valituslautakunnan ratkaisussa todetaan hakemuksen kohteena oleva tavaramerkki on asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohdan mukaisesti tullut käytössä erottamiskykyiseksi.

50 Sen mukaan tästä käytöstä on todisteena sen SMHV:ssä käydyssä menettelyssä esittämät asiakirjat. Sillä seikalla, että näissä asiakirjoissa on kyse kuviomerkistä toisin kuin kyseessä olevassa hakemuksessa, joka koskee sanamerkkiä, ei kantajan mukaan ole ratkaisevaa merkitystä, koska nimitystä "europig" käytetään suullisesti myynnissä, minkä johdosta se on saanut sen graafisesta esitysmuodosta itsenäisen erottamiskyvyn.

51 SMHV väittää, että tavaramerkki voidaan rekisteröidä tämän säännöksen perusteella vain tietyin edellytyksin. Se, että tavaramerkistä tulee käytössä erottamiskykyinen, nimittäin edellyttää, että ainakin merkittävä osa kohdeyleisöstä voi tunnistaa tavaramerkin perusteella tuotteet tietyn yrityksen tuotteiksi. Tämä erottamiskyky on lisäksi osoitettava siinä merkittävässä osassa yhteisöä, jonka osalta tavaramerkiltä puuttui tuo ominaisuus kyseisen asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 1 kohdan b, c ja d alakohdan mukaisesti.

52 Kantajan esittämien asiakirjojen perusteella ei kuitenkaan ole voitu vahvistaa, että hakemuksen kohteena oleva tavaramerkki on tullut käytössä erottamiskykyiseksi. Näitä asiakirjoja ei ensinnäkään ole päivätty tai niiden päiväys on rekisteröintihakemusta myöhäisempi, toiseksi ne koskevat tuotteiden myyntiä sellaisilla maantieteellisillä alueilla, joissa englanti ei ole virallinen kieli, ja kolmanneksi ne koskevat

ainoastaan kuviomerkkiä, joka on erilainen kuin haettu tavaramerkki, tai toiminimeä. Nämä asiakirjat, joiden perusteella ei ole mahdollista määrittää tällä merkillä myytyjen tuotteiden markkinaosuutta, eivät kuitenkaan missään tapauksessa osoita, että englanninkielinen kohdeyleisö mieltää merkin osoitukseksi alkuperästä.

Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta

53 Asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohdan mukaan saman asetuksen 7 artiklan 1 kohdan b, c ja d alakohdassa tarkoitetut ehdottomat hylkäysperusteet eivät estä tavaramerkin rekisteröintiä, jos tavaramerkki on käytössä tullut erottamiskykyiseksi niiden tavaroiden ja palvelujen osalta, joille rekisteröintiä haetaan.

54 Tästä säännöksestä on pääteltävissä, että merkit tai tavaramerkit voivat käytössä tulla erottamiskykyisiksi, vaikka ne eivät itsessään ole erottamiskykyisiä.

55 Direktiivin 89/104 3 artiklan 3 kohdan, jonka normatiivinen sisältö on pääasiallisesti samanlainen kuin asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohdan normatiivinen sisältö, tulkintaa koskevasta oikeuskäytännöstä ilmenee, että erottamiskyvyn saavuttaminen tavaramerkin käytön kautta edellyttää, että ainakin merkittävä osa kohderyhmästä tunnistaa kyseisen tavaramerkin perusteella asianomaiset tavarat tai palvelut tietyn yrityksen tavaroiksi tai palveluiksi. Tilanteita, joissa erottamiskyvyn saavuttamista käytön perusteella koskevan edellytyksen voidaan katsoa täyttyneen, ei kuitenkaan voida määritellä yksinomaan yleisten ja abstraktien tietojen, kuten tiettyjen prosenttiosuuksien perusteella (ks. vastaavasti em. asia Windsurfing Chiemsee, tuomion 52 kohta ja asia C-299/99, Philips, tuomio 18.6.2002, Kok. 2002, s. I-5475, 61 ja 62 kohta; ks. myös asetuksen N:o 40/94 osalta asia T-399/02, Eurocermex v. SMHV (Olutpullon muoto), tuomio 29.4.2004, Kok. 2004, s. II-1391, 42 kohta).

56 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan arvioitaessa, onko tavaramerkki tullut käytössä erottamiskykyiseksi, on syytä huomioida erityisesti sellaiset seikat kuin tällä tavaramerkillä markkinoitujen tavaroiden markkinaosuus, tavaramerkin käyttämisen intensiivisyys, maantieteellinen laajuus ja kesto, se, missä määrin yritys on käyttänyt varoja tavaramerkin tunnetuksi tekemiseen, ja se, missä laajuudessa asianomaisessa kohderyhmässä tunnistetaan tämän tavaramerkin perusteella kyseinen tavara tietyn yrityksen tavaraksi. Tältä osin sopivia todistuskeinoja ovat erityisesti kauppakamarien ja muiden liike-elämän yhteenliittymien antamat lausunnot (em. asia Olutpullon muoto, tuomion 44 kohta; ks. myös vastaavasti ja analogisesti em. asia Windsurfing Chiemsee, tuomion 51 kohta ja em. asia Philips, tuomion 60 kohta).

57 Nämä seikat on otettava huomioon tutkittaessa, onko valituslautakunta rikkonut käsiteltävänä olevassa asiassa asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohtaa arvioidessaan, että tavaramerkkiä, jonka rekisteröintiä on haettu, ei voida rekisteröidä tämän säännöksen perusteella.

58 Tältä osin on todettava, että kaikista kantajien esittämistä asiakirjoista, jotka ovat pääasiassa laskuja ja markkinointijulkaisuja, joko puuttuu päiväys, tai niiden päiväys on tavaramerkin EUROPIG rekisteröintihakemuksen päiväystä, eli 4.5.2004, myöhäisempi. Lisäksi näiden asiakirjojen, jotka koskevat muiden kuin englanninkielisten alueiden myyntejä, perusteella ei voida päätellä, että ainakin merkittävä osa kohdeyleisöstä tunnistaa haetun tavaramerkin perusteella tavarat tai palvelut tietyn yrityksen tavaroiksi tai palveluiksi.

59 Näin ollen valituslautakunta on perustellusti päätellyt, että kantajan esittämät asiakirjat ovat riittämättömiä sen osoittamiseksi, että tavaramerkki, jonka rekisteröintiä on haettu, on tullut erottamiskykyiseksi.

60 Edellä esitetyn perusteella asetuksen N:o 40/94 7 artiklan 3 kohdan rikkomista koskeva kanneperuste on myös hylättävä.

61 Kanne on näin ollen hylättävä kokonaisuudessaan.

Oikeudenkäyntikulut

62 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen työjärjestyksen 87 artiklan 2 kohdan mukaan asianosainen, joka häviää asian, velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut, jos vastapuoli on sitä vaatinut. Koska kantaja on hävinnyt asian, kantaja on velvoitettava korvaamaan oikeudenkäyntikulut SMHV:n vaatimusten mukaisesti.

Näillä perusteilla

YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN (neljäs jaosto)

on ratkaissut asian seuraavasti:

1) Kanne hylätään.

2) Kantaja velvoitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

Legal Vadapalas Wahl

Julistettiin Luxemburgissa 14 päivänä kesäkuuta 2007.

E. Coulon H. Legal

kirjaaja jaoston puheenjohtaja