

1. Hvis en arbejdsgivers anvendelse af anciennitetskriteriet ved lønfastsættelsen har forskellig virkning i forhold til de relevante mandlige og kvindelige arbejdstagere, kræver artikel 141 EF da, at arbejdsgiveren særligt begrundet anvendelsen af dette kriterium? Hvis svaret afhænger af omstændighederne, hvilke omstændigheder er der da tale om?
2. Vil besvarelsen af det foregående spørgsmål blive anderledes, hvis arbejdsgiveren anvender anciennitetskriteriet fra sag til sag, således at der foretages en vurdering af, i hvilket omfang ancienniteten begrundet en højere løn?
3. Kan der foretages nogen relevant sondring mellem anciennitetskriteriets anvendelse på deltidsansatte arbejdstagere og dets anvendelse på fuldtidsansatte arbejdstagere?

Sag anlagt den 25. januar 2005 af Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber mod Den Italienske Republik

(Sag C-21/05)

(2005/C 69/19)

(Processprog: italiensk)

Ved De Europæiske Fællesskabers Domstol er der den 25. januar 2005 anlagt sag mod Den Italienske Republik af Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber ved N. Yerrell og A. Aresu, som befuldmægtigede.

Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber har nedlagt følgende påstande:

1. Det fastslås, at Den Italienske Republik har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 3 i Rådets direktiv 2000/79/EF⁽¹⁾ af 27. november 2000 om iværksættelse af den europæiske aftale om tilrettelæggelse af arbejdstiden for mobile arbejdstagere i civil luftfart, som er indgået af Sæmmenslutningen af Europæiske Luftfartsselskaber (AEA), European Transport Workers' Federation (ETF), European Cockpit Association (ECA), Den Europæiske Organisation for Regionale Luftfartsselskaber (ERA) og Den Internationale Charterflysæmmenslutning (IACA), idet den ikke har udstedt de love og administrative bestemmelser, der er nødvendige for at efterkomme direktivet, eller i hvert fald ikke har underrettet Kommissionen herom.

2. Den Italienske Republik tilpligtes at betale sagens omkostninger

Søagsmålsgrunde og væsentligste argumenter:

Fristen for gennemførelsen af direktivet udløb den 1. december 2003.

(¹) EFT L 302 af 1.12.2000, s. 57.

Appel iværksat den 26. januar 2005 (fax 24.1.2005) af August Storck KG til prøvelse af dom afsagt den 10. november 2004 af De Europæiske Fællesskabers Ret i Første Instans (Fjerde Afdeling) i sag T-396/02, August Storck KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design)

(Sag C-24/05 P)

(2005/C 69/20)

(Processprog: tysk)

Ved De Europæiske Fællesskabers Domstol er der den 26. januar 2005 (telefax: 24.1.2005) iværksat appel af August Storck KG ved Rechtsanwältin Ilse Rohr, Dr. Heidi Wrage-Molkenthin og Dr. Tim Reher, CMS Hasche Sigle, Stadthausbrücke 1-3, D-20355 Hamburg, til prøvelse af dom afsagt den 10. november 2004 af De Europæiske Fællesskabers Ret i Første Instans (Fjerde Afdeling) i sag T-396/02, August Storck KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design).

Appellanten har nedlagt følgende påstande:

1. Dom afsagt den 10. november 2004⁽¹⁾ af Retten i Første Instans (Fjerde Afdeling) i sag T-396/02 ophæves.
2. De påstande, der blev nedlagt i første instans, tiltrædes, og der træffes endelig afgørelse i sagen, subsidiært hjemvises sagen til Retten.
3. Harmoniseringskontoret betaler sagens omkostninger.

Anbringender og væsentligste argumenter:

1. *Tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94*

Retten har begået en retlig fejl, idet den har forlangt, at det ansøgte varemærke adskiller sig væsentligt fra andre sammenlignelige varemærker i den pågældende varesektor. Hvorvidt et varemærke har fornødent særpræg skal imidlertid vurderes ud fra varemærket selv, uafhængig af eventuelle lignende varemærker på markedet.

Det ansøgte varemærke har fornødent særpræg i sig selv. Det forhold, at en forbruger genkender varemærket som et bolsje, er ikke til hinder for, at det samtidig kan tjene som oprindelsesangivelse. Et tredimensionalt varemærke/farvemærke har navnlig en signaliserings- og genkendelsesrolle, når forbrugeren – som på sukkervaremarkedet – står over for et meget stort vareudbud.

2. *Tilsidesættelse af artikel 74, stk. 1, første punktum, i forordning nr. 40/94*

Harmoniseringskontoret var i modsætning til Rettens opfattelse forpligtet til at undersøge og dokumentere, hvilke lignende eller identiske varemærker der i henhold til dets påstand, var på markedet, når det dermed ville begrunde afslaget på varemærkeansøgningen. Harmoniseringskontoret må ikke træffe afgørelse på grundlag af faktiske omstændigheder, der ikke er blevet påberåbt for det, men som det blot antager er til stede. Når Harmoniseringskontoret – i strid med appellansens opfattelse – finder det nødvendigt at vurdere særpræget af de bolsjeformer, der er på markedet, skal det undersøge denne markedsituation.

Retten må heller ikke selv tage stilling til spørgsmål vedrørende faktum, der ikke er blevet underbygget med faktiske oplysninger.

3. *Tilsidesættelse af artikel 73 i forordning nr. 40/94*

Harmoniseringskontoret har som begrundelse for, at det ansøgte varemærke mangler fornødent særpræg, påstået, at der er lignende bolsjeformer på markedet. Appellanten har ikke haft lejlighed at udtale sig om disse bolsjeformer, der påstås at være på markedet, da disse ikke er blevet fremlagt af Harmoniseringskontoret.

Derved er appellansens ret til kontradiktion blevet tilsidesat.

4. *Tilsidesættelse af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 40/94*

Rettens argument om, at de beviser for brug, der var fremlagt, ikke indeholdt noget bevis for brugen af præcist det ansøgte

varemærke, da dette forekommer sammen med andre varemærker, skal forkastes. Det ligger i sagens natur, at et tredimensionalt varemærke optræder sammen med andre varemærker. Alene denne omstændighed kan ikke føre til, at varemærket ikke kan tilkendes fornødent særpræg.

Dobbeltfunktionen af et tredimensionalt varemærke/farvemærke, der består af selve varens form, fører ikke til, at det ikke kan anvendes som varemærke, selv i det tilfælde, hvor det samtidig giver oplysninger om varens udformning.

Inden for rammerne af bevisførelsen for brug skal der tages hensyn til alle de former for kontakt, som forbrugerne har med varemærket. Det er ikke udelukkende afgørende, i hvilket omfang forbrugeren støder på varemærket før eller i købsituationen. Når varemærket opfattes senere, navnlig når det opfattes ved indtagelsen af varen, bidrager også dette til at gøre varemærket kendt.

(¹) EUT C 19 af 22.1.2005.

Appel iværksat den 26. januar 2005 (telefax: 24.1.2005) af August Storck KG til prøvelse af dom afsagt den 10. november 2004 af De Europæiske Fællesskabers Ret i Første Instans (Fjerde Afdeling) i sag T-402/02, August Storck KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design)

(Sag C-25/05 P)

(2005/C 69/21)

(Processprog: tysk)

Ved De Europæiske Fællesskabers Domstol er der den 26. januar 2005 (telefax: 24.1.2005) iværksat appel af August Storck KG ved Rechtsanwälte Ilse Rohr, Dr. Heidi Wrage-Molkenthin og Dr. Tim Reher, CMS Hasche Sigle, Stadthausbrücke 1-3, D-20355 Hamburg, til prøvelse af dom afsagt den 10. november 2004 af De Europæiske Fællesskabers Ret i Første Instans (Fjerde Afdeling) i sag T-402/02, August Storck KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design).