

Kohtuasi T-334/03

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH
versus
Siseturu Ühtlustamise Amet
(kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused)

Ühenduse kaubamärk — Sõnamärk EUROPREMIUM — Absoluutne keeldumis-
põhjus — Kirjeldav kaubamärk — Määruse (EÜ) nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkt c

Esimese Astme Kohtu otsus (kolmas koda), 12. jaanuar 2005 II - 68

Kohtuotsuse kokkuvõte

1. Ühenduse kaubamärk — Ühenduse kaubamärgi mõiste ja ühenduse kaubamärgi omanikuks saamine — Absoluutsed keeldumispõhjused — Kaubamärk, mis koosneb elementidest, mida kasutatakse ühtlasi ka reklaamlausetena — Registreerimise tingimus — Sobilikkus osutatud kaupade või teenuste kaubandusliku päritolu tähisena tajumiseks — Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b alusel toimuv uurimine — Artikli 7 lõike 1 punkt c — Erinevad kohaldamistingimused
(Nõukogu määrus nr 40/94, artikli 7 lõike 1 punktid b ja c)

2. *Ühenduse kaubamärk — Ühenduse kaubamärgi mõiste ja ühenduse kaubamärgi omanikuks saamine — Absoluutsed keeldumispõhjused — Kaubamärk, mis koosneb eranditult märkidest ja tähistest, mis võivad tähistada kauba omadusi — Sõnamärk EUROPREMIUM*

(Nõukogu määrus nr 40/94, artikli 7 lõike 1 punkt c)

1. Sellise ühenduse kaubamärgi registreerimine, mis koosneb märkidest või tähistest, mida kasutatakse ühtlasi ka reklaamlausetena, kvaliteeditähistena või väljenditena, mis meelitavad selle kaubamärgiga tähistatud kaupu ostma või teenuseid tarbima, ei ole sellise sõnakasutuse tõttu iseenesest välistatud, tingimusel et asjaomast kaubamärki peab olema võimalik viivitamatult tajuda viidatud toodete või teenuste kaubandusliku päritolu tähisena, võimaldamaks asjaomastel tarbijatel eristada kaubamärgi omaniku tooteid või teenuseid ilma võimaliku segiajamiseta nendest, mis on toodetud mujal.

kõnealuste toodete ja teenuste olulisi omadusi kujutama spetsiifilisel, täpsel ja objektiivsel viisil.

(vt punktid 38, 39 ja 41)

Sellist kaubamärgiga seonduvat asjaolu, nimelt, et märki võidakse tajuda kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu tähisena, tuleb analüüsida määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b silmas pidades.

Seevastu selleks, et kuuluda määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamisalasse, peab kaubamärk

2. Ei ole näidatud, et sõnamärki EUROPREMIUM, mille registreerimist ühenduse kaubamärgina taotleti eelkõige erinevatest materjalidest valmistatud toodetele, mis on mõeldud pakkimiseks, sorteerimiseks või transportimiseks, reklaamteenuste, ärijuhtimise või sellalase abi ning transpordi- ja laoteenuste jaoks, mis kuuluvad Nizza klassifikatsiooni klassidesse 16, 20, 35 ja 39 ning mida keskmine inglise keelt kõnelev tarbija võib mõista viitena Euroopa päritolu ja kõrgekvaliteedilistele toodetele või teenustele, saab kasutada nimeetatud toodete ja teenuste otseseks tähistamiseks määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c mõttes.

Ühelt poolt ei koosne kõnealune märk elementidest, mis kirjeldaksid taotletud tooteid või teenuseid, kuna eesliide „euro” ei tähista neid ei otseselt ega mõnda nende olulist omadust mainides ning et „premium” on üksnes kiitev sõna, mis võib vihjata omadusele, mida taotleja sooviks oma toodetele omistada, tarbijaid seejuures pakutud toodete või teenuste spetsiifilistest ja objektiivsetest omadustest teavitamata.

Teiselt poolt ei näidata, et sõna „EURO-PREMIUM” tervikuna on või võib olla üldine või tavaline nimetus kõnealuste toodete või teenuste identifitseerimiseks või iseloomustamiseks.

(vt punktid 28, 34, 36, 43, 45 ja 46)