



Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (kaheksas koda)

13. juuni 2012*

Ühenduse kaubamärk — Vastulausemenetlus — Ühenduse sõnamärgi HELLIM taotlus —
Varasem ühenduse kollektiivsõnamärk HALLOUMI — Suhteline keeldumispõhjus —
Segiajamise tõenäosus — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkt b — Õigus olla ära
kuulatud — Määruse nr 207/2009 artikli 63 lõige 2

Kohtuasjas T-534/10,

Organismos Kyriakis Galaktokomikis Viomichanias, asukoht Nikosia (Küpros), esindajad:
advokaadid C. Milbradt ja H. Van Volxem ning hiljem C. Milbradt ja A. Schwarz,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: G. Schneider,

kostja,

teine pool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikoja menetluses oli

Garmo AG, asukoht Stuttgart (Saksamaa),

mille ese on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti neljanda apellatsioonikoja 20. septembri 2010. aasta otsuse peale (asi R 794/2010-4), mis käsitleb Organismos Kyriakis Galaktokomikis Viomichaniase ja Garmo AG vahelist vastulausemenetlust,

ÜLDKOHUS (kaheksas koda),

koosseisus: koja esimees L. Truchot, kohtunikud M. E. Martins Ribeiro (ettekandja) ja H. Kanninen,

kohtusekretär: ametnik J. Weychert,

arvestades 22. novembril 2010 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 21. märtsil 2011 Üldkohtu kantseleisse saabunud vastust,

arvestades 15. aprilli 2011. aasta otsust, millega jäeti rahuldamata repliigi esitamise taotlus,

arvestades 16. novembril 2011 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: saksa.

otsuse

Vaidluse taust

- 1 Garmo AG esitas 24. oktoobril 2005 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet”) nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) (muudetud kujul) (asendatud nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1)) alusel ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse.
- 2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnamärk HELLIM.
- 3 Kaubad, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 29 ning vastavad järgmisele kirjeldusele: „piim ja piimatooted”.
- 4 Ühenduse kaubamärgitaotlus avaldati 3. aprilli 2006. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 14/2006.
- 5 Hageja Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias esitas 26. juunil 2006 määruse nr 40/94 artikli 42 (nüüd määruse nr 207/2009 artikkel 41) alusel taotletava kaubamärgi registreerimisele eespool punktis 3 nimetatud kaupade jaoks vastulause.
- 6 Vastulause põhines varasemal ühenduse kollektiivsel sõnamärgil, mille registreerimist taotleti 22. veebruaril 1999 ja mis registreeriti 14. juulil 2000 numbri 1082965 all kaupadele klassis 29, mis vastavad järgmisele kirjeldusele: „juust”.
- 7 Vastulause tugines määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punktis b (nüüd määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkt b) osutatud põhjendusele.
- 8 Vastulausete osakond lükkas 10. märtsi 2010. aasta otsusega vastulause tagasi põhjendusel, et asjaomaste kaupade identsusest või sarnasusest hoolimata ei ole tähiste HELLIM ja HALLOUMI segiajamine tõenäoline. Vastulausete osakond leidis, et vastandatud tähised ei ole visuaalselt ega foneetiliselt sarnased. Kontseptuaalselt on tähised tarbija jaoks teatud määral sarnased, kuna mõlemaid mõisteid kasutatakse konkreetse juustusordi tähistamiseks. Lisaks on varasema kaubamärgi eristusvõime Küprosel nõrk, sest mõiste „halloumi” tähistab erilist Küprose juustu. Kuna varasem kaubamärk on kirjeldav, kompenseerivad kontseptuaalse sarnasuse vastandatud tähiste visuaalsed ja foneetilised erinevused, mistõttu vastulausete osakonna arvates segiajamise tõenäosust ei esine.
- 9 Hageja esitas 7. mail 2010 määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel ühtlustamisametile vastulausete osakonna otsuse peale kaebuse.
- 10 Ühtlustamisameti neljas apellatsioonikoda lükkas 20. septembri 2010. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus”) kaebuse tagasi. Esiteks nõustus apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 18 vastulausete osakonna järeldusega, mida pooled ei ole vaidlustanud, et kõnealused kaubad on identsed või sarnased. Teiseks nentis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktides 21 ja 22, et vastandatud tähiste visuaalne ja foneetiline sarnasus on nõrk. Apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktis 23 kontseptuaalse sarnasuse kohta, et kuna türgi keel ei ole Euroopa Liidu ametlik keel, siis ei ole sõna „hellim” võimalik tähendus türgi keeles segiajamise tõenäosuse hindamisel oluline. Isegi kui oletada, et avalikkus teab, et tegemist on erilise Küprose juustuga, ei ole sellel tähtsust, kuna nimetatud sõnal on lihtsalt kirjeldav tähendus, mida ei saa võtta tähiste võrdlemisel aluseks. Kontseptuaalse võrdluse tulemus on seega neutraalne. Kolmandaks leidis apellatsioonikoda

vaidlustatud otsuse punktis 26 segiajamise tõenäosuse kohta, et asjaolust, et varasem kaubamärk on kollektiivne, ei tulene, et kõnealusel kaubamärgil on keskmine eristusvõime. Apellatsioonikoda märkis, et kollektiivne kaubamärk eristub individuaalsest kaubamärgist asjaolu poolest, et selle suhtes ei kohaldata kirjeldava geograafilise tähise registreerimisest keeldumise põhjust, sest kollektiivne kaubamärk eristab kaupu, mida kaitstakse lähtuvalt sellest, et need on pärit piirkondlike tootjate organisatsioonilt. Arvestades varasema kaubamärgi nõrka eristusvõimet ning vastandatud tähiste vähest visuaalset ja foneetilist sarnasust, asus apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 30 seisukohale, et segiajamise tõenäosust ei esine, olgugi et kaubad on identsed ja sarnased.

Poolte nõuded

- 11 Hageja palub Üldkohtul:
 - tühistada vaidlustatud otsus;
 - mõista kohtukulud, kaasa arvatud apellatsioonikoja menetluses tekkinud kulud, välja ühtlustamisametilt.
- 12 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:
 - jätta hagi rahuldamata;
 - mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

- 13 Hageja esitab oma hagi põhjenduseks kaks väidet, mille kohaselt on rikutud esiteks määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b, kuna esineb segiajamise tõenäosus, ja teiseks on rikutud nimetatud määruse artikli 63 lõiget 2, kuna on rikutud hageja õigust olla ära kuulatud.

Esimene väide, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist

- 14 Hageja vaidlustab peamiselt apellatsioonikoja järeldused, mille kohaselt esiteks on vastandatud tähistel vähene visuaalne ja foneetiline sarnasus ja teiseks, et nende kontseptuaalse võrdlemise tulemus on neutraalne.
- 15 Määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, „kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada; segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et kaubamärk seostatakse varasema kaubamärgiga”.
- 16 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on segiajamine tõenäoline, kui avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt (vt Üldkohtu 10. septembri 2008. aasta otsus kohtuasjas T-325/06: Boston Scientific vs. Siseturu Ühtlustamise Amet – Terumo (CAPIO), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 70 ja seal viidatud kohtupraktika; vt analoogia alusel ka Euroopa Kohtu 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, punkt 29, ja 22. juuni 1999. aasta otsus kohtuasjas C-342/97: Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, lk I-3819, punkt 17).
- 17 Lisaks tuleb avalikkuse poolt segiajamise tõenäosust hinnata igakülgset, arvestades kõiki konkreetsetes asjas tähtsust omavaid tegureid (vt eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus CAPIO, punkt 71 ja seal viidatud kohtupraktika; vt analoogia alusel ka Euroopa Kohtu 11. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-251/95: SABEL, EKL 1997, lk I-6191, punkt 22; eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus Canon, punkt 16, ja eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 18).

- 18 Segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine eeldab arvesse võetavate tegurite teatavat vastastikust sõltuvust, eriti asjaomaste kaubamärkide sarnasuse ja nendega tähistatavate kaupade või teenuste vastastikust sõltuvust. Nii võib tähistatavate kaupade või teenuste vähese sarnasuse kompenseerida kaubamärkide suur sarnasus ning vastupidi (Euroopa Kohtu 13. septembri 2007. aasta otsus kohtuasjas C-234/06 P: *Il Ponte Finanziaria vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, EKL 2007, lk I-7333, punkt 48; Üldkohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsus kohtuasjas T-6/01: *Matratzen Concord vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Hukla Germany (MATRATZEN)*, EKL 2002, lk II-4335, punkt 25, ja vt analoogia alusel ka eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus *Canon*, punkt 17). Nimetatud tegurite vastastikune sõltuvus ilmneb määruse nr 207/2009 põhjendusest 8, mille kohaselt tuleb sarnasuse mõistet tõlgendada seoses segiajamise tõenäosusega, mille hindamine sõltub mitmest tegurist ja eelkõige kaubamärgi tuntusest turul, seostest, mis võivad kasutatava või registreeritud tähisega tekkida, ning kaubamärgi ja tähise ning nendega tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse astmest (vt eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus *CAPIO*, punkt 72 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 19 Kuna segiajamise tõenäosus on seda suurem, mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk, on kaubamärkidel, mis on eriti eristusvõimelised, tulenevalt kas nende olemusest või nende tuntusest turul palju ulatuslikum kaitse kui nendel, mis on vähem eristusvõimelised (vt eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, punkt 20 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 20 Seega võib määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b kohane segiajamise tõenäosus esineda kaubamärkide vähesest sarnasusest hoolimata, kui sellega kaitstud kaupade ja teenuste sarnasus on suur ja varasema kaubamärgi eristusvõime on tugev (vt eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, punkt 21 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 21 Lõpuks tuleb meenutada, et segiajamise tõenäosuse igakülgse hindamise puhul eeldatakse, et asjaomaste kaupade keskmine tarbija on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Peale selle tuleb arvestada asjaoluga, et keskmisel tarbijal on harva võimalik erinevaid kaubamärke otseselt võrrelda, vaid ta peab usaldama neist jäänud ebatäiuslikku mälu pilti. Samuti tuleb silmas pidada, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse aste võib eri liiki kaupade ja teenuste puhul olla erinev (Üldkohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsus kohtuasjas T-104/01: *Oberhauser vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Petit Liberto (Fifties)*, EKL 2002, lk II-4359, punkt 28; 30. juuni 2004. aasta otsus kohtuasjas T-186/02: *BMI Bertollo vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Diesel (DIESELIT)*, EKL 2004, lk II-1887, punkt 38, ja vt analoogia alusel ka eespool punktis 16 viidatud kohtuotsus *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, punkt 26).
- 22 Apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktis 17 õigesti, ning hageja ei ole seda vaidlustanud, et käesoleval juhul on asjaomane avalikkus Euroopa Liidu lai avalikkus, sest esiteks on kõnealused kaubad igapäevased toiduained ja teiseks on varasem kaubamärk ühenduse kaubamärk.

Tähiste võrdlus

- 23 Esiteks tuleb tähiste visuaalse sarnasuse kohta märkida, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse punktist 21, et vastandatud tähistel on sama esitäht, st täht „h”, ning sellele järgnevad tähed „ll” ning tähised sisaldavad sõna lõpus tähti „i” ja „m”, kuid erinevas järjestuses, st „mi” ja „im”. Samas võib vastavate sõnade ülesehituse erinevusi, erinevate vokaalide kasutamist ning tähtede järjekorrast ja pikkusest tulenevaid visuaalseid erinevusi igakülgset hinnates asuda seisukohale, nagu vastulausete osakond on juba eelnevalt nentunud, et vastandatud tähised ei ole igakülgse hindamise põhjal visuaalselt sarnased (vt selle kohta Üldkohtu 9. aprilli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-224/01: *Durferrit vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Kolene (NU-TRIDE)*, EKL 2003, lk II-1589, punkt 46).
- 24 Selles osas ei saa nõustuda hageja argumendiga, et tähiste visuaalse sarnasuse aste on keskmine, sest varasemas kaubamärgis esinevast kuuhest tähest viis esinevad ka taotletud kaubamärgis, st tähed „h”, „i” ja „m” ning kaks „l” tähte, kuna vastandatud tähiseid moodustavaid erinevaid elemente tuleb hinnata igakülgset, eelkõige silmas pidades tähiste ülesehitust ja pikkust ning nendes tähistes leiduvate tähtede paigutust.

- 25 Teiseks, foneetilise sarnasuse puhul on õige, mida märkis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 22, et taotletud kaubamärk koosneb kahest silbist, samas kui varasem kaubamärk sisaldab kolme silpi. Lisaks on erinev vastandatud tähiste vastavate silpide kõla. Välja arvatud vastandatud tähiste esimesed silbid, st „he” ja „ha”, mida võib pidada teatud määral sarnaseks, on järgmised silbid erinevate täishäälikute kasutamise tõttu, eelkõige neis sisalduvate tähtede järjekorda ja arvu silmas pidades, väga erinevad, mistõttu igakülgset hinnates ei saa asuda seisukohale – mida vastulausete osakond on juba eelnevalt nentunud –, et vastandatud tähised on foneetiliselt sarnased (vt eespool punktis 23 viidatud kohtuotsus NU-TRIDE, punkt 47).
- 26 Selles osas lisa hageja kohtuistungil, et apellatsioonikoja esitatud hinnang oli ekslik, kuna tema arvates hääldab osa asjaomasest avalikkusest sõna „hellim” kui „hellimi”. Tegelikult on Küprose avalikkusel kalduvus lisada üks täishäälik selliste sõnade lõppu, mis seda ei sisalda. Sellest tulenevalt on tähistel keskmine foneetilise sarnasuse aste.
- 27 Ühtlustamisamet väidab, et haldusmenetluses sellist faktiväidet ei esitatud ja tegu on uue väitega.
- 28 Selles osas tuleb meenutada, et vastavalt määruse nr 207/2009 artikli 76 lõikele 1 on registreerimisest keeldumise suhteliste põhjustega seotud menetlus piiratud poolte esitatud väidete ja nõuetega. Järelikult ei mõjuta suhtelise keeldumispõhjuse puhul ühtlustamisameti apellatsioonikoja otsuse õiguspärasust need Üldkohtule esitatud õiguslikud ja faktilised asjaolud, mida eelnevalt ei ole ühtlustamisameti apellatsioonikojale esitatud (Euroopa Kohtu 13. märtsi 2007. aasta otsus kohtuasjas C-29/05 P: Siseturu Ühtlustamise Amet vs. Kaul, EKL 2007, lk I-2213, punkt 54; Üldkohtu 15. veebruari 2005. aasta otsus kohtuasjas T-169/02: Cervecería Modelo vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Modelo Continente Hipermercados (NEGRA MODELO), EKL 2005, lk II-505, punkt 22, ja Üldkohtu 17. märtsi 2010. aasta otsus kohtuasjas T-63/07: Mäurer + Wirtz vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Exportaciones Aceiteras Fedeoliva (tosca de FEDEOLIVA), EKL 2010, lk II-957, punkt 22).
- 29 Järelikult ei ole määruse nr 207/2009 artikli 65 alusel Üldkohtu pädevuses oleva ühtlustamisameti apellatsioonikoja otsuste õiguspärasuse kontrollimise käigus lubatud uurida õiguslikke ja faktilisi asjaolusid, mis on esitatud Üldkohtus, kuid mida ei ole eelnevalt ühtlustamisameti üksustele esitatud, andmaks hinnangut apellatsioonikoja otsuse õiguspärasusele, ning seega tuleb need tunnistada vastuvõetamatuks (eespool punktis 28 viidatud kohtuotsus NEGRA MODELO, punktid 22 ja 23, ning eespool punktis 28 viidatud kohtuotsus FEDEOLIVA, punkt 23).
- 30 Samas ei ilmne ühtlustamisameti toimikust, et hageja oleks haldusmenetluses väitnud, et Küprose avalikkus lisab sõna „hellim” hääldusele sõna lõppu „i”. Lisaks, kui vastulausete osakond märkis erinevalt apellatsioonikojast, et vastandatud tähised ei ole mingil moel foneetiliselt sarnased, oleks hageja pidanud oma kaebuse menetlemise käigus apellatsioonikojas esile tooma, et taotletud kaubamärki võidakse hääldada kui „hellimi”, hageja ei ole seda aga teinud.
- 31 Järelikult tuleb vastavalt eespool punktides 28 ja 29 viidatud kohtupraktikale hageja poolt alles suulises menetluses esitatud argument vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata.
- 32 Lisaks tuleb sedastada, et hageja ei ole veenvate tõenditega kinnitanud, et Küprose avalikkus hääldab sõna „hellim” kui „hellimi”.
- 33 Isegi kui eeldada, et hagejal on õigus esitada see argument hagiavalduses, nagu ta väidab, tuleb igal juhul märkida, et nimetatud argument on kõnealuses konkreetses küsimuses sõnastatud nii: „Lisaks võib küsida millisest keelest apellatsioonikoda lähtus, kui ta järeldas, et sõnas „Hellim” kõlavad vokaalid selgemalt kui sõnas „Halloumi”. Inglise keeles meenutab tähe „a” hääldus häälikut „e”, mis suurendab märkimisväärselt kõlalist sarnasust.
- 34 Vastupidi kohtuistungil esitatud hageja väidetele ei ilmne sellest selgitusest mingil moel, et hageja tugines sellele, kuidas Küprose avalikkus sõna „hellimi” väidetavalt hääldab.

- 35 Lisaks tuleb sedastada, et kui hageja kavatses Üldkohtus tugineda sellele, kuidas Küprose avalikkus seda sõna väidetavalt hääldab, siis oleks ta tingimata vaidlustanud vaidlustatud otsuse punktis 22 esitatud apellatsioonikoja järelduse foneetilise sarnasuse hindamise kohta, mille kohaselt varasem kaubamärk sisaldab kolme silpi, kuid taotletud kaubamärk koosneb kahest silbist, sest vastupidi sõnale „hellim” koosneb sõna „hellimi” kolmest silbist, st silpidest „hel”, „li” ja „mi”. Hageja ei ole aga seda järeldust vaidlustanud ka mitte hagiavalduses.
- 36 Kolmandaks, kontseptuaalse sarnasuse kohta nentis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 23, et kontseptuaalse võrdlemise tulemus on neutraalne. Selles osas tõdes apellatsioonikoda kõigepealt, et türgi keel ei ole Euroopa Liidu ametlik keel, mistõttu türgikeelse sõna „hellim” võimalik tähendus ei ole segiajamise tõenäosuse hindamisel oluline. Seejärel leidis apellatsioonikoda, et isegi kui avalikkus teab, et tegemist on erilise Küprose juustuga, ei ole see tähiste sarnasuse hindamisel oluline, kuna sellel sõnal on lihtsalt kirjeldav tähendus, mida ei saa kasutada tähiste võrdlemisel.
- 37 Selle hinnanguga ei saa nõustuda.
- 38 Nagu ühtlustamisamet oma vastuses möönis, on hoolimata sellest, et türgi keel ei ole Euroopa Liidu ametlik keel, see siiski üks Küprose Vabariigi ametlikest keeltest. Sellest järeldub, et osa Küprose elanikkonnast mõistab ja räägib türgi keelt.
- 39 Kontseptuaalse sarnasuse osas tuleb arvesse võtta liidu territooriumil asuvate tarbijate arusaama, mille kohaselt on neil kahel sõnal üks tähendus.
- 40 Vaidlusaluseid tähiseid moodustavate sõnade täpse tähenduse analüüsi kohta tuleb aga märkida, et kontseptuaalne võrdlus ei saa olla neutraalne, kui asjaomase avalikkuse keeles on tähistel üks konkreetne tähendus (vt *a contrario* Üldkohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsus kohtuasjas T-388/00: Lernsysteme vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Educational Services (ELS), EKL 2002, lk II-4301, punkt 74).
- 41 Käesoleval juhul ei ole vaidlust selles, et kreekakeelne sõna „halloumi” tõlgitakse türgi keelde sõnaga „hellim”. Seda asjaolu silmas pidades ei saa väielda vastu sellele, et Küprosel, kus kreeka ja türgi keel on ametlikeks keelteks, mõistab keskmine tarbija, et sõnad „halloumi” ja „hellim” viitavad mõlemad konkreetsele Küprose juustusordile (vt selle kohta Üldkohtu 9. märtsi 2005. aasta otsus kohtuasjas T-33/03: Osotspa vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Distribution & Marketing (Hai), EKL 2005, lk II-763, punkt 51, ja kollektiivse kaubamärgi Rioja ja taotletud kaubamärgi Riojavina kohta Üldkohtu 9. juuni 2010. aasta otsus kohtuasjas T-138/09: Muñoz Arraiza vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja (RIOJAVINA), EKL 2010, lk II-2317, punkt 52).
- 42 Järelikult esineb käesoleval juhul teatav kontseptuaalne sarnasus, mis ilmneb alles siis, kui tähised eelnevalt tõlkida (vt selle kohta eespool punktis 41 viidatud kohtuotsus Hai, punkt 53).
- 43 Niisiis tuleb kontrollida, kas puudub tõenäosus, et vastandatud tähiseid võidakse ajada segi, nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses leidis.

Segiajamise tõenäosus

- 44 Kohtupraktikast ilmneb, et esiteks on segiajamise tõenäosus seda suurem, mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk. Seega ei saa välistada, et kontseptuaalne sarnasus, mis tuleneb asjaolust, et kaubamärkides on kasutatud tähiseid, mis on semantilise sisu poolest identsed, võib kaasa tuua segiajamise tõenäosuse juhul, kui varasem kaubamärk on eriti eristusvõimeline tulenevalt kas oma olemusest või selle tuntusest turul (vt eespool punktis 41 viidatud kohtuotsus Hai, punkt 56 ja seal viidatud kohtupraktika; eespool punktis 17 viidatud kohtuotsus SABEL, punkt 24, ja Üldkohtu 18. veebruari 2004. aasta otsus kohtuasjas T-10/03: Koubi vs. Siseturu Ühtlustamise Amet - Flabesa (CONFORFLEX), EKL 2004, lk II-719, punkt 50).

- 45 Teiseks ei piisa väljakujunenud kohtupraktika kohaselt kaubamärkide vahel segiajamise tõenäosuse tekitamiseks lihtsast kontseptuaalsest sarnasusest juhul, kui varasem kaubamärk pole eriti tuntud ning koosneb väheseid fantaasiaelemente sisaldavast tähisest (vt eespool punktis 17 viidatud kohtuotsus SABEL, punkt 25, ja eespool punktis 41 viidatud kohtuotsus Hai, punkt 55).
- 46 Apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuse punktides 25–27 sisuliselt, et sõna „hallowmi” kirjeldav tähendus nõrgendab varasema kaubamärgi eristusvõimet, sest varasem kaubamärk kirjeldab asjaomast kaupa, st juustu. Vaidlustatud otsuse punkti 27 kohaselt kirjeldab see tähis „sellega tähistatud juustu olemust ja sorti, mitte selle geograafilist päritolu ega muid piirkondlikest eripäradest tingitud omadusi”.
- 47 Hageja väidab seevastu, et ei ole piisavalt arvestatud eripäradega, mis tulenevad asjaolust, et varasem kaubamärk on kollektiivne kaubamärk, mis ei tähista mitte üksnes juustu, mis pärineb teatud ettevõtjalt, st asjaomase organisatsiooni liikmetelt, vaid samuti ja tingimata seda, et kõnealusel juustul on kindel geograafiline päritolu (seotud konkreetse tootmiskohaga, valmistatud Küprosel toodetud piimast erilise retsepti alusel). Seega ei või üksnes määruse nr 207/2009 artikli 66 lõikes 2 sätestatud tingimustel taotletava kollektiivse kaubamärgi eripära kahjustada hageja huve või tingida kõnealuse kaubamärgi eristusvõime nõrgenemist, vaid peavad pigem viima järeldusele, et kaubamärk on vähemalt keskmiselt eristusvõimeline.
- 48 Seda mõttekäiku ei saa õigeks pidada.
- 49 Kõigepealt tuleb märkida, et tegelikult näeb määruse nr 207/2009 artikli 66 lõige 2 ette selle määruse artikli 7 lõike 1 punktis c esitatud kaubamärgi registreerimisest keeldumise põhjuse suhtes tehtava erandi, mida tuleb tõlgendada kitsalt (Üldkohtu 17. mai 2011. aasta otsus kohtuasjas T-341/09: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Txakoli de Álava jt vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (TXAKOLI), EKL 2011, lk II-2373, punkt 35).
- 50 Kuigi on tõsi, nagu ühtlustamisamet õigesti märkis, et määruse nr 207/2009 artikli 66 lõige 2 lubab registreerida kollektiivseid kaubamärke olenemata sellest, et nad kuuluvad nimetatud määruse artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamisalasse, sätestab nimetatud määruse artikli 66 lõike 2 teine lause sõnaselgelt, et kollektiivne kaubamärk ei anna omanikule õigust keelata kolmandatel isikutel selliste märkide või tähiste kasutamist kaubanduses, kui kolmandad isikud kasutavad neid hea tööstus- ja äritava kohaselt; eelkõige ei tohi sellise tähise kasutamist keelata kolmandal isikul, kellel on õigus kasutada geograafilist nimetust.
- 51 Silmas pidades vajadust tõlgendada määruse nr 207/2009 artikli 66 lõiget 2 kitsalt, on kaubamärgi omandamise tingimusi leevendatud üksnes kaubamärgi registreerimise etapis niivõrd, kuivõrd erandina määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktist c võib kirjeldavaid kaubamärke registreerida.
- 52 Vastupidi hageja väidetele ei saa kollektiivse kaubamärgina registreerimisest iseenesest seega tekkida eeldust, et taotletav kaubamärk on keskmiselt eristusvõimeline, kuna varasema kaubamärgi eristusvõimet tuleb pidada nõrgaks, nagu apellatsioonikoda õigesti märkis.
- 53 Selles osas tuleb meenutada, et isegi kui varasema kaubamärgi eristusvõime on nõrk, võib segiajamise tõenäosus esineda ikkagi juhul, kui asjaomased kaubad on identsed ja vastandatud tähised on sarnased (vt Üldkohtu 13. aprilli 2011. aasta otsus kohtuasjas T-358/09: Sociedad Agrícola Requiringa vs. Siseturu Ühtlustamise Amet – Consejo Regulador de la Denominación de Origen Toro (TORO DE PIEDRA), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 45 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 54 Sellegipoolest tuleb märkida, et vastandatud tähiste visuaalse ja foneetilise sarnasuse puudumist silmas pidades ei aja asjaomane avalikkus vastavate kaupade identsusest või sarnasusest olenemata neid kaupu segi, kui vastandatud tähiste kontseptuaalne sarnasus ei ole juhul, kui varasem kaubamärk on kirjeldav, segiajamise tõenäosuse tuvastamiseks piisav.

- 55 Niisiis tuleb käesoleval juhul järeldada, et isegi kui kõnealused kaubad on identsed või sarnased, ei piisa segiajamise tõenäosuse tekkimiseks üksnes kontseptuaalsest sarnasusest juhul, kui varasem kaubamärk ei ole eriti eristusvõimeline ja kui see on kirjeldav.
- 56 Kõigest eeltoodust tuleneb, et apellatsioonikojal oli õigus, kui ta otsustas, et taotletud kaubamärgi ja varasema kaubamärgi vahel ei esine segiajamise tõenäosust määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses. Esimene väide tuleb seega tagasi lükata.

Teine väide, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 63 lõike 2 rikkumist

- 57 Hageja väidab, et sellega, et apellatsioonikoda ei võtnud arvesse tema 20. septembri 2010. aasta repliiki, mille ta esitas vaidlustatud otsuse vastuvõtmise päeval, rikkus apellatsioonikoda määruse nr 207/2009 artikli 63 lõiget 2, kuna rikkus tema õigust olla ära kuulatud.
- 58 Tuleb märkida, et hageja ei ole oma hakis näidanud, millised kontseptuaalset sarnasust puudutavad argumendid ta esitas Garmo argumentide peale apellatsioonikoja saadetud repliigis, millele apellatsioonikoda ei vastanud, nagu ta oleks pidanud tegema.
- 59 Vastuseks sellekohasele Üldkohtu küsimusele rõhutas hageja kohtuistungil, et teda ei kuulatud ära kontseptuaalse sarnasuse küsimuses ja viitas selles osas ka kõnealuse sarnasuse neutraalsuse küsimusele. Nagu kanti kohtuistungil protokollis, täpsustas hageja, et apellatsioonikoda ei vastanud esitatud repliigi punktile 3 „Kontseptuaalne sarnasus”, mis sisaldas kontseptuaalse sarnasuse olemasolu puudutavaid kaalutlusi.
- 60 Siinjuures tuleb märkida, et apellatsioonikoja esitatud repliigi punktis 3 märkis hageja, et ta ei nõustu Garmo esitatud Küprose poliitilise olukorra kirjeldusega. Ta meenutab, et kuigi Küprose põhjaosa on Türgi poolt okupeeritud, on kogu asjaomane territoorium liidu osa ning kreeka- ja türgikeelsed kogukonnad on üha vähem üksteisest isoleeritud ning piiriala on ületanud miljonid kreeka- ja türgikeelsed Küprose elanikud. Sellest järeldas hageja, et kõnealused Küprose elanikud teavad, et sõnad „halloumi” ja „hellim” viitavad mõlemad samale kaubale, st Küprose rahvuslikule juustusordile.
- 61 Selles osas tuleb kõigepealt märkida, et Üldkohus sedastas eespool punktides 36–42, et apellatsioonikoda eksis, kui ta leidis, et vastandatud tähiste kontseptuaalne sarnasus on neutraalne.
- 62 Lisaks sellele ilmneb eespool punktist 60, et igal juhul ei sisalda kõnealuse repliigi punkt 3 ühtegi argumenti, mis puudutaks vastandatud kaubamärkide kontseptuaalse võrdlemise tulemust neutraalsust.
- 63 Eelnimetatu põhjal tuleb teine väide tagasi lükata ning hagi tervikuna rahuldamata jätta.

Kohtukulud

- 64 Üldkohtu kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, tuleb kohtukulud vastavalt ühtlustamisameti nõudele välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (kaheksas koda)

otsustab:

- 1. Jätta hagi rahuldamata.**
- 2. Mõista kohtukulud välja Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias'elt.**

Truchot

Martins Ribeiro

Kanninen

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 13. juunil 2012 Luxembourgis.

Allkirjad