



Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (kuues koda)

7. mai 2015*

Apellatsioonkaebus — Ühenduse kaubamärk — Määrus (EÜ) nr 207/2009 — Artikli 7 lõike 1 punkt b — Absoluutne keeldumispõhjus — Eristusvõime puudumine — Silindrilise pudeli kujust koosnev ruumiline kaubamärk

Kohtuasjas C-445/13 P,

mille ese on Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 56 alusel 2. augustil 2013 esitatud apellatsioonkaebus,

Voss of Norway ASA, asukoht Oslo (Norra), esindajad: *avvocato* F. Jacobacci ja *avvocato* B. La Tella,

apellant,

keeda toetab:

International Trademark Association, asukoht New York (Ameerika Ühendriigid), esindajad: *avocat* T. De Haan, *avocat* F. Folmer, *avocat* S. Klos ja ning *solicitor* S. Helmer,

teised menetlusosalised:

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: V. Melgar,

kostja esimeses kohtuastmes,

Nordic Spirit AB (publ),

menetluspool Siseturu Ühtlustamise Ametis,

EUROOPA KOHUS (kuues koda),

koosseisus: koja president S. Rodin, kohtunikud A. Borg Barthet (ettekandja) ja E. Levits,

kohtujurist: M. Szpunar,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

arvestades pärast kohtujuristi ärakuulamist tehtud otsust lahendada kohtuasi ilma kohtujuristi ettepanekuta,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

on teinud järgmise

otsuse

- 1 Voss of Norway ASA (edaspidi „Voss”) palub oma apellatsioonkaebuses tühistada Euroopa Liidu Üldkohtu otsus kohtuasjas Voss of Norway vs. Siseturu Ühtlustamise Amet – Nordic Spirit (silindrilise pudeli kuju) (T-178/11, EU:T:2013:272, edaspidi „vaidlustatud kohtuotsus”), millega Üldkohus jättis rahuldamata Vossi hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet”) esimese apellatsioonikoja 12. jaanuari 2011. aasta otsuse (asi R 785/2010-1) peale, mis käsitleb Nordic Spirit AB (publ) (edaspidi „Nordic Spirit”) ja Vossi vahelist kehtetuks tunnistamise menetlust (edaspidi „vaidlusalune otsus”).

Õiguslik raamistik

Määrus (EÜ) nr 207/2009

- 2 Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrus (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1), mis jõustus 13. aprillil 2009, tunnistab kehtetuks ja asendab nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 46).
- 3 Määruse nr 207/2009 artikli 7 „Absoluutsed keeldumispõhjused” kohaselt:
„1. Ei registreerita:
[...]
b) kaubamärke, millel puudub eristusvõime;
[...].”
- 4 Selle määruse artikli 52 „Absoluutsed kehtetuks tunnistamise põhjused” lõige 1 sätestab:
„Ühenduse kaubamärk tunnistatakse kehtetuks [ühtlustamis]ametile esitatud taotluse või rikkumise suhtes algatatud menetluses esitatud vastuhagi põhjal, kui:
a) ühenduse kaubamärk on registreeritud artikli 7 sätete vastaselt;
[...].”
- 5 Määruse artikli 55 lõige 2 näeb ette:
„Loetakse, et ühenduse kaubamärgil on algusest peale puudunud käesoleva määruse kohane toime sellises ulatuses, millises kaubamärk on kehtetuks tunnistatud.”
- 6 Sama määruse artikkel 99 sätestab:
„1. Ühenduse kaubamärkide kohtud käsitlevad ühenduse kaubamärgi kehtivana, kui kostja ei vaidlusta selle kehtivust tühistamist või kehtetuks tunnistamist käsitleva vastuhagiga.
2. Ühenduse kaubamärgi kehtivust ei või vaidlustada menetluse raames, milles nõutakse õiguse rikkumise puudumise tuvastamist.

3. Artikli 96 punktides a ja c osutatud toimingute puhul võetakse muul viisil kui vastuhagina esitatud väide ühenduse kaubamärgi tühistamise või kehtetuks tunnistamise kohta vastu, kui kostja väidab, et ühenduse kaubamärgi omaniku õigused võib tühistada vähese kasutamise pärast või et ühenduse kaubamärgi võib tühistada kostja varasema õiguse tõttu.”

Määrus (EÜ) nr 2868/95

- 7 Komisjoni 13. detsembri 1995. aasta määruse (EÜ) nr 2868/95, millega rakendatakse määrus nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta, (EÜT L 303, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 189; muudetud komisjoni 31. märtsi 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 355/2009 (ELT L 109, lk 3)) eeskiri 37 on järgmine:

„[Ühtlustamisa]metile [määruse nr 207/2009 artikli 56] kohaselt esitatav tühistamise või kehtetuks tunnistamise taotlus sisaldab järgmisi andmeid:

[...]

- b) aluste kohta, millele taotlus tugineb,

[...]

- iv) mäрге kõnealuste aluste toetuseks esitatud faktide, tõendite ja argumentide kohta;

[...]”

Vaidluse taust ja vaidlustatud kohtuotsus

- 8 Ühtlustamisamet registreeris 3. detsembril 2004 määruse nr 40/94 alusel Vossile numbriga 3156163 järgmise ühenduse ruumilise kaubamärgi (edaspidi „vaidlusalune kaubamärk”):



- 9 Kaubad, mille jaoks vaidlusalune kaubamärk registreeriti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 32 ja 33 ning vastavad neis klassides järgmisele kirjeldusele:

- klass 32: õlu, alkoholivabad joogid, vesi;

— klass 33: alkoholjoogid (v.a õlu).

- 10 Nordic Spirit esitas 17. juulil 2008 vaidlusaluse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse, tuginedes esiteks määruse nr 40/94 artikli 51 lõike 1 punktile a, koostoimes selle määruse artikli 7 lõike 1 punktidega a–e, ja teiseks määruse artikli 51 lõike 1 punktile b.
- 11 Ühtlustamisameti tühistamisosakond lükkas 10. märtsi 2010. aasta otsusega kehtetuks tunnistamise taotluse tervikuna tagasi.
- 12 Nimelt leidis tühistamisosakond, et vaidlusaluse kaubamärgi kuju ei ole joogiturul „tavaline” ja et läbipaistva korpuse ning korgi vahelise kontrasti tõttu eristub see suurel määral olemasolevatest pudelitest ning saab seetõttu toimida kaubamärgina.
- 13 Nordic Spirit esitas 6. mail 2010 määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel tühistamisosakonna otsuse peale ühtlustamisametile kaebuse.
- 14 Vaidlusaluse otsusega tühistas ühtlustamisameti esimene apellatsioonikoda (edaspidi „apellatsioonikoda”) otsuse ja rahuldab kehtetuks tunnistamise taotluse.
- 15 Sisuliselt leidis apellatsioonikoda, et arvestades kohtupraktikat, mille kohaselt käsitavad tarbijad toodet sisaldavat pudelit eelkõige pelgalt pakendina (kohtuotsus *Develey vs. Siseturu Ühtlustamise Amet* (plastpudeli kuju), T-129/04, EU:T:2006:84), tuleb tõdeda, et toote päritolu tuvastamiseks ja selle teistest toodetest eristamiseks loevad tarbijad etiketti pudelil.
- 16 Lisaks sellele otsustas apellatsioonikoda, et ükski tõend ei toeta apellandi väidet, nagu tajuks keskmine tarbija asjaomase toote pakendi kuju toote kaubanduslikule päritolule osutavana niivõrd, kui selle kuju tunnusjooned on tarbija tähelepanu köitmiseks piisavad.
- 17 Lisaks sellele asus apellatsioonikoda seisukohale, et Voss ei esitanud ühtegi tõendit, mis oleks kinnitanud, et Nordic Spiriti väide, et mineraalvee või mis tahes muu joogi pudelitel on sõnalised ja graafilised elemendid, mistõttu tarbija tuvastab asjaomase toote kaubandusliku päritolu tavaliselt pudeli elementide, mitte selle disainilahenduse põhjal, ei pea paika.
- 18 Lõpuks leidis apellatsioonikoda, et kõnealuse pudeli kuju ei erine oluliselt teiste Euroopa Liidus alkoholivabade ja alkoholjookide jaoks kasutatavate mahutite kujust, olles ainult üks sellise mahuti kuju variatsioon.

Menetlus Üldkohtus ja vaidlustatud kohtuotsus

- 19 Voss esitas 18. märtsil 2011 Üldkohtu kantseleisse vaidlusaluse otsuse peale tühistamishagi.
- 20 Hagiavalduse toetuseks tugines apellant neljale väitele.
- 21 Esimese väite kohaselt rikkus apellatsioonikoda määruse nr 207/2009 artiklit 75 sisuliselt sellega, et rajas oma põhistuskäigu apellandile teatavaks tegemata tõenditele, mille kohta viimasel ei olnud võimalust oma seisukohta esitada.
- 22 Teise väite kohaselt rikkus apellatsioonikoda määruse nr 207/2009 artiklit 99 ja määruse nr 2868/95 eeskirja 37 punkti b alapunkti iv sellega, et kandis alusetult apellandile üle vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime tõendamiskoormise, kuigi kaubamärk oli registreeritud ning järelikult tuli eeldada selle kehtivust.

- 23 Kolmanda väite kohaselt rikkus apellatsioonikoda määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b ning tõlgendas valesti ruumiliste kaubamärkide eristusvõimet käsitlevat kohtupraktikat seeläbi, et asendas ruumilise kaubamärgi – kui tegemist on vedela toote pakendiga ja kaubamärk koosneb toote enda väliskujust – eristusvõime kontrolli, mis seisneb hinnangus, kas kaubamärk erineb oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest, kohtupraktikast tulenevad kriteeriumid teiste kontrollikriteeriumidega, mis põhinesid etiketile ja muudele selles sektoris kasutusel olevatele tähistusviisidele omistataval tähtsusel.
- 24 Lõpuks rikkus apellatsioonikoda neljanda väite kohaselt määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b ja moonutas tõendeid, mis puudutavad olulist erinevust joogisektori normist ja tavadest, sellega, et tuvastas ekslikult vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime puudumise.
- 25 Üldkohtu istungil märkis apellant, et loobub oma esimesest väitest.
- 26 Üldkohus märkis sissejuhatavalt, et vaidlusaluse otsuse aluseks on kahest erinevast ja üksteisest sõltumatust osast koosnev põhiskäik.
- 27 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27 juhtis Üldkohus tähelepanu sellele, et vaidlusaluse otsuse punktides 18–35, milles on esitatud „esimese osana” määratletud põhiskäik, nentis apellatsioonikoda sisuliselt, et üldteada on fakt, et jookke müüakse pea alati pudelis, purgis või muus pakendis, millel on etikett või siis sõnaline või graafiline element, et just need tähised võimaldavad tarbijal turul olevate toodete vahel vahet teha ja et Voss ei ole esitanud ühtki tõendit oma vastupidiste väidete toetuseks.
- 28 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 28 sedastas Üldkohus, et vaidlusaluse otsuse punktides 36–41, milles on esitatud „teise osana” määratletud põhiskäik, keskendus apellatsioonikoda vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime eraldiseisvale analüüsile ja tegi selle põhjal järelduse, et sisuliselt ei erine asjaomane pudel oluliselt alkoholivabade ja alkoholjookide turul olevate teiste pudelite kujust ja on üksnes variatsioon ning seega ei erine oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest.
- 29 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 29 täpsustas Üldkohus, et kohtuistungil esitatud sellekohasele küsimusele vastates kinnitasid pooled, et vaidlusalune otsus põhineb kahest erinevast ja üksteisest sõltumatust osast koosneval põhiskäigul. Lisaks märkis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 30, et Vossi poolt kohtuistungil esitatud täpsustuse kohaselt on tema teine väide suunatud ainult põhiskäigu esimese osa vastu.
- 30 Üldkohus kontrollis kolmandat väidet põhiskäigu teise osa seisukohalt ja neljandat väidet.
- 31 Esiteks lükkas Üldkohus tagasi kolmanda väite eelmainitud põhiskäigu teise osaga seoses.
- 32 Eelkõige leidis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 55, et vaidlusalune kaubamärk koosneb selliste elementide kombinatsioonist, mida kõiki võib kaubandustegevuses tavaliselt kasutada registreerimistaotluses nimetatud kaupade pakendamiseks ja millest ühelgi ei ole nende kaupadega seoses eristusvõimet.
- 33 Vaidlusaluse kaubamärgi ruumilise kuju kohta sedastas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 51, et on üldteada tõik, et turul kasutusel olevatest pudelitest enamikul on silindriline osa. Sellest tuletas Üldkohus, et keskmise tarbija jaoks on loomulik, et alkoholivaba või alkoholjoogi pudel on üldiselt sellise kujuga. Üldkohtu eelneval põhineva järelduse kohaselt ei saa asjaomase pudeli „täiusliku silindri” kuju – isegi kui mõnda selle elemendi teatavat originaalsust – pidada asjaomase sektori normist ja tavadest olulisel määral erinevaks.
- 34 Läbipaistmatu korgi kohta märkis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 52, et seda elementi saab vaevalt pidada asjaomase sektori normist ja tavadest oluliselt erinevaks, kuna tõik, et väga paljud pudelid on suletud pudeli enda materjalist ja värvist erineva korgiga, on üldteada.

- 35 Mis puutub sellesse, et korgi läbimõõt on sama kui pudeli oma, siis otsustas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 53, et see ei kujuta endast olemasolevate kujude variatsiooni ja seda ei saa lugeda asjaomase sektori normist ja tavadest oluliselt erinevaks, isegi kui mõõnda, et see element on teataval määral originaalne.
- 36 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 57 tõdes Üldkohus, et kui kaubamärk koosneb asjaomaste kaupade osas eristusvõimeta elementidest, siis võimaldab see üldjuhul teha järelduse, et kaubamärgil tervikuna puudub eristusvõime. Üldkohus lisas, et see järeldus võib paikapidamatu olla ainult siis, kui konkreetsete asjaolude põhjal, mis on näiteks nende eri elementide kombineerimise viis, saab seda mitmeosalist kaubamärki pidada enamaks kui selle moodustavate elementide summa.
- 37 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 58 otsustas Üldkohus, et käesoleval juhul selliseid asjaolusid ei esine, kuna nende elementide kombineerimise viis, mis moodustavad ruumilise tähise, mille jaoks vaidlusalune kaubamärk on registreeritud, ei kujuta endast enam kui selle kaubamärgi elementide summat: pudelit, millel on läbipaistmatu kork nagu enamikul asjaomasel turul olevatel alkoholivaba ja alkoholjoogi jaoks mõeldud pudelitel.
- 38 Sellele tuginedes esitas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 59 järelduse, et apellatsioonikoda ei teinud viga, kui ta leidis, et liidu keskmine tarbija tajub vaidlusalust kaubamärki kui tervikut nende toodete, mille jaoks seda kaubamärki taotleti, kuju pelga variatsioonina.
- 39 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 60 tuvastas Üldkohus, et tegelikult kohaldas apellatsioonikoda vaidlusaluse otsuse punktis 36 ja sellele järgnevatel punktides kohtupraktikast tulenevaid ruumilise tähise eristusvõime kontrolli kriteeriume, mille kohaselt tuleb uurida, kas asjaomane tähis erineb oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest, juhul kui tegemist on vedela toote pakendiga ja see tähis koosneb toote enda väliskujust.
- 40 Teiseks lükkas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktides 62–91 tagasi Vossi hagiavalduses esitatud neljanda väite. Üldkohus leidis nimelt, et apellatsioonikoda tuvastas põhjendatult vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime puudumise ja selle, et tegelikult ei erine see kaubamärk joogisektoris sageli kasutatud pakendikujudest, vaid on pigem nende variatsioon.
- 41 Samuti otsustas Üldkohus, et apellandi argumentid seda järeldust ei kummuta.
- 42 Üldkohus märkis eelkõige selle Vossi väite kohta, mille kohaselt apellatsioonikoda moonutas silindrilist kuju silindrilise lõikega võrreldes toimikus olevaid tõendeid, kuivõrd silindriline lõige on matemaatiliselt võttes hälve, et miski ei anna alust arvata, nagu oleks apellatsioonikoja eesmärk olnud sisustada vaidlusaluse otsuse punktis 37 termin „silindriline lõige” matemaatiliselt kui „geomeetrilise kuju läbilõike kujutis”. Üldkohtu sõnul tuleb sõna „lõige” mõista hoopis kui „mõni rohkem või vähem eristuvatest osadest, millesse miski võib jagada või millest miski koosneb” („any of the more or less distinct parts into which something is or may be divided or from which it is made up”, *Oxford Dictionary*).
- 43 Vaidlustatud kohtuotsuse punktides 92–96 lükkas Üldkohus tagasi teise väite, kuna sellel puudub toime, ning samuti kolmanda väite niivõrd, kui see väide oli suunatud vaidlusaluse otsuse põhistuskäigu esimese osa vastu.
- 44 Nimelt otsustas Üldkohus, et väljakujunenud kohtupraktikast lähtudes tuleb siis, kui ühtlustamisameti otsuse resolutsioon põhineb mitmeosalisel põhistuskäigul ja iga osa eraldi on piisav resolutsiooni põhjendamiseks, kõnealune akt tühistada üldjuhul vaid siis, kui kumbki osa on õigusvastane. Üldkohus leidis, et isegi kui vaidlusaluse otsuse põhistuskäigu esimese osa vastu suunatud väited on põhjendatud, ei mõjuta see kõnealuse otsuse resolutsiooni, kuna põhistuskäigu teine osa ei ole õigusvastane.

- 45 Seoses sellega täpsustas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 95, et „[i]segi kui apellatsioonikoda tuvastas ekslikult, et jookide müümine pea alati kas etiketti või siis sõnalist või graafilist tähist kandvas pudelis on üldteada tõik, et just need tähised võimaldavad tarbijal vahet teha turul olevatel eri toodetel ja et hageja ei esitanud ühtki tõendit oma vastupidiste väidete toetuseks, ei mõjuta need kaalutlused siiski [vaidlusaluse kohtuotsuse] punktides 46–91 esitatud õiguslikul hinnangul põhinevat tuvastust, et vaidlusalusel kaubamärgil puudub eristusvõime”.
- 46 Kõiki neid kaalutlusi arvestades jättis Üldkohus Vossi hagi rahuldamata.

Poolte nõuded Euroopa Kohtus

- 47 Voss palub Euroopa Kohtul:
- tühistada vaidlustatud kohtuotsus ja
 - mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.
- 48 Ühtlustamisamet palub Euroopa Kohtul:
- jätta apellatsioonkaebus rahuldamata ja
 - mõista kohtukulud välja Vossilt.
- 49 International Trademark Association (edaspidi „INTA”), kellele Euroopa Kohtu presidendi määrusega Voss of Norway vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-445/13 P, EU:C:2014:202) anti luba astuda menetlusse Vossi nõuete toetuseks, palub Euroopa Kohtul:
- tühistada vaidlustatud kohtuotsus;
 - jätta tema kohtukulud tema enda kanda.

Apellatsioonkaebuse analüüs

- 50 Oma apellatsioonkaebust põhjendab Voss kuue väitega.

Esimene väide

Poolte argumendid

- 51 Apellandi esimese väite kohaselt jättis Üldkohus uurimata esimeses kohtuastmes esitatud hagi põhjendamiseks esitatud teise väite, mille kohaselt apellatsioonikoda kandis vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime tõendamiskoormise põhjendamatult üle apellandile, samas kui tegemist on registreeritud kaubamärgiga, mille kehtivust eeldatakse.
- 52 Seoses sellega väidab apellant, et Üldkohus lükkas kõnealuse teise väite tagasi üksnes seetõttu, et otsustas täiesti alusetult, et väide oli suunatud vaidlusaluse otsuse põhistuskaigu esimese osa vastu, kuigi väide oli selgelt suunatud teise osa vastu, nii nagu see on määratletud vaidlustatud kohtuotsuse punktis 28.
- 53 Ühtlustamisamet apellandi seisukohaga nõus ei ole ja palub esimese väite tagasi lükata.

Euroopa Kohtu hinnang

- 54 Sisuliselt heidab Voss Üldkohtule ette, et viimane muutis vaidlusaluse otsuse põhistuskäigu kahe osa eristamise tingimusi, milles oli Üldkohtu istungil kokku lepitud.
- 55 Apellandi väitel on vaidlustatud kohtuotsuse punktides 27 ja 28 esimene ja teine osa määratletud vastupidi määratlusele, mis neile anti Üldkohtu istungil.
- 56 Järelikult rikkus Üldkohus õigusnormi, jättes läbi vaatamata teise väite, mille Voss esitas hagi põhjendamiseks esimeses kohtuastmes ja mille kohaselt kandis apellatsioonikoda vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime tõendamiskoormise põhjendamatult talle üle.
- 57 Seoses sellega tuleb märkida, et tulenevalt Üldkohtu istungi protokollist, mis saadeti apellandile 13. märtsil 2013 faksi teel, nõustus apellant esiteks sellega, et vaidlusaluse otsuse aluseks on põhistuskäik, mis koosneb kahest iseseisvast osast, millest esimene sisaldub vaidlusaluse otsuse punktides 18–35 ja teine selle otsuse punktides 36–41, ning teiseks sellega, et tema teine väide ei ole suunatud punktides 36–41 esitatud põhistuskäigu vastu.
- 58 Lisaks tuleb vaidlustatud kohtuotsuse punktidele 28 ja 50 tuginedes tõdeda, et isegi eeldusel, et Üldkohtule esitatud väide oleks olnud – nagu väidab apellant – suunatud kõnealuse teise osa vastu, on apellatsioonikoda vaidlusaluse otsuse punktides 36–41 analüüsinud sõltumatult vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõimet ega ole eristusvõime olemasolu tõendamiskoormist Vossile üle kandnud.
- 59 Seega on Vossi esimene apellatsioonkaebuse põhjendamiseks esitatud väide põhjendamata ning tuleb järelikult tagasi lükata.

Teine väide

Poolte argumendid

- 60 Apellandi teise väite kohaselt rikkus Üldkohus määruse nr 207/2009 artiklit 99 ja määruse nr 2868/95 eeskirja 37 punkti b alapunkti iv, kuna ta kandis ainuüksi Nordic Spiritil kui vaidlusaluse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise menetluse algatajal lasuva tõendamiskoormise üle teisele poolele, kohustades apellanti tõendama kaubamärgi eristusvõimet, vaatamata sellele, et Nordic Spirit ei esitanud eristusvõime väidetava puudumise kohta mingeid tõendeid.
- 61 Selle kohta märgib Voss, et Üldkohtu poolt vaidlustatud kohtuotsuse punktis 57 viidatud kohtupraktika, mille kohaselt saab mitmeosalise kaubamärgi koosnedes üksnes eristusvõimeta elementidest teha üldjuhul järelduse, et kaubamärgil tervikuna puudub eristusvõime, välja arvatud juhul, kui „konkreetsed asjaolud, näiteks eri elementide kombineerimise viis, osutavad sellele, et mitmeosaline kaubamärk kui tervik on midagi enam kui selle moodustavate elementide summa”, kehtib ühenduse kaubamärgi registreerimistaotluse puhul, mitte registreeritud kaubamärkide kohta, mille kehtivust sarnaselt vaidlusaluse kaubamärgiga tuleb eeldada.
- 62 INTA tugineb määruse nr 207/2007 artiklitele 52, 55 ja 99, järeldades nende sätete põhjal, et registreeritud ühenduse kaubamärgi kehtivust tuleb eeldada, ning määruse nr 2868/95 eeskirja 37 punkti b alapunktile iv, väites, et Üldkohus on asjaomase tähise eristusvõime tõendamiskoormise õigusvastaselt üle kandnud.
- 63 INTA väitel eeldatakse pärast kaubamärgi registreerimistaotluse rahuldamist kaubamärgi kehtivust, kui ei ole tõendatud vastupidist, ning taotlejalt ei saa nõuda uuesti tema kaubamärgi õiguspärasuse tõendamist, välja arvatud siis, kui kaubamärgi kehtetust tõendada sooviv pool on esitanud vastupidisele osutavad faktid ja tõendid.

- 64 Käesoleval juhul ei ole INTA sõnul kehtetuks tunnistamise taotleja esile toonud ühtki kontrollitavat fakti ega ole ühtlustamisametile tõendeid esitanud. INTA järeldeb sellest, et Üldkohus rikkus määruseid nr 207/2009 ja nr 2868/95, jättes tühistamata apellatsioonikoja otsuse, milles viimane otsustas, et tõendid ei toeta Vossi väidet, nagu oleks tarbijal võimalik tuvastada toote päritolu selle pakendi kuju põhjal, ning et seega ei ole see väide piisav, „et tagada kohtupraktikas väljakujunenud normide järgimine”.
- 65 Ühtlustamisamet ei nõustu apellandi väitega, et Üldkohtu hinnang tingib asjaomase tähise osas tõendamiskoormise vale jaotumise, ning rõhutab, et kui määruses nr 207/2009 ei ole otsesõnu sätestatud teisiti, siis kehtivad absoluutsete keeldumispõhjuste osas nii registreerimistaotluse esemeks olevate kaubamärkide kui ka juba registreeritud kaubamärkide puhul samad kriteeriumid.

Euroopa Kohtu hinnang

- 66 Apellatsioonkaebuse teine väide tuleb põhjendamatusse tõttu tagasi lükata niivõrd, kui selles heidetakse Üldkohtule ette, et vaidlustatud kohtuotsuse punktides 57 ja 58 on tõendamiskoormis üle kantud teisele poolele, kohustades apellanti tõendama vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõimet vaatamata sellele, et Nordic Spirit ei olnud esitanud ühtki tõendit kaubamärgi eristusvõime väidetava puudumise toetuseks.
- 67 Nimelt andis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktides 51–58 sõltumatult hinnangu sellele, kas vaidlusalusel kaubamärgil puudub eristusvõime.
- 68 Pärast seda, kui Üldkohus oli kõigi vaidlusaluse kaubamärgi elementide üksikhaaval uurimise järel asunud seisukohale, et kaubamärk kujutab endast kombinatsiooni elementidest, mis kõik on kaubamärgi registreeringuga hõlmatud kaupade osas eristusvõimeta, märkis kohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 57, et „üldjuhul võimaldab selline asjaolu tuvastada kaubamärgi kui terviku eristusvõime puudumise”, välja arvatud siis, kui „konkreetsed asjaolud, näiteks eri elementide kombineerimise viis, osutavad sellele, et mitmeosaline kaubamärk kui tervik on midagi enam, kui selle moodustavate elementide summa”.
- 69 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 58 otsustas Üldkohus, et „[k]äesoleval juhul selliseid tõendeid ei ole”. Seoses sellega märkis ta, et „[v]aidlusalust kaubamärki iseloomustab ruumiline läbipaistev silindriline pudel ja läbipaistmatu kork, mis on pudeliga sama läbimõõduga[, ning et] viis, kuidas käesoleval juhul on need koostisosad kombineeritud, ei kujuta endast midagi enam kui vaidlusaluse kaubamärgi moodustavate elementide summat ehk pudelit, millel on läbipaistmatu kork nagu enamikul asjaomasel turul olevatel alkoholivaba ja alkoholjoogi jaoks mõeldud pudelitel[, kusjuures] seda kuju võidakse kaubandustegevuses tavaliselt kasutada registreerimistaotluses nimetatud kaupade pakendamiseks”.
- 70 Seega kontrollis Üldkohus ise, kas konkreetsed asjaolud osutavad sellele, et mitmeosaline kaubamärk kui tervik kujutab endast midagi enam kui selle elementide summa, ning vastupidi INTA ja apellandi väitele ei kandnud nende asjaolude olemasolu osas tõendamiskoormist üle apellandile.
- 71 Neid tingimusi arvestades tuleb tõdeda, et Vossi ja INTA põhistuskäik tugineb vaidlustatud otsuse valel tõlgendusel ja tuleb seega kõrvale jätta.
- 72 Mis puutub INTA argumenti, mille kohaselt rikkus Üldkohus määrusi nr 207/2009 ja nr 2868/95 sellega, et jättis tühistamata vaidlusaluse otsuse, mille kohaselt ükski tõend ei toeta apellandi väidet, nagu tajuks keskmine tarbija asjaomase toote pakendi kuju toote kaubanduslikule päritolule osutavana, siis tuleb märkida, et nagu nähtub vaidlustatud kohtuotsuse punktist 12, sisaldub see apellatsioonikoja hinnang vaidlusaluse otsus punktis 31.

- 73 Nagu vaidlustatud kohtuotsuse punktist 27 selgub, kuulub see hinnang järelikult vaidlusaluse otsuse aluseks oleva argumentatsiooni esimesse osasse, sellisena nagu Üldkohus on selle määratlenud. Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 96 aga otsustas Üldkohus selle argumentatsiooniosa vastu suunatud väited toime puudumise tõttu tagasi lükata.
- 74 Seega ei saa INTA väita, et Üldkohus oleks pidanud vaidlusaluse otsuse tühistama niivõrd, kui selles otsuses leidis apellatsioonikoda, et Vossi väiteid keskmise tarbija võime kohta tajuda asjaomaste toodete kuju nende kaubandusliku päritolu tähisena ei toeta ükski tõend.
- 75 Arvestades eespool esitatud kaalutlusi, tuleb apellatsioonkaebuse teine väide põhjendamatus tõttu tagasi lükata.

Kolmas väide

Poolte argumentid

- 76 Vossi kolmanda väite kohaselt rikkus Üldkohus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b, otsustades, et asjaomasel pudeli kujul puudub eristusvõime, ilma et oleks eelnevalt määratlenud, mis on asjaomases sektoris normiks ja tavaks.
- 77 INTA väidab lisaks, et Üldkohus ei saanud õiguspäraselt otsustada, et apellandi pudel ei erine oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest, kuna vaidlustatud kohtuotsuse punktis 72 sedastas kohus, et „ei ole tõendatud, et turul on teisi sarnaseid pudeleid” ning et võib eeldada, et see pudel on „ainulaadne”, ja nimetatud kohtuotsuse punktis 51, et see pudel on „teataval määral originaalne”.
- 78 Lisaks kohaldas Üldkohus väidetavalt õigusnormi valesti sellega, et vastandas „pelga variatsiooni” „olulise erinevusega” kohalduvast normist ja tavast. Selle kohta väidab INTA, et Üldkohus ületas Euroopa Kohtu praktikast tulenevaid piire, mille kohaselt peab ainus otsustav tegur olema see, kas kaubamärgina registreeritud ruumiline kuju kaldub kõrvale asjaomases sektoris kõnealuste toodete jaoks harjumuspäraselt või tavajuhul kasutatavatest kujudest sel määral, et tarbija saab sellele tähtsust omistada.
- 79 Lõpuks rõhutab INTA, et Üldkohus kohaldas valesti õigusnormi, võrreldes kõnealuses sektoris harjumuspärase või tavaliste kujude elemente lihtsalt kuju elementidega, mitte aga registreeritud kuju kui tervikuga.
- 80 Ühtlustamisamet nende argumentidega nõus ei ole ja väidab, et kolmas väide tuleb põhjendamatus tõttu tagasi lükata.

Euroopa Kohtu hinnang

- 81 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale omab eristusvõimet määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses ainult selline kaubamärk, mis erineb oluliselt asjaomase sektori normist või tavadest ja seetõttu täidab oma peamise ülesande päritolutähisena (kohtuotsused *Mag Instrument vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 31, ja *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-98/11 P, EU:C:2012:307, punkt 42).
- 82 Käesoleval juhul esitas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktides 51–53 hinnangu vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõimele seoses alkoholivabade ja alkoholjookide sektori normi ja tavadega.
- 83 Nimetatud kohtuotsuse punktis 51 nentis Üldkohus kõigepealt vaidlusaluse kaubamärgi ruumilise kuju kohta, et „üldteada [on] tõik, et turul kasutusel olevatest pudelitest enamikul on silindriline osa”.

- 84 Kohtuotsuse punktis 52 märkis Üldkohus läbipaistmatu korgi kohta, et „tõik, et väga paljud pudelid on suletud pudeli enda materjalist ja värvist erineva korgiga, on üldteada”.
- 85 Lõpuks sedastas Üldkohus sama kohtuotsuse punktis 53, et pudeliga sama diameetriga kork „ei kujuta endast olemasolevate kujude variatsiooni ja seda ei saa lugeda asjaomase sektori normist ja tavadest oluliselt erinevaks, isegi kui möönda, et see element on teataval määral originaalne”.
- 86 Seega analüüsis Üldkohus asjaomase ruumilise tähise osade eristusvõimet asjaomase sektori normist ja tavadest lähtuvalt, tuginedes üldteada tõikadele.
- 87 Järelikult ei ole Vossil ja INTA-l alust väita, et Üldkohus on jätnud määratlemata registreeritud kaubamärgiga hõlmatud toodete sektori normi ja tavad.
- 88 Mis puutub INTA argumenti, et Üldkohus kohaldas valesti õigusnormi, vastandades „pelga variatsiooni” „olulise erinevusega” kohalduvatest normist ja tavast, selle asemel et oleks uurinud, kas vaidlusalune kaubamärk kaldub kõrvale asjaomases sektoris harjumuspäraselt ja tavajuhul kasutatavatest kujudest sel määral, et tarbijal saab sellele tähtsust omistada, siis selle kohta tuleb meenutada, et kaubamärgi eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b mõttes tähendab seda, et kaubamärk võimaldab määratleda kauba, mille jaoks selle registreerimist taotletakse, konkreetselt ettevõtjalt pärinevana ja seega eristada seda kaupa teiste ettevõtjate omadest (kohtuotsus *Freixenet vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-344/10 P ja C-345/10 P, EU:C:2011:680, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 89 Eristusvõimet tuleb hinnata ühest küljest seoses kaupade ja teenustega, mille jaoks registreerimist taotletakse, ja teisest küljest lähtuvalt sellest, kuidas asjaomane avalikkus seda kaubamärki tajub (kohtuotsus *Freixenet vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-344/10 P ja C-345/10 P, EU:C:2011:680, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 90 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt ei erine kauba enda kujust koosnevate ruumiliste kaubamärkide eristusvõime hindamiskriteeriumid nendest, mida kohaldatakse teiste kaubamärgiliikide suhtes (kohtuotsused *Mag Instrument vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 30, ja *Freixenet vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-344/10 P ja C-345/10 P, EU:C:2011:680, punkt 45). Ometi ei pruugi nende kriteeriumide kohaldamisel asjaomane avalikkus tajuda kauba enda välimusest koosnevat ruumilist kaubamärki samamoodi kui sõna- või kujutismärki, mis koosneb tähisest, mis ei sõltu selle kauba välimusest, mida ta tähistab. Mis tahes graafilise või sõnalise osa puudumisel ei tee keskmised tarbijad harilikult kauba päritolu kohta järeldusi kauba kuju või selle pakendi kuju alusel, mistõttu võib olla ruumilise kaubamärgi eristusvõimet raskem tuvastada kui sõna- või kujutismärgi puhul (kohtuotsused *Mag Instrument vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 30, ja *Freixenet vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-344/10 P ja C-345/10 P, EU:C:2011:680, punkt 46).
- 91 Sellistel tingimustel on seda tõenäolisem, et kujul puudub eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 1 lõike 21 punkti b tähenduses, mida enam see kuju, mille registreerimist taotletakse, meenutab kuju, mis on asjaomase kauba puhul kõige tõenäolisem. Ainult kaubamärgil, mis erineb oluliselt sektori normist või tavadest ning täidab seetõttu edukalt päritolutähisena oma põhiülesannet, ei puudu eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses (kohtuotsused *Mag Instrument vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 31, ja *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-98/11 P, EU:C:2012:307, punkt 42).
- 92 Sellest tulenevalt juhul, kui ruumiline kaubamärk koosneb selle toote kujust, mille jaoks registreerimist taotletakse, ei piisa pelgalt asjaolust, et see kuju on üks seda tüüpi toodete tavalise kuju „variatsioon”, et tuvastada kaubamärgi eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses. Alati tuleb kontrollida, kas selline kaubamärk võimaldab asjaomase toote keskmisel tarbijal, kes on piisavalt

informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas, ilma järele mõtlemata ja erilist tähelepanu üles näitamata eristada seda toodet teiste ettevõtjate toodetest (kohtuotsus *Mag Instrument vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 32).

- 93 Käesoleval juhul kontrollis Üldkohus, olles enne vaidlustatud otsuse punktides 37–44 meelde tuletanud asjakohast kohtupraktikat, sama otsuse punktides 51–58, kas vaidlusalune kaubamärk erineb oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest.
- 94 Selle põhjal tegi Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 59 järelduse, et apellatsioonikoda ei teinud viga, asudes seisukohale, et liidu keskmine tarbija tajub vaidlusalust kaubamärki kui tervikut ainult nende toodete kuju variatsioonina, mille jaoks selle kaubamärgi registreerimist taotletakse. Seejärel sedastas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 62, et vaidlusalune kaubamärk sellisena, nagu seda tajub asjaomane avalikkus, ei saa eristada selle kaubamärgiga tähistatavaid tooteid muud kaubanduslikku päritolu toodetest.
- 95 Eeltoodud kaalutlustest järeldub, et Üldkohus tuvastas õigesti asjakohasest kohtupraktikast tulenevad kriteeriumid ja järgis neid.
- 96 Peale selle – niivõrd, kui INTA heidab Üldkohtule ette otsustust, et apellandi pudel ei erine oluliselt asjaomase sektori normist ja tavadest – tuleb tõdeda, et asjassepuutuv analüüs kuulub faktiliste asjaolude hindamise valdkonda.
- 97 Seoses sellega olgu meenutatud, et ELTL artikli 256 lõike 1 ja Euroopa Kohtu põhikirja artikli 58 esimese lõigu kohaselt tuleb apellatsioonkaebuses piirduda õigusküsimustega. Üldkohtul on ainupädevus tuvastada ja hinnata antud asjas olulisi faktilisi asjaolusid ning analüüsida tõendeid. Faktide ja tõendite hindamine ei kujuta endast seega – välja arvatud nende moonutamise korral – õigusküsimust, mida Euroopa Kohus võib sellisena apellatsioonimenetluses kontrollida (kohtuotsus *Louis Vuitton Malletier vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-97/12 P, EU:C:2014:324, punkt 61).
- 98 Tuleb tõdeda, et INTA ei ole käesoleva vaidlustuse kinnitamiseks esitanud ühtki argumenti, mis tõendaks, et Üldkohus oleks tõendeid moonutanud.
- 99 Mis puutub argumenti, et Üldkohus kohaldas valesti õigusnormi sellega, et võrdles lihtsalt kuju elemente asjaomases sektoris harjumuspäraste või tavaliste kujude elementidega, selle asemel et võrrelda registreeritud kuju tervikuna selle sektori normi ja tavadega, siis seda tuleb käsitleda neljanda väite raames.
- 100 Kõige eelneva põhjal tuleb apellatsioonkaebuse kolmas väide osalt põhjendamatusena ja osalt vastuvõetamatusena tõttu tagasi lükata.

Neljas väide

Poolte argumentid

- 101 Voss heidab neljandas väites Üldkohtule ette määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist sellega, et Üldkohus kaalus vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime hindamisel asjaomase ruumilise tähise kõiki elemente eraldi, jättes andmata hinnangu tähisele kui tervikule.
- 102 Apellant rõhutab, et olles enne käsitlenud eraldi selle ruumilise tähise elemente vaidlustatud kohtuotsuse viies punktis, piirdus Üldkohus sedastusega, et viis, kuidas need osad on omavahel kombineeritud, „ei kujuta endast midagi enam kui vaidlusaluse kaubamärgi elementide summat”, mis Vossi sõnul ei kujuta endast kaubamärgist jääva tervikmulje põhjalikku käsitlust, mida nõuab kohtupraktika.

103 Ühtlustamisameti väitel kohaldas Üldkohus ruumilise tähise eristusvõime hindamisel õigusnorme ja kohtupraktikat õigesti.

Euroopa Kohtu hinnang

104 Apellandi käesoleva väite kohaselt jättis Üldkohus vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime hindamisel nõuetekohaselt käsitlemata kaubamärgist jääva tervikmulje.

105 Sellega seoses olgu meenutatud, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tajub keskmine tarbija tavaliselt kaubamärki tervikuna ega analüüsi selle detaile. Samuti tuleb kaubamärgi eristusvõime olemasolu või selle puudumise hindamisel võtta arvesse kaubamärgist jäävat tervikmuljet (vt eelkõige kohtuotsus Eurocermex vs. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-286/04 P, EU:C:2005:422, punkt 22 ja seal viidatud kohtupraktika).

106 See ei tähenda siiski, et pädev asutus, kelle ülesanne on kontrollida, kas avalikkus võib taotletavat kaubamärki tajuda päritolutähisena, ei võiks kõigepealt uurida selle kaubamärgi puhul kasutatud erinevaid esituselemente ükshaaval. Tegelikult võib igakülgisel hindamisel pädeva asutuse poolt olla kasulik uurida asjaomase kaubamärgi iga koostisosa (vt eelkõige kohtuotsus Eurocermex vs. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-286/04 P, EU:C:2005:422, punkt 23 ja seal viidatud kohtupraktika).

107 Üldkohus võttis vaidlustatud kohtuotsuses punktis 55 pärast vaidlusaluse kaubamärgi iga elemendi eraldi uurimist seisukoha, et see kaubamärk on „kombinatsioon elementidest, mida kõiki võib kaubandustegevuses tavaliselt kasutada registreerimistaotluses nimetatud kaupade pakendamiseks ja millest ühelgi ei ole nende kaupadega seoses eristusvõimet”. Üldkohus jätkas analüüsimist sellega, et kontrollis, kas kõnealusel kaubamärgil kui tervikul on eristusvõime või mitte.

108 Selle põhjal sedastas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 58, et „see, mis viisil on [läbipaistva silindrilise pudeli ruumiline kuju ja pudeli kui sellisega sama läbimõõduga läbipaistmatu kork] käesoleval juhul kombineeritud, ei kujuta endast enamast, kui vaidlusaluse kaubamärgi elementide summat, st pudelit, millel on läbipaistmatu kork nagu enamikul asjaomasel turul olevatel alkoholivaba ja alkoholjoogi jaoks mõeldud pudelitel”, et „[s]eda kuju võib tegelikult kaubanduses tavapäraselt kasutada registreerimistaotluses nimetatud kaupade pakendamiseks” ja et järelikult „ei tulene käesoleva mitmeosalise kaubamärgi eristusvõime ka selle kaubamärgi elementide kombineerimise viisist”. Nimetatud kohtuotsuse punktis 62 otsustas Üldkohus, et „vaidlusalune kaubamärk sellisena, nagu seda tajub asjaomane avalikkus, ei ole võimeline identifitseerima selle kaubamärgiga tähistatavaid tooteid ja eristama neid muu kaubandusliku päritoluga toodetest”.

109 Sellest järeldub, et kooskõlas käesoleva kohtuotsuse punktis 105 viidatud kohtupraktikaga võttis Üldkohus taotletava kaubamärgi eristusvõime hindamisel õigesti arvesse sellest jäävat tervikmuljet, mis tuleneb kaubamärgi koostisosade kujust ja nende ühendamise viisist.

110 Lisaks ei saa Üldkohtule ette heita vaidlustatud kaubamärgist jääva tervikmulje piisavalt põhjaliku analüüsi tegemata jätmist, kuna asjaomane ruumiline kuju koosneb kahest osast, nimelt silindrilisest põhiosast ja selle silindriga sama läbimõõduga läbipaistmatust korgist, ja on raske kujutada ette nende elementide üheks ruumiliseks tervikuks liitmise muid viise (vt selle kohta kohtuotsus Eurocermex vs. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-286/04 P, EU:C:2005:422, punkt 29).

111 Seega tuleb apellatsioonkaebuse neljas väide põhjendamatusse tõttu tagasi lükata.

Viies väide

Poolte argumendid

- 112 Vossi viienda väite kohaselt on Üldkohus nagu apellatsioonikodagi moonutanud kohtuasja toimikus olevaid tõendeid, võrreldes asjaomase ruumilise tähise täiuslikku silindrit kahemõõtmelise „silindrilise lõikega”. Apellant leiab, et kuna „silindriline lõige” on matemaatiliselt võttes hälve, siis soovisid Üldkohus ja apellatsioonikoda selle terminiga tegelikult viidata „ringikujulisele läbilõikele”. Seega võrdles Üldkohus ruumilist tähist enamikule pudelitele omase kahemõõtmelise tunnusjoonega, mistõttu on tervikuna vale tema hinnang seoses asjaomase sektori normi ja tavadega.
- 113 Ühtlustamisamet on seisukohal, et väide on põhjendamata, kuna see rajaneb vaidlustatud kohtuotsuse valem tõlgendamisel.
- 114 Ühtlustamisameti sõnul ei otsustanud Üldkohus, et ringikujuline osa on enamiku pudelite ühine joon, vaid leidis, et enamikul pudelitel on silindriline „osa” vaidlustatud kohtuotsuse punktis 66 antud tähenduses, isegi kui muud osad ei ole silindrilised, näiteks juhul, kui pudeli ülaosa kitseneb pudelisuu suunas, moodustades pudeli kaela, või kui pudeli keskosa on „kokku surutud”.
- 115 Lisaks leiab Ühtlustamisamet vastupidi Vossi väitele, et Üldkohus ei piirdunud vaidlusaluse ruumilise tähise analüüsimisel tähise kuju võrdlemisega kahemõõtmelise tunnusjoonega.

Euroopa Kohtu hinnang

- 116 Tuleb tõdeda, et Vossi argumendid, mille kohaselt Üldkohus, kui ta vaidlustatud kohtuotsuse punktis 67 kinnitas, et enamikul turul olevatest pudelitest on „silindriline lõige”, tahtis selle terminiga tähistada ringikujulist läbilõiget, mis on kahemõõtmeline, põhinevad kohtuotsuse valem tõlgendamisel.
- 117 Olles vaidlustatud kohtuotsuse punktis 65 meelde tuletanud, et „[vaidlusaluse otsuse punktis 37] sedastas apellatsioonikoda, et enamikul turul olevatest pudelitest on silindriline lõige”, otsustas Üldkohus otsuse järgmises punktis, et „[m]iski ei anna siiski alust arvata, nagu oleks apellatsioonikoja eesmärk olnud sisustada vaidlusaluse otsuses need sõnad matemaatilise tähendusega kui „geomeetrilise kuju läbilõike kujutis” [ja et] sõna „lõige” tuleb mõista hoopis kui „mõni rohkem või vähem eristuvatest osadest, millesse miski võib jagada või millest miski koosneb [(„any of the more or less distinct parts into which something is or may be divided or from which it is made up”, *Oxford Dictionary*)]”.
- 118 Seega leidis Üldkohus, et sõna „lõige”, mida apellatsioonikoda kasutas vaidlusaluse otsuse punktis 37, tuleb mõista kui osa, kuna enamikul pudelitest on tema sõnul silindriline osa.
- 119 Järelikult ei ole Üldkohus vastupidi apellandi väitele piirdunud asjaomase ruumilise tähise analüüsimisel tähise kuju ja kahemõõtmelise tunnusjoone võrdlemisega.
- 120 Seega tuleb apellatsioonkaebuse viies väide põhjendamatus tõttu tagasi lükata.

Kuues väide

Poolte argumendid

- 121 Voss heidab Üldkohtule ette otsustust, et vaidlusalusel kaubamärgil puudub tervikuna eristusvõime, kuna see koosneb elementidest, millel eraldi võetuna puudub eristusvõime. Apellandi sõnul on selline põhistikakäik takistuseks võimalusele, et toote pakendil nii tervikuna kui ka koostisosade kombinatsioonina võiks olla eristusvõime, mis aga on vastuolus määruse nr 207/2009 eesmärgiga.

122 Lisaks väidab apellant, et Üldkohus kohaldas valesti õigusnormi, kandes ruumilistele kaubamärkidele üle Euroopa Kohtu poolt mitmeosaliste sõnaliste tähistega seoses kehtestatud kriteeriumi, mille kohaselt „eraldi võetuna eristusvõimeta osade kombinatsioonil võib olla eristusvõime, juhul kui selline kombinatsioon on midagi enam kui lihtsalt koostisosade summa”.

123 Ühtlustamisamet leiab, et väide tuleb põhjendamatusse tõttu tagasi lükata.

Euroopa Kohtu hinnang

124 Olgu meenutatud, et Euroopa Kohtu varasemate ruumilisi tähiseid käsitlevate otsuste kohaselt võib eristusvõimet osaliselt uurida kõigi selle tähise üksikute elementide põhjal, kuid igal juhul peab lähtuma sellest, kuidas asjaomane avalikkus kaubamärki tervikuna tajub, mitte aga oletusest, et elemendid, mille eraldi võttes eristusvõime puudub, ei saa omavahel kombineerituna eristusvõimet omada. Asjaolu, et iga element eraldi võetuna on eristusvõimetu, ei välista seda, et nende kombinatsioonil võib olla eristusvõime (kohtumäärus *Timehouse vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-453/11 P, EU:C:2012:291, punkt 40).

125 Tõepoolest otsustas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 57, et „kui mitmeosaline kaubamärk koosneb ainuüksi asjaomaste toodete osas eristusvõimeta elementidest, siis saab üldjuhul tuvastada, et kaubamärgil kui tervikul puudub eristusvõime”.

126 Siiski täpsustas Üldkohus vahetult pärast seda, et järeldus ei pruugi paika pidada siis, kui on konkreetseid tõendeid – eeskätt näiteks viis, kuidas eri elemendid on kombineeritud –, mis osutavad sellele, et mitmeosaline kaubamärk kui tervik on midagi enam kui selle koostisosade summa.

127 Järelikult tuleb tagasi lükata Vossi kuues väide, milles heidetakse Üldkohtule ette otsustust, et eraldi võetuina eristusvõimeta elementidest koosneval vaidlusalusel kaubamärgil kui tervikul puudub eristusvõime, sest see põhineb vaidlustatud kohtuotsuse valel tõlgendusel.

128 Seoses apellandi argumentatsiooniga, mis puudutab Üldkohtu poolt väidetavalt õigusnormi rikkumist sellega, et viimane kohaldas vaidlusaluse kaubamärgi suhtes kohtupraktikat, mille kohaselt eraldi võetuna eristusvõimeta elementide kombinatsioonil võib olla eristusvõime, juhul kui see kombinatsioon on midagi enam kui selle koostisosade summa, tuleb meelde tuletada, et nagu nähtub käesoleva otsuse punktides 107–109, rajas Üldkohus vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõimet käsitleva hinnangu õigesti selle kaubamärgi koostisosade kujust ja nende ühendamise viisist jäävale tervikmuljele, nagu nõuab käesoleva otsuse punktides 105 ja 124 meelde tuletatud kohtupraktika.

129 Neil tingimustel tuleb kuues väide põhjendamatusse tõttu tagasi lükata ja seega apellatsioonkaebus tervikuna rahuldamata jätta.

Kohtukulud

130 Vastavalt kodukorra artikli 138 lõikele 1, mida kodukorra artikli 184 alusel kohaldatakse apellatsioonkaebuste suhtes, on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna ühtlustamisamet on kohtukulude hüvitamist nõudnud ja Voss on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud mõista välja Vossilt.

131 Kodukorra artikli 140 lõike 3 alusel, mida kodukorra artikli 184 lõike 1 alusel kohaldatakse apellatsioonkaebuste suhtes, võib Euroopa Kohus otsustada, et muu kui kodukorra artikli 140 lõigetes 1 ja 2 nimetatud menetlusse astuja kannab ise oma kohtukulud. Järelikult tuleb INTA kohtukulud jätta tema enda kanda.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (kuues koda) otsustab:

- 1. Jätta apellatsioonkaebus rahuldamata.**
- 2. Mõista kohtukulud välja Voss of Norway ASA-lt.**
- 3. Jätta The International Trademark Association'i kohtukulud tema enda kanda.**

Allkirjad