



Kohtulahendite kogumik

KOHTUJURISTI ETTEPANEK
MELCHIOR WATHELET
esitatud 11. jaanuaril 2018¹

Kohtuasi C-488/16 P

Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV
versus

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO)

Apellatsioonkaebus – Euroopa Liidu kaubamärk – Kehtetuks tunnistamise menetlus –
Sõnamärk NEUSCHWANSTEIN – Kehtetuks tunnistamise taotluse tagasi lükkamine –
Absoluutsed keeldumispõhjused – Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktid b ja c –
Kirjeldavus – Geograafilise päritolu tähis – Eristusvõime – Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 52 lõike 1
punkt b – Pahauskus

I. Sissejuhatus

1. Apellant Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV (edaspidi „BSGE“) palub oma apellatsioonkaebuses tühistada Üldkohtu 5. juuli 2016. aasta otsus Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise vs. EUIPO – Freistaat Bayern (NEUSCHWANSTEIN) (T-167/15, ei avaldata, EU:T:2016:391), millega Üldkohus jättis rahuldamata tema hagi, milles ta palus tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) viienda apellatsioonikoja 22. jaanuari 2015. aasta otsuse (asi R 28/2014-5), mis käsitleb kehtetuks tunnistamise menetlust BSGE ja Freistaat Bayerni (Baieri liidumaa, Saksamaa) vahel (edaspidi „vaidlustatud kohtuotsus“).

II. Vaidluse taust

2. Baieri liidumaa esitas 22. juulil 2011 nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) alusel EUIPO-le sõnamärgi „NEUSCHWANSTEIN“ (edaspidi „vaidlusalune kaubamärk“) ELi kaubamärgina registreerimise taotluse.

3. Nimetus „NEUSCHWANSTEIN“ viitab Schwangau (Saksamaa) omavalitsusüksuses asuvale kuulsale Neuschwansteini lossile, mis praegu kuulub Baieri liidumaale ja mida ehitati – kuid ei viidud lõpule – ajavahemikul 1869–1886 Baieri kuninga Ludwig II valitsemisajal.

4. Kaubad ja teenused, mille jaoks registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta kaubamärkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) (edaspidi „Nizza kokkulepe“) klassidesse 3, 8, 14–16, 18, 21, 25, 28, 30, 32–36, 38 ja 44.

¹ Algkeel: prantsuse.

5. Euroopa Liidu kaubamärgi taotlus avaldati 2. septembri 2011. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 166/2011 ja kaubamärk registreeriti 12. detsembril 2011 numbriga 10144392.

6. BSGE esitas 10. veebruaril 2012 vaidlusaluse kaubamärgi suhtes kõikide käesoleva ettepaneku punktis 4 nimetatud kaupade ja teenuste osas määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti a alusel koostoimes sama määruse artikli 7 lõike 1 punktidega b ja c kehtetuks tunnistamise taotluse.

7. EUIPO tühistamisosakond lükkas kehtetuks tunnistamise taotluse 21. oktoobril 2013 tagasi, leides, et vaidlusalune kaubamärk ei koosne ei tähistest, mis võivad tähistada geograafilist päritolu, ega asjaomaste kaupade ja teenuste muudest olemuslikest tunnustest, ning määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ei ole seega rikutud. Ta leidis ka, et kuna kõnesolev kaubamärk on asjaomaseid kaupu ja teenuseid eristav, ei ole selle määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikutud. Lõpuks asus ta seisukohale, et BSGE ei ole tõendanud, et vaidlusaluse kaubamärgi registreerimise taotlus esitati pahauskselt, ning seega ei ole selle määruse artikli 52 lõike 1 punkti b rikutud.

8. BSGE esitas 20. detsembril 2013 EUIPO-le määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel tühistamisosakonna otsuse peale kaebuse.

9. EUIPO viies apellatsioonikoda jättis 22. jaanuari 2015. aasta otsusega (edaspidi „vaidlusalune otsus“) tühistamisosakonna otsuse muutmata ja kaebuse rahuldamata. Ta leidis nimelt, et vaidlusalune kaubamärk ei tähista geograafilist päritolu määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses ning tal ei puudu ka eristusvõime sama määruse artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses. Lisaks asus ta seisukohale, et Baieri liidumaa pahausksus selle määruse artikli 52 lõike 1 punkti b tähenduses ei ole tõendatud.

III. Üldkohtule esitatud hagi ja vaidlustatud kohtuotsus

10. BSGE esitas Üldkohtu kantseleisse 2. aprillil 2015 saabunud hagiavalduse, milles palus EUIPO viienda apellatsioonikoja 22. jaanuari 2015. aasta otsuse tühistada.

11. Ta põhjendas oma hagi kolme väitega, mille kohaselt on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b, artikli 7 lõike 1 punkti c ja artikli 52 lõike 1 punkti b.

12. Üldkohus analüüsis kõigepealt teist väidet, millega BSGE kinnitas, et EUIPO viies apellatsioonikoda rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c sellega, et asus seisukohale, et vaidlusalune kaubamärk ei ole asjaomaseid kaupu ja teenuseid kirjeldav tähis. Ta lükkas selle väite tagasi, otsustades vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27 sisuliselt, et kuna Neuschwansteini loss on eelkõige muuseumipaik, ei kujuta see endast kaupade tootmise või teenuste osutamise kohta ning seega ei saa vaidlusalune kaubamärk tähistada sellega kaitstud kaupade ja teenuste geograafilist päritolu.

13. Üldkohus lükkas tagasi ka esimese väite, millega BSGE kinnitas, et EUIPO viies apellatsioonikoda rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b sellega, et leidis, et vaidlusalusel kaubamärgil ei puudu eristusvõime. Selles küsimuses otsustas ta vaidlustatud kohtuotsuse punktides 41 ja 42 sisuliselt, et asjaomased kaubad ja teenused kujutavad endast tarbekaupa ja igapäevaeluks vajalikke teenuseid, erinedes suveniirtoodetest ja muudest teenustest, mis seonduvad juba oma nimetuse poolest turismiga, ning et sõnaline element, mis vaidlusaluse kaubamärgi moodustab, on väljamõeldud nimetus, mis ei kirjelda turustatavaid või pakutavaid kaupu või teenuseid.

14. Lõpuks lükkas Üldkohus tagasi kolmanda väite, millega BSGE kinnitas, et EUIPO viies apellatsioonikoda rikkus määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti b, kui leidis, et Baieri liidumaa pahausksust ei ole tõendatud. Ta otsustas vaidlustatud kohtuotsuse punktis 55 eelkõige, et BSGE ei ole esitanud tõendeid, mis näitaksid, missugustel objektiivsetel asjaoludel sai Baieri liidumaa teada, et BSGE või muud kolmandad isikud turustavad teatavaid asjaomaseid kaupu ja teenuseid.

15. Seepärast jättis Üldkohus hagi tervikuna rahuldamata.

IV. Menetlus Euroopa Kohtus

16. BSGE palub oma apellatsioonkaebuses Euroopa Kohtul:

- tühistada vaidlustatud kohtuotsus;
- tühistada kaubamärgi NEUSCHWANSTEIN registreering, ja
- mõista kohtukulud välja EUIPO-lt.

17. EUIPO palub Euroopa Kohtul jätta apellatsioonkaebus rahuldamata ja mõista kohtukulud välja BSGE-lt.

18. Baieri liidumaa palub Euroopa Kohtul jätta apellatsioonkaebus rahuldamata, mõista kohtukulud välja BSGE-lt ja jätta tema kohtukulud tema enda kanda.

19. 29. novembril 2017 toimunud kohtuistungil paluti BSGE-l, EUIPO-l ja Baieri liidumaal keskenduda oma suulistes seisukohtades apellatsioonkaebuse esimese väite teisele osale ja teise väite esimesele osale.

V. Apellatsioonkaebus

20. Vastavalt Euroopa Kohtu palvele on käesolevas ettepanekus keskendutud apellatsioonkaebuse esimese väite teisele osale ja teise väite esimesele osale.

A. Esimese väite teine osa, et on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c

1. Poolte argumendid

21. Esimese väite teises osas heidab BSGE Üldkohtule ette, et viimane eiras määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c aluseks olevat üldist huvi ja kohtupraktikat, mis tuleneb eelkõige 4. mai 1999. aasta kohtuotsusest Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230), kui otsustas vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et Neuschwansteini loss kui niisugune ei ole kaupade tootmise või teenuste osutamise koht ning seega ei saa vaidlusalune kaubamärk tähistada sellega kaitstavate kaupade või teenuste geograafilist päritolu.

22. BSGE sõnul on Neuschwansteini lossil konkreetne geograafiline asukoht ja seega võib tähis „NEUSCHWANSTEIN“ tähistada geograafilist päritolu määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses seepärast, et selles kohas turustatakse vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstavaid kaupu ja tooteid.

23. EUIPO ja Baieri liidumaa nõustuvad analüüsiga, mille Üldkohus esitas vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27.

24. EUIPO arvates ei ilmne kohtutoimikust, et vaidlusalust kaubamärki kasutataks selleks, et turustada konkreetseid suveniire ja pakkuda teatavaid teenuseid, mis läbi võib asjaomane avalikkus arvata, et tegemist on geograafilise päritolu tähisega. Ta leiab, et vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstavad kaubad ja teenused kujutavad endast tarbekaupa ja igapäevaeluks vajalikke teenuseid, neil ei ole eriomadusi ja need võivad muutuda suveniiriks üksnes siis, kui neile kantakse tähis „NEUSCHWANSTEIN“.

25. Baieri liidumaa arvab, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel võib olla välistatud konkreetse geograafilise asukohaga objekti nime registreerimine ELi kaubamärgina, kuid ainult siis, kui asjaomane tähis on objektiivselt neid kaupu ja teenuseid kirjeldav, mille registreerimist taotletakse, mis vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstavate kaupade ja teenuste puhul ei ole nii.

26. Baieri liidumaa sõnul ei piisa meeldivatest tunnetest või positiivsetest assotsiatsioonidest, mida vaidlusalune kaubamärk võib asjaomas avalikkuses esile kutsuda, ega sellega kaitstud kaupade ja teenuste turustamise kohast, et asuda seisukohale, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ tähistab geograafilist päritolu määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses.

2. Õiguslik hinnang

27. Määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt ei registreerita ELi kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad nende kaupade või teenuste geograafilist päritolu, millega seoses registreerimist taotletakse.

28. Väljakujunenud kohtupraktikas on otsustatud, et „[n]ii soovitakse [määruse nr 207/2009] artikli [7] lõike 1 punktiga c saavutada avaliku huvi eesmärki, nimelt seda, et tähised või märgid, mis kirjeldavad selliste kaupade või teenuste liiki, mille jaoks registreerimist taotletakse, oleksid kõikide jaoks vabalt kasutatavad, sealhulgas kollektiivkaubamärkidena või mitmeosalise või graafilise kaubamärgi osana. See säte takistab sellega hõlmatud märkide ja tähiste kasutamise ainuõiguse andmist ainult ühele ettevõtjale üksnes sellel põhjusel, et need on kaubamärkidena registreeritud“.²

29. Mis puudutab konkreetsemalt märke või tähiseid, mis võivad tähistada geograafilist päritolu, ja eelkõige kohanimed, siis Euroopa Kohus on otsustanud, et „üldine huvi nende kättesaadavuse säilitamiseks ei ole tingitud mitte ainult nende võimest kajastada asjaomaste kauba- ja teenuseliikide võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi, vaid ka võimest mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad ja teenused kohaga, mis võib kutsuda esile positiivseid tundeid“.³

30. Selle üldist huvi väljendava kaalutluse põhjal otsustas Euroopa Kohus, et tuleb kontrollida, kas kohanimi tähistab paika, millel on või võib sihtrühma silmis olla asjaomaste kauba- või teenuseliigiga seos, ning kui see on nii, tuleb selle nime registreerimisest ELi kaubamärgina keelduda.⁴

31. Nõue, et asjaomase kauba ja teenuse ning kohanime vahel eksisteerib niisugune seos või selle saaks luua, tuleneb mõistest „geograafiline päritolu“ endast. Seepärast peab kohanime Euroopa Liidu kaubamärgina registreerimisest keeldumiseks olema täidetud tingimus, et see nimi võib tähistada päritolu, see tähendab eksisteerib seos kauba või teenuse ja kohanime vahel,⁵ sest kohanimi iseenesest niisugust päritolu automaatselt ei näita. Väga hea näite kohaselt, mille tõi kohtujurist Cosmas, ei usu ükski inimene, et kaubamärgiga „Montblanc“ tähistatud pastapliiatsid pärinevad samanimeliselt mäelt.⁶

2 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 25). Vt selle kohta ka 8. aprilli 2003. aasta kohtuotsus, Linde jt (C-53/01–C-55/01, EU:C:2003:206, punkt 73), 6. mai 2003. aasta kohtuotsus, Libertel (C-104/01, EU:C:2003:244, punkt 52), 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus, Siseturu Ühtlustamise Amet vs. Wrigley (C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 31), 12. veebruari 2004. aasta kohtuotsus, Koninklijke KPN Nederland (C-363/99, EU:C:2004:86, punkt 54), 10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus, Agencja Wydawnicza Technopol vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 37), 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus, BSH vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-126/13 P, ei avaldata, EU:C:2014:2065, punkt 19) ning 6. juuli 2017. aasta kohtuotsus, Moreno Marín jt (C-139/16, EU:C:2017:518, punkt 23).

3 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 26).

4 Vt 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punktid 31–33 ja 37).

5 Vt selle kohta 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 33) ning kohtujurist Cosmas' ettepanek liidetud kohtuasjades Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1998:198, punktid 35–37).

6 Vt kohtujurist Cosmas' ettepanek liidetud kohtuasjades Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1998:198, punkt 35).

32. Nagu aga Euroopa Kohus on otsustanud, ei sõltu niisuguse seose olemasolu kauba ja kohanime vahel siiski ainult kohast, kus see toode valmistati või kus seda võib valmistada, vaid see võib sõltuda ka muudest seoseid loovatest asjaoludest, näiteks paik, kus toode välja töötati või konstrueeriti.⁷

33. Selles küsimuses otsustas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et Neuschwansteini loss ei ole kohanimi, vaid muuseumipaik, mille peamine otstarve on pärandi säilitamine, mitte suveniirtoodete valmistamine või turustamine või vastavate teenuste osutamine. Lisaks ei ole Neuschwansteini loss Üldkohtu arvates tuntud suveniirartiklite poolest, mida ei valmistata lossi territooriumil, vaid mida turustatakse ainult seoses turismiga. Seetõttu otsustas Üldkohus, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ ei tähista geograafilist päritolu määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses.

34. Mõistagi andis Üldkohus oma kohtuotsuses selles küsimuses hinnanguid faktilistele asjaoludele, mida ei saa apellatsioonkaebuses vaidlustada, kui just faktilisi asjaolusid ei ole moonutatud – mida BSGE ei väida.

35. Seda, kuidas õiguslikult kvalifitseerida teatavaid faktilisi asjaolusid, sealhulgas teha eelkõige kindlaks, kas tähis „NEUSCHWANSTEIN“ tähistab geograafilist päritolu, võib siiski käesoleva apellatsioonkaebuse raames analüüsida.

36. Minu arvates ei ole küsimus, kas Neuschwansteini loss on – nagu väidab BSGE – kohanimi või mitte või on see nii kuulus, et asjaomase avalikkuse silmis on „Neuschwansteini“ nimi tuntum kui selle paiga nimi, kus loss asub (milleks on Schwangau omavalitsusüksus), määrava tähtsusega. Oluline on hoopis see, et märgid ja tähised, mis ELi kaubamärgi moodustavad, tähistavad selle kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenuste geograafilise *päritolu*.

37. Just sel põhjusel heidab BSGE Üldkohtule ette, et viimane ei leidnud, et suveniirartiklite turustamise koht on asjaolu, mis võib luua seose nende kaupade ja tähise „NEUSCHWANSTEIN“ vahel ning tähistada seega geograafilist päritolu 4. mai 1999. aasta kohtuotsuse Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230) punkti 36 tähenduses.

38. Ma ei nõustu selle etteheitega järgmistel põhjustel.

39. Kõigepealt tuleb märkida, et õiguslikust seisukohast ei hõlma vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstavad kaubad suveniirtooteid, vaid vaidlustatud kohtuotsuse punktis 3 näidatud klassidesse kuuluvaid kaupu, näiteks t-särgid, noad, kahvlid, taldrikud, teekannud jms. Nizza kokkuleppe kohaselt ei ole olemas klassi „suveniirartiklid“, sest kui oleks, oleks see klass nii mitmekesine, et ei saaks tähistada konkreetset tooteliiki. Ka on suveniirid isikut, kohta või sündmust meenutavate esemetena esemed, mis kutsuvad esile emotsiooni. ELi kaubamärk ei saa aga hõlmata inimtundeid, sest need ei ole kaubad või teenused määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses. Sel põhjusel – ja vastupidi BSGE väitele – ei ole käesoleva apellatsioonkaebuse puhul küsimuse all mitte suveniirtoodete, vaid tarbekaupade geograafiline päritolu.

40. Mis puudutab turustamiskohta kui asjaolu, mis seob toote teatava geograafilise kohaga, siis ilmneb 4. mai 1999. aasta kohtuotsuse Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230) punktist 36, et Euroopa Kohus ei ole seoseid loovaid asjaolusid piiranud nii, et seose loob ainult asjaomaste kaupade valmistamise koht, sest ta otsustas, et „ei ole välistatud, et seos kaubaliigi ja geograafilise koha vahel sõltub muudest seoseid loovatest asjaoludest, näiteks asjaolust, et toode töötati välja ja konstrueeriti asjaomasel geograafilises kohas“.

7 Vt 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punktid 36 ja 37).

41. See ei tähenda siiski tingimata, et turustamiskoht võib olla asjaolu, mis loob seose asjaomase kauba või teenuse ja koha vahel ning seda isegi suveniirartiklite puhul. Nagu BSGE oma apellatsioonkaebuse punktis 28 nõustub, on täiesti võimalik, et vaidlusaluse kaubamärgiga tähistatud suveniirtoodet müüakse mujalgi kui Neuschwansteini lossi ümbruses. Juba niisuguse võimaluse olemasolu annab kaalu juurde argumendile, et vaidlusaluse kaubamärgiga tähistatud toote turustamise koht ei ole tingimata asjaolu, mis loob selle toote ja Neuschwansteini lossi vahel seose.

42. Lõpuks tuleb märkida, et turustamiskoht iseenesest ei näita geograafilist päritolu, sest toote müügikoht ei kirjelda selle omadusi, kvaliteeti või muid tunnuseid⁸ ning seega ei saa asjaomane avalikkus omistada tootele omadusi, kvaliteeti või muid tunnuseid selle asjaolu põhjal, et ostis selle teatavas geograafilises kohas. Asjaomane avalikkus võib aga niisuguse seose toote ning selle valmistamise või väljatöötamise ja konstrueerimise koha vahel luua arvamuse põhjal, et tootel on omadused, kvaliteet või muud tunnused (eelkõige teatav tehnoloogia, traditsioon või käsitööstuslik vorm), arvates, et see valmistati või töötati välja ja konstrueeriti teatavas geograafilises kohas. Näiteks seostab asjaomane avalikkus Limoges'i portselaniga teatavat kvaliteeti ning seega kirjeldab tähis „Limoges“ portselanist toodete puhul geograafilist päritolu.

43. Käsitletaval juhul ei väida BSGE, et asjaomane avalikkus omistab või võib omistada vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupadele ja teenustele teatavaid omadusi, kvaliteeti või muid tunnuseid asjaolu põhjal, et neid müüdi Neuschwansteini lossi territooriumil. Nagu Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27 otsustas, „ei ole Neuschwansteini loss tuntud suveniirartiklite poolest, mida seal müüakse, või teenuste poolest, mida seal pakutakse“.

44. Nendel põhjustel leian, et otsustades vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et vaidlusalune kaubamärk ei tähista sellega kaitstud kaupade või teenuste geograafilist päritolu, ei rikkunud Üldkohus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tõlgendamisel ja kohaldamisel õigusnormi. Seega tuleb esimese väite teine osa tagasi lükata.

B. Teise väite esimene osa, et on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b

1. Poolte argumendid

45. Teise väite esimese osaga kinnitab BSGE sisuliselt, et otsustades vaidlustatud kohtuotsuse punktides 41 ja 42, et vaidlusalusel kaubamärgil on eristusvõime, rikkus Üldkohus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b, sest ainuüksi tähise „NEUSCHWANSTEIN“ kandmisest suveniirartiklitele ei piisa, et eristada vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupu ja teenuseid kaupadest ja teenustest, mida pakutakse Neuschwansteini lossi ümbruses.

46. BSGE väidab ka, et Üldkohus jõuab oma arutluskäiguga algusesse tagasi, kui kinnitab vaidlustatud kohtuotsuse punktis 41, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ tähistab mitte üksnes lossi kui muuseumipaika, vaid ka vaidlusalust kaubamärki ennast. Nii on see ka vaidlustatud kohtuotsuse punktiga 42, milles Üldkohus otsustas, et vaidlusalune kaubamärk võimaldab turustada selle all kaupu või osutada teenuseid, mille kvaliteeti saab Baieri liidumaa kontrollida, ehkki see ei kujuta endast tegurit, mis näitab, et tähisel „NEUSCHWANSTEIN“ on eristusvõime, vaid selle ELi kaubamärgina registreerimise tagajärge. Nõnda teeb Üldkohus ennatliku otsuse küsimuses, kas see tähis võib kujutada endast ELi kaubamärki või mitte.

⁸ Vt 10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus, Agencja Wydawnicza Technopol vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 50).

47. EUIPO ja Baieri liidumaa leiavad, et teise väite esimene osa on vastuvõetamatu, sest selles ei ole tõstatatud õiguslikku küsimust ja sellega soovitakse saavutada, et Euroopa Kohus hindaks uuesti, kas tähisel „NEUSCHWANSTEIN“ on eristusvõime. EUIPO rõhutab, et ärielus juhtub sageli, et muuseumid, st kultuuripaiku ja turismi- või kultuuriobjekte haldavad äriühingud turustavad tooteid nende vastavate nimede all; neid nimesid kasutatakse kaubamärkidena.

48. Teise võimalusena väidab Baieri liidumaa, et teise väite esimene osa on põhjendamatu. Üldkohus tuvastas tema sõnul, et sihtrühm teab, et turismiobjektid ja muuseumid kujutavad endast ettevõtjaid, kes ei paku mitte ainult kultuurilist meelelahutust, vaid kes valmistavad ja turustavad tänapäeval oma põhiteenuse täiendamiseks ka tooteid oma tegevuskoha nime all. Üldkohtul märkis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 43 õigesti ka seda, et asjaomane avalikkus ei taju vaidlusalust kaubamärki ainult kui viidet lossile, vaid vähemalt „ka kui viidet asjaomaste kaupade ja teenuste kaubanduslikule päritolule“.

2. Õiguslik hinnang

a. Vastuvõetavus

49. Ma arvan nagu ka EUIPO ja Baieri liidumaa, et kuna BSGE heidab Üldkohtule ette, et viimane põhjendas tähise „NEUSCHWANSTEIN“ eristusvõimet nii, et see tähistab mitte üksnes lossi kui muuseumi, vaid ka vaidlusalust kaubamärki ennast, siis soovib ta saavutada, et Euroopa Kohus hindaks uuesti seda tähist, millel ei ole BSCE meelest eristusvõimet ja mida asjaomane avalikkus ei tohiks tajuda nii, et see viitab lossile. Nagu ilmneb Euroopa Kohtu väljakujunenud kohtupraktikast⁹, ei saa niisuguste argumentidele tuginedes apellatsioonkaebust esitada, välja arvatud juhul, kui faktilisi asjaolusid ja tõendeid on moonutatud – mida ei ole käsitletaval juhul väidetud.

50. Osas, milles BSGE heidab Üldkohtule ette seda, et viimane põhjendas ebapiisavalt seisukohta, et vaidlusalusel kaubamärgil on eristusvõime, tõstatab ta aga õigusliku küsimuse, millele saab apellatsioonkaebuse raames tugineda.¹⁰

b. Sisulised küsimused

51. Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab kohtuotsuse põhistusest selgelt ja üheselt nähtuma Üldkohtu arutluskäik, et huvitatud isik saaks teada vastuvõetud otsuse põhjenduse ja Euroopa Kohus saaks teostada kohtulikku kontrolli.¹¹

52. Minu arvates ei ole vaidlustatud kohtuotsuse punktid 41–43 ebapiisavalt põhjendatud ja seda järgmistel põhjustel.

53. Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 41 on sisuliselt märgitud, et vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaubad ja teenused kujutavad endast tarbekaupa ja igapäevaelus vajalikke teenuseid, erinedes suveniirtoodetest ja muudest turismiga seotud teenustest juba oma nimetuse poolest, sest see nimetus ei tähista mitte üksnes lossi kui muuseumipaika, vaid ka vaidlusalust kaubamärki ennast. Sellega kaitstud kaupade ja teenuste kohta otsustas Üldkohus, et asjaomaseid tooteid ei valmistata Neuschwansteini lossi territooriumil, vaid neid ainult turustatakse seal ning kõiki asjaomaseid teenuseid ei pakuta kohapeal.

⁹ Vt 4. juuli 2000. aasta kohtuotsus, Bergaderm ja Goupil vs. komisjon (C-352/98 P, EU:C:2000:361, punkt 35) ning 26. septembri 1994. aasta kohtumäärus, X vs. komisjon (C-26/94 P, EU:C:1994:346, punkt 13) ja 9. märtsi 2012. aasta kohtumäärus, Atlas Transport vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-406/11 P, ei avaldata, EU:C:2012:136, punkt 32).

¹⁰ Vt 5. juuli 2011. aasta kohtuotsus, Edwin vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-263/09 P, EU:C:2011:452, punkt 63 ja seal viidatud kohtupraktika).

¹¹ Vt 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus, Deutsche Telekom vs. komisjon (C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 136) ja 24. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus, 3F vs. komisjon (C-646/11 P, ei avaldata, EU:C:2013:36, punkt 63).

54. Asjaolu, et asjaomaseid kaupu ja teenuseid on kirjeldatud tarbekauba ja igapäevaelus vajalike teenustena, mis erinevad muudest kaupadest (suveniirartiklid) ja turismiga seotud teenustest juba oma nimetuse poolest, kujutab endast faktilise asjaolu tuvastamist, mida BSGE ei saa apellatsioonkaebuses vaidlustada, välja arvatud moonutamise korral – mida ei ole väidetud. Sama tuleb märkida seisukoha kohta, et esiteks ei valmistata vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupu Neuschwansteini lossi territooriumil, vaid neid turustatakse seal, ning teiseks ei pakuta vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud teenuseid kõiki kohapeal.

55. Vastupidi BSGE väitele ei jõua Üldkohus oma arutluskäiguga, mille kohaselt on tähis NEUSCHWANSTEIN samal ajal vaidlusalune kaubamärk ja selle lossi nimi, kus selle kaubamärgiga kaitstud kaupu ja teenuseid turustatakse, tagasi välja algusesse.

56. Kui – nagu käsitletaval juhul – tähis „NEUSCHWANSTEIN“ ei näita sellega kaitstud kaupade ja teenuste geograafilist päritolu, ei ole *à priori* midagi, mis keelaks Baieri liidumaal talle kuuluva muuseumipaiga nime ELi kaubamärgina registreerida. Niisugusel juhul on loomulik, et selle koha nimi ja kaubamärk on samad.

57. Seejärel otsustas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 42, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ ei kirjelda vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupu ja teenuseid, ning seda põhjendusel, et asjaomaseid kaupu ja teenuseid võimaldas teiste ettevõtjate kaupadest ja teenustest eristada ainult see, et see tähis oli neile kantud.

58. Kõigepealt ei ole Nizza kokkuleppes – nagu ma käesoleva ettepaneku punktis 39 märkin – niisuguste kaupade ja teenuste klassi, mida nimetatakse „suveniirartiklid“. Seepärast käsitles Üldkohus põhjendatult küsimust, kas tähis „NEUSCHWANSTEIN“ tähistab tarbekaupu ja igapäevaeluks vajalikke teenuseid, mitte suveniirartikleid.

59. Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt ei tohi Euroopa Liidu kaubamärk olla kirjeldav, kuid selle abil peab olema „võimalik määratleda seda kaupa, mille jaoks registreerimist taotletakse, ühelt kindlalt ettevõtjalt pärinevana ja seeläbi eristada seda teiste ettevõtjate kaupadest“.¹²

60. Üldkohus otsustas õigesti, et kuna tegemist on väljamõeldud nimega, mis tähendab: „luige uus kalju“, ei saa tähis „NEUSCHWANSTEIN“ vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupu ja teenuseid kirjeldada, sest see ei kirjelda nende omadusi, nagu kirjeldab näiteks sõnamärk „ecoDoor“ kaupade puhul, mis on energiatõhusad.¹³

61. Käsitletaval juhul võib tähise „NEUSCHWANSTEIN“ ning vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstavate kaupade ja teenuste vahel BSGE arvates esineda ainult see seos, et nende turustamiskohaks on samanimelise lossi ümbrus. Nagu ma aga käesoleva ettepaneku punktis 42 selgitasin, ei kujuta turustamiskoht endast vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupade ja teenuste omadust.¹⁴

62. Seega võib täielikult nõustuda Üldkohtu arutluskäiguga, mille kohaselt võimaldab asjaomasel avalikkusel asjaomaseid kaupu ja teenuseid teiste ettevõtjate omadest eristada ainult mittekirjeldav tähis „NEUSCHWANSTEIN“ (millel ei ole sihtrühma silmis mingit muud seost asjaomaste kaupade ja teenustega peale selle, et nende turustamiskohaks on samanimeline loss).

12 Vt 4. mai 1999. aasta kohtuotsus, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 46). Vt selle kohta ka 18. juuni 2002. aasta kohtuotsus, Philips (C-299/99, EU:C:2002:377, punkt 35), 8. aprilli 2003. aasta kohtuotsus, Linde jt (C-53/01–C-55/01, EU:C:2003:206, punkt 40) ja 6. mai 2003. aasta kohtuotsus, Libertel (C-104/01, EU:C:2003:244, punkt 62).

13 Vt 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus, BSH vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-126/13 P, ei avaldata, EU:C:2014:2065, punktid 24–27).

14 Meenutan, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktide b ja c kohaldamisalad kattuvad selles mõttes, et kirjeldav tähis ei saa olla eristav. Vt 12. veebruari 2004. aasta kohtuotsus, Koninklijke KPN Nederland (C-363/99, EU:C:2004:86, punktid 67, 85 ja 86) ja 10. märtsi 2011. aasta kohtuotsus, Agencja Wydawnicza Technopol vs. Siseturu Ühtlustamise Amet (C-51/10 P, EU:C:2011:139, punktid 46 ja 47).

63. Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 43 lükkas Üldkohus tagasi BSGE ja EUIPO viienda apellatsioonikoja argumendid, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ on reklaamvahend ja reklaamlause. Ta tuvastas aga, et see võimaldab asjaomasel avalikkusel nii eristada vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupade ja teenuste päritolu kui ka viidata lossi külastamisele. Niisugune kahekordne otstarve tuleneb paratamatult sellest, et muuseumipaiga omanik otsustas selle paiga nime ELi kaubamärgina registreerida – mis ei ole sugugi keelatud. Selles mõttes sedastas Üldkohus, et tähisel „NEUSCHWANSTEIN“ on eristusvõime, sest see võimaldab asjaomasel avalikkusel vaidlusaluse kaubamärgiga kaitstud kaupu ja teenuseid seostada Baieri liidumaaga.

64. Nendel põhjustel leian, et teise väite esimene osa tuleb tagasi lükata.

VI. Ettepanek

65. Nendel põhjustel ja ilma et see piiraks apellatsioonkaebuse teiste väidete analüüsimist, teen Euroopa Kohtule ettepaneku lükata apellatsioonkaebuse esimese väite teine osa ja teise väite esimene osa tagasi.