



Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (kümnes koda)

11. juuni 2020*

Apellatsioonkaebus – Euroopa Liidu kaubamärk – Määrus (EÜ) nr 207/2009 – Vastulause – Artikli 8 lõike 1 punkt b – Segiajamise tõenäosus – Vastandatud tähiste sarnasuse hindamine – Varasema kaubamärgi eristusvõime hindamine

Kohtuasjas C-115/19 P,

mille ese on Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 56 alusel 14. veebruaril 2019 esitatud apellatsioonkaebus,

China Construction Bank Corp., asukoht Peking (Hiina), esindajad: *solicitor* A. Carboni ja *solicitor* J. Gibbs,

apellant,

teised menetlusosalised:

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindajad: J. Ivanauskas ja D. Botis,

kostja esimeses kohtuastmes,

Groupement des cartes bancaires, asukoht Pariis (Prantsusmaa), esindaja: advokaat C. Herissay-Ducamp,

menetlusse astuja esimeses kohtuastmes,

EUROOPA KOHUS (kümnes koda),

koosseisus: koja president I. Jarukaitis, kohtunikud M. Ilešič (ettekandja) ja C. Lycourgos,

kohtujurist: G. Hogan,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

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

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: inglise.

otsuse

- 1 China Construction Bank Corp. (edaspidi „CCB“) palub oma apellatsioonikaebusega tühistada Euroopa Liidu Üldkohtu 6. detsembri 2018. aasta kohtuotsuse (T-665/17, edaspidi „vaidlustatud kohtuotsus“, EU:T:2018:879), millega jäeti rahuldamata tema hagi, milles ta palus tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) esimese apellatsioonikoja 14. juuni 2017. aasta otsuse (asi R 2265/2016-1), mis käsitleb Groupement des cartes bancaires'i ja CCB vahelist vastulausemenetlust (edaspidi „vaidlusalune otsus“).

Õiguslik raamistik

- 2 Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrust (EÜ) nr 207/2009 [Euroopa Liidu] kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) muudeti Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta määrusega (EL) 2015/2424 (ELT 2015, L 341, lk 21), mis jõustus 23. märtsil 2016. Nimetatud määrus tunnistati hiljem kehtetuks ja asendati alates 1. oktoobrist 2017 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määrusega (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1). Võttes aga arvesse vaidluse aluseks olevate asjaolude asetleidmise aega, tuleb apellatsioonkaebust analüüsida määruse nr 207/2009 materiaalõigusnormide alusel.
- 3 Määruse nr 207/2009 artiklis 8 oli sätestatud:

„1. Varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral ei registreerita taotletavat kaubamärki, kui:

[...]

- b) 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 kaubamärki seostatakse varasema kaubamärgiga.

[...]

5. [V]arasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral [ei registreerita] taotletavat kaubamärki, kui see on identne või sarnane varasema kaubamärgiga ning seda tahetakse registreerida kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nendega, mille jaoks on registreeritud varasem kaubamärk, kui varasema [ELi] kaubamärgi olemasolul on see omandanud [liidus] maine ja varasema siseriikliku kaubamärgi olemasolul on see omandanud maine asjaomasel liikmesriigis ning kui taotletava kaubamärgi kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks varasema kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist.“

Vaidluse taust ja vaidlusalune otsus

- 4 CCB esitas 14. oktoobril 2014 EUIPO-le taotluse registreerida ELi kaubamärgina järgmine tähis:



- 5 Teenused, 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 36 ning vastavad järgmisele kirjeldusele: „pangandusteenused, finantskalkulatsioonid (kindlustus, pangad, kinnisvara); rahastamisteenused; krediit- ja deebetkaarditeenused; väärtesemete hoiustamine; antiikesemete hindamine; vahendus; garantiiteenused; usaldusteenused“.
- 6 Groupement des cartes bancaires esitas 7. mail 2015 taotletava kaubamärgi registreerimisele kõigi eelmises punktis nimetatud teenuste osas vastulause. Vastulause põhines varasematel õigustel, sealhulgas 12. novembril 1999 registreeritud ELi kaubamärgil:



- 7 See kaubamärk on registreeritud järgmiste Nizza kokkuleppe klassi 36 kuuluvate teenuste jaoks: „kindlustus ja rahandus, st kindlustuslepingute sõlmimine, börsindus; reisitšekkide ja akreditiivide väljastamine; finants-, valuuta- ja pangaoperatsioonid; [...] rahavoogude elektrooniline juhtimine; [...] ettemaksekaartide, maksekaartide, krediitkaartide, deebetkaartide väljastamine ja -teenused; [...] elektroonilised ülekanded; [...] sularahaautomaatide kaudu kaardiomanikule pakutavad finantstehingute teenused; [...] mis tahes sidevahendi kaudu finantsteabe andmise teenused; [...]“.
- 8 Vastulause alusena toodi esile määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punktis b ja artikli 8 lõikes 5 sisalduvad põhjendused.
- 9 EUIPO vastulausete osakond rahuldab 4. oktoobril 2016 vastulause põhjusel, et esineb segiajamise tõenäosus määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses. Ta ei uurinud selle määruse artikli 8 lõikel 5 põhinevat põhjendust.
- 10 CCB esitas kaebuse, mis jäeti vaidlusaluse otsusega rahuldamata.
- 11 EUIPO esimene apellatsioonikoda leidis selles otsuses, et asjaomane avalikkus koosneb osaliselt erialaasjatundjatest ja osaliselt lõpptarbijatest või laiast avalikkusest, kelle tähelepanelikkuse aste on kõrge.
- 12 Segiajamise tõenäosuse hindamise seisukohast pidas ta asjakohaseks territooriumiks kogu liidu territooriumi, tuletades samas meelde, et taotletava kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks piisab segiajamise tõenäosuse tuvastamisest teatavas liidu osas.
- 13 Seejärel leidis apellatsioonikoda, et varasema kaubamärgi kasutamise tõttu tunneb asjaomane Prantsuse avalikkus selles kaubamärgis ära viite „CB“ kaartidele. Tema väitel on EUIPO neljanda apellatsioonikoja 27. augusti 2014. aasta otsuses asjas R 944/2013-4, mis käsitleb Groupement des cartes bancaires'i ja CCB vahelist vastulausemenetlust seoses sõnalise tähisega CCB, mille registreerimist ELi kaubamärgina

taotleti, juba tuvastatud, et sõnamärk CB on Prantsusmaal omandanud maine seoses teenustega, mis kuuluvad Nizza kokkuleppe klassi 36. Groupement des cartes bancaires'i poolt käesolevas kohtuasjas esitatud tõendid kinnitavad selle maine säilimist.

- 14 Vastandatud tähiste võrdluse osas leidis EUIPO esimene apellatsioonikoda varasema kaubamärgi mainet Prantsusmaal arvesse võttes, et seda kaubamärki tajutakse hoolimata sellest, et see on tugevalt stiliseeritud, täheühendina „CB“. Taotletava kaubamärgi kujutisosa on üksnes kõrvalise tähtsusega võrreldes domineeriva osaga, mis koosneb täheühendist „CCB“.
- 15 Järelikult on vastandatud tähised visuaalselt teataval määral sarnased. Peale selle on asjaomased tähised foneetiliselt keskmisest sarnasemad. Seevastu kontseptuaalsest küljest ei ole võrdlust võimalik läbi viia.
- 16 EUIPO esimene apellatsioonikoda leidis, et arvestades vastandatud tähistega tähistatud teenuste identsust, nende tähiste sarnasust ning varasema kaubamärgi mainet Prantsusmaal, ei piisa segiajamise tõenäosuse välistamiseks vastandatud tähiste erinevustest ja keskmisest tähelepanelikumast asjaomasest avalikkusest.
- 17 Ta lisas, et asjaolu, et tarbijad ei kasuta teatavaid taotletava kaubamärgiga tähistatud CCB teenuseid regulaarselt, suurendab võimalust, et isegi neid tarbijaid, kes, on väga tähelepanelikud viib eksitusse neile vastandatud tähiste välimusest jäänud ebatäpne mälu pilt.
- 18 Kõigil neil põhjustel leidis EUIPO esimene apellatsioonikoda, et Prantsusmaal esineb segiajamise tõenäosus ning seetõttu otsustas EUIPO vastulausete osakond põhjendatult vastulause rahuldada.

Menetlus Üldkohtus ja vaidlustatud kohtuotsus

- 19 CCB esitas 27. septembril 2017 Üldkohtule hagi.
- 20 Ta esitas muu hulgas väite määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumise kohta. Selle väitega vaidlustas CCB EUIPO esimese apellatsioonikoja hinnangu varasema kaubamärgi eristusvõime ja vastandatud tähiste sarnasuse kohta ning igakülgse hinnangu segiajamise tõenäosuse kohta.
- 21 Mis puutub varasema kaubamärgi eristusvõimesse, siis heitis CCB EUIPO esimesele apellatsioonikojale ette eelkõige seda, et viimane ei olnud nõuetekohaselt määranud kindlaks teenuseid, millega seoses ta leidis, et kaubamärk on mainekas. CCB sõnul ei võimalda Groupement des cartes bancaires'i esitatud tõendid tuvastada kõnealuse kaubamärgi mainet seoses kõigi sellega hõlmatud teenustega.
- 22 Mis puutub vastandatud tähiste sarnasuse hindamisse, siis väitis CCB eelkõige, et EUIPO esimene apellatsioonikoda eksis selle hindamise käigus varasema kaubamärgi mainet arvesse võttes. Vaidlusaluses otsuses analüüsiti kõnealust kaubamärki nii, nagu oleks tegemist sõnamärgiga. Samamoodi analüüsiti taotletavat tähist tähise sõnalise osa alusel, võtmata arvesse selle kujutisosa.
- 23 Üldkohus jättis hagi põhjendamatusse tõttu rahuldamata.

Apellatsioonimenetluse poolte nõuded

- 24 CCB palub Euroopa Kohtul:
 - tühistada vaidlustatud kohtuotsus;
 - lahendada kohtuasi või teise võimalusena saata asi tagasi Üldkohtule, ja

- jätta EUIPO ja kõigi menetlusse astujate kohtukulud nende endi kanda ja mõista neilt välja CCB kohtukulud käesolevas menetluses ja esimeses kohtuastmes.

25 EUIPO palub Euroopa Kohtul:

- jätta apellatsioonkaebus rahuldamata ja
- mõista kohtukulud välja CCB-lt.

Apellatsioonkaebus

Poolte argumendid

26 CCB tugineb apellatsioonkaebuses kolmele väitele.

27 Esimeses väites heidab ta Üldkohtule ette õigusnormi rikkumist segiajamise tõenäosuse olemasolu hindamisel ja seeläbi määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist.

28 Väide koosneb neljast osast.

29 Esiteks väidab ta, et Üldkohus rikkus õigusnormi, kui ta võttis vastandatud tähiste sarnasuse hindamise etapis arvesse varasema kaubamärgi mainet ning võttis segiajamise tõenäosuse igakülgsele hindamisel seda mainet uuesti arvesse. Nii on Üldkohus varasema kaubamärgi eristusvõimet kahekordselt arvestanud.

30 CCB rõhutab, et vastandatud tähiste sarnasuse hindamine on iseseisev analüüs. Üksnes segiajamise tõenäosuse igakülgsele hindamise raames mängib varasema kaubamärgi eristusvõime suurust rolli, nagu on ka vastandatud tähiste ning asjaomaste kaupade või teenuste sarnasuse astme puhul.

31 Teiseks eiras Üldkohus asjaolu, et vastandatud tähised on olemuselt kujutismärgid. Ta analüüsis neid tähiseid nii, nagu oleks tegemist sõnaliste tähistega, jättes seega tähelepanuta kohtupraktika määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b kohta, mille kohaselt peab vastandatud tähiste sarnasuse hindamine põhinema tähistest kui tervikust jääval üldmuljel, mis hõlmab ilmselgelt ka nende kujutisosi.

32 Jättes vastandatud tähiste kujutismärgi olemuse arvesse võtmata, omistas Üldkohus ekslikult samaväärse tähtsuse tähiste visuaalsele ja foneetilisele võrdlusele. Kuna kõnealuste tähistes sisaldub vastavate ettevõtjate logo ja logo oma olemuselt täidab visuaalse teadaande rolli, siis oleks Üldkohus pidanud omistama visuaalsele võrdlusele suurema tähtsuse. Ta ülehindas foneetilise võrdluse olulisust.

33 Kolmandaks tegi Üldkohus vigu nende teenuste kindlakstegemisel, millega seoses ta leidis, et varasem kaubamärk on mainekas ja sel on seetõttu suur eristusvõime. Üldkohtu järeldust, et varasema kaubamärgi suur eristusvõime laieneb „finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonidele“, ei toeta tõendid ning seda ei ole ka põhjendatud. Üldkohus tugines selles järelduses varasema kaubamärgi mainele, kuigi maine oli tõendatud vaid piiratud arvu selle kaubamärgiga hõlmatud teenuste osas. Lisaks jättis Üldkohus üheselt tuvastamata, et EUIPO esimene apellatsioonikoda ei oleks tohtinud tugineda EUIPO neljanda apellatsioonikoja otsusele asjas R 944/2013-4, mis puudutas asjaomaste ettevõtjate sõnamärke ja millel oli seega teistsugune ese kui käesolevas asjas.

34 Neljandaks jättis Üldkohus segiajamise tõenäosuse olemasolu igakülgsele hindamise läbi viimata.

- 35 Mitut asjakohast tegurit ei ole arvesse võetud. Nii oleks CCB arvates asjaolu, et asjaomane avalikkus on väga tähelepanelik, tulnud segiajamise tõenäosuse igakülgisel hindamisel arvesse võtta, kuna selline asjaolu muudab vähem tõenäoliseks, et avalikkusele on vastandatud tähistest jäänud ebatäpne mälupeilt ning sellest tulenevalt ajab ta taotletava kaubamärgiga tähistatud teenuste ja varasema kaubamärgiga tähistatud teenuste päritolu segi. Selle asemel, et seda asjaolu arvesse võtta, tugines Üldkohus aga üldisele kaalutlusele, et asjaomasel avalikkusel on vastandatud tähistest ebatäpne mälupeilt.
- 36 Teine väide puudutab Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 36 rikkumist, mis käsitleb kohtuotsuse põhjendamise nõuet, mis on Üldkohtu suhtes kohaldatav põhikirja artikli 53 esimese lõigu alusel.
- 37 Eelkõige jättis Üldkohus põhjendamata järelduse, mille kohaselt varasem kaubamärk on mainekas ja seega on sellel finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonidega seoses suur eristusvõime. Ta ei esitanud ühtegi selgitust selle kohta, kuidas saab nii üldist järeldust põhjendada varasema kaubamärgi kasutamise tõenditega, mis puudutasid konkreetselt maksekaarte.
- 38 Kolmandas väites, mille CCB esitab teise võimalusena, heidetakse Üldkohtule ette faktiliste asjaolude ja tõendite moonutamist esiteks seoses sellega, et ta ei võtnud arvesse, et vastandatud tähised on kujutismärgid, teiseks tugines EUIPO neljanda apellatsioonikoja otsusele asjas R 944/2013-4 ja kolmandaks omistades varasemale kaubamärgile finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonide osas suure eristusvõime.
- 39 EUIPO sõnul tuleb apellatsioonkaebus jätta rahuldamata.
- 40 Esimese väite esimese osa kohta märgib ta, et EUIPO esimene apellatsioonikoda ja Üldkohus analüüsisid varasema kaubamärgi graafilist kujutist ning nad leidsid õigesti, et vaatamata selle kaubamärgi stiliseeringule tajub asjaomane avalikkus seda kui akronüümi „CB“.
- 41 Vastandatud tähiste sarnasuse hindamise raames viidati varasema kaubamärgi mainele üksnes ammendavuse huvides. Isegi kui seda mainet ei oleks sarnasuse hindamise raames üldse arvesse võetud, oleks järeldus selle kohta, kuidas asjaomane avalikkus varasemat kaubamärki tajub, ikkagi see, mida leidis Üldkohus.
- 42 EUIPO märgib lisaks, et apellatsioonikoda ja Üldkohus võisid nimetatud mainet arvesse võtta. Ta märgib, et vastandatud tähiste sarnasust ei saa hinnata üksnes nende tähiste graafilise kujutise põhjal. Kohtupraktikast tuleneb nimelt, et nende tähiste võrdlus peab põhinema avalikkuse tajul. Seetõttu on selle võrdluse seisukohast asjakohased kõik elemendid, mis võivad seda taju mõjutada, nagu varasema kaubamärgi maine.
- 43 Mis puutub esimese väite teise osasse, siis väidab EUIPO, et enamik CCB argumente vastandatud tähiste võrdluse kohta puudutavad faktilisi asjaolusid ning on seetõttu vastuvõetamatud.
- 44 Lisaks märgib ta, et Üldkohus tuvastas õigesti, et varasema kaubamärgi stiliseering ei ole piisavalt silmatorkav, et takistada asjaomasel avalikkusel keskendada oma tähelepanu tähekombinatsioonile „CB“. Seega heidab CCB Üldkohtule ekslikult ette, et viimane analüüsis vastandatud tähiseid nii, nagu oleks tegemist sõnaliste tähistega.
- 45 EUIPO arvates tuleb esimese väite kolmas osa vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata, kuna see puudutab faktilisi asjaolusid.
- 46 Argumendid, millele CCB selle osa raames tugineb, on igal juhul põhjendamatud.
- 47 Mis puutub konkreetselt teenustesse, mida tuleb arvesse võtta, siis leiab EUIPO, et ei ole vaja tuvastada suurt eristusvõimet teatava suure kauba- või teenuseliigi iga konkreetse elemendi suhtes, mida asjaomane kaubamärk tähistab.

- 48 Esimese väite neljanda osa kohta märgib EUIPO, et asjaomase avalikkuse kõrge tähelepanelikkuse aste ei välista, et sellele avalikkusele on jäänud vastandatud tähistest ebatäpne mälupeilt.
- 49 EUIPO arvates tuleb ka teine väide tagasi lükata.
- 50 Üldkohus selgitas nõuetekohaselt, miks ta lükkas tagasi CCB argumendid, mille kohaselt ei ole tõendatud, et varasemal kaubamärgil on suur eristusvõime seoses finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonidega.
- 51 Nimelt märkis Üldkohus, et EUIPO esimese apellatsioonikoja järeldus varasema kaubamärgi suure eristusvõime kohta oli kõnealusel juhul esitatud tõenditega piisavalt põhjendatud. Sellest nähtub, et muu hulgas ei olnud asjakohane analüüsida küsimust, kas apellatsioonikoda viitas EUIPO neljanda apellatsioonikoja otsusele asjas R 944/2013-4 põhjendatult. Nimelt ei saanud selline analüüs mõjutada varasema kaubamärgi suure eristusvõime tuvastamist.
- 52 Mis lõpuks puutub kolmandasse väitesse, siis leiab EUIPO, et CCB on jätnud täpsustamata milliseid faktilisi asjaolusid ja tõendeid, on tema arvates Üldkohus moonutanud, ning ta ei ole ka viidanud vaidlustatud kohtuotsuse konkreetsetele lõikudele, millest selline moonutamine ilmselgelt tuleneb.
- 53 See väide on igal juhul põhjendamata. Vastupidi CCB väidetele ei jätnud Üldkohus arvestamata, et vastandatud tähised on kujutismärgid, ta viitas EUIPO neljanda apellatsioonikoja otsusele asjas R 944/2013-4 üksnes ammendavuse huvides ning leidis õigesti, et varasem kaubamärk on kõigi asjaomaste teenustega seoses väga eristusvõimeline.

Euroopa Kohtu hinnang

- 54 Kui vastulause põhineb varasemal üksikkaubamärgil, tuleb segiajamise tõenäosust määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses mõista nii, et avalikkus võib arvata, et selle kaubamärgiga ning taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjalt. Sellise ohu olemasolu tuleb hinnata igakülselt, arvestades kõiki konkreetsetes asjas tähtsust omavaid tegureid (5. märtsi 2020. aasta kohtuotsus *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi vs. EUIPO*, C-766/18 P, EU:C:2020:170, punktid 63 ja 67 ning seal viidatud kohtupraktika).
- 55 Need tegurid hõlmavad eelkõige vastandatud tähiste ning nendega tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse astet, varasema kaubamärgi maine tugevust ja selle olemusest tuleneva või kasutamise käigus omandatud eristusvõime suurust (24. märtsi 2011. aasta kohtuotsus *Ferrero vs. Siseturu Ühtlustamise Amet*, C-552/09 P, EU:C:2011:177, punkt 64, ja 4. märtsi 2020. aasta kohtuotsus *EUIPO vs. Equivalenza Manufactory*, C-328/18 P, EU:C:2020:156, punkt 57).
- 56 Mis puutub esimese väite esimesse osasse, milles CCB heidab Üldkohtule ette seda, et viimane võttis vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel ekslikult arvesse varasema kaubamärgi mainet ja seega ka eristusvõimet, siis tuleb meenutada, et vastandatud tähiste sarnasuse hindamine seisneb visuaalses, foneetilises ja kontseptuaalses võrdluses, mis põhineb üldmuljel, mis neist tähisest nende olemuslike tunnuste tõttu jääb asjaomase avalikkuse mällu (4. märtsi 2020. aasta kohtuotsus *EUIPO vs. Equivalenza Manufactory*, C-328/18 P, EU:C:2020:156, punkt 71 ja seal viidatud kohtupraktika), samas kui varasema kaubamärgi eristusvõime on seotud kaubamärgi võimega identifitseerida kaupu ja teenuseid, mille jaoks see on registreeritud, teatavalt ettevõtjalt pärinevana, ja seega eristada neid kaupu ja teenuseid muude ettevõtjate omadest (vt seoses ELi kaubamärgi eristusvõimega 13. septembri 2018. aasta kohtuotsus *Birkenstock Sales vs. EUIPO*, C-26/17 P, EU:C:2018:714, punkt 31 ja seal viidatud kohtupraktika).

- 57 Mis puutub täpsemalt mainesse, siis tuleb meenutada, et kaubamärgil on maine siis, kui seda teab asjaomase territooriumi olulises osas märkimisväärne osa avalikkusest, keda asjaomased kaubad või teenused puudutavad. Sellega seoses tuleb eelkõige arvesse võtta kaubamärgi turuosa, kasutamise intensiivsust, geograafilist ulatust ja kestust ning ettevõtja poolt selle edendamiseks tehtud investeeringute mahtu (28. juuni 2018. aasta kohtuotsus EUIPO vs. Puma, C-564/16 P, EU:C:2018:509, punktid 55 ja 56 ning seal viidatud kohtupraktika).
- 58 Seega, vastupidi vastandatud tähiste sarnasuse tegurile ei eelda varasema kaubamärgi maine ja eristusvõime tegur erinevate tähiste võrdlemist, vaid puudutab üksnes ühte tähist, nimelt seda, mis vastulause esitaja taotlusel on kaubamärgina registreeritud. Kuna nende kahe teguri ulatus on seega täiesti erinev, ei võimalda neist ühe uurimine teha järeldusi teise kohta. Isegi juhul, kui varasemal kaubamärgil on maine tõttu suur eristusvõime, ei võimalda see asjaolu kindlaks teha, kas ja kui jah, siis mil määral, on see kaubamärk taotletava kaubamärgiga visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt sarnane.
- 59 Seetõttu on väär hinnata vastandatud tähiste sarnasust varasema kaubamärgi maine alusel.
- 60 Käesoleval juhul leidis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse vastandatud tähiste sarnasust käsitleva osa punktides 52 ja 53, et teatava kaubamärgi maine ja suur eristusvõime võivad olla kaubamärgist jäävas üldmuljes domineeriva osa kindlakstegemisel asjakohased. Ta järeldas kohtuotsuse punktis 54 sellest, et varasema kaubamärgi mainet arvestades oli EUIPO esimesel apellatsioonikojal alust leida, et asjaomane avalikkus tajub seda kaubamärki sõnalise osana, mis koosneb täheühendist CB. Ta järeldas sama otsuse punktis 58, et apellatsioonikoda võttis vastandatud tähiste võrdlemisel õigesti arvesse peamiselt varasema kaubamärgi seda koostisosa.
- 61 Siinkohal olgu märgitud, et kuigi tähise domineeriva osa kindlakstegemine võib vastandatud tähiste võrdlemisel tõepoolest osutada asjakohaseks (22. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus BGW, C-20/14, EU:C:2015:714, punkt 37 ja seal viidatud kohtupraktika), ei tähenda see siiski, et selle tähise kui terviku maine ja eristusvõime ulatus võimaldavad kindlaks teha, milline selle tähise koostisosa on asjaomase avalikkuse taju seisukohalt domineeriv.
- 62 Vastupidi, määrust nr 207/2009 ei saa mõista nii, et kaubamärgi maine või suur eristusvõime võivad vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel viia järelduseni, et üks selle koostisosa domineerib teise osa üle.
- 63 Üldkohus kinnitas vaidlustatud kohtuotsuse punktis 52, et varasema kaubamärgi maine „võib mõjutada seda, kuidas selle kaubamärgi eri osade vahelisi seoseid tajutakse“. Sellise tugevalt stiliseeritud sõnamärgi nagu asjaomase varasema kaubamärgi maine põhineb aga just sellel, et oluline osa asjaomasest avalikkusest teab kõiki selle kaubamärgi moodustavaid nii sõnalisi kui kujutisosasid.
- 64 Sellest tuleneb, et Üldkohus rikkus käesoleva kohtuotsuse punktis 59 nimetatud õigusnormi, kui ta leidis, et EUIPO esimesel apellatsioonikojal oli alust järeldada varasema kaubamärgi mainest ja suurest eristusvõimest, et seda tajutakse sõnalise osana CB, et see sõnaline osa on seega domineeriv ja et see peab omakorda domineerima vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel. Järelikult on esimese väite esimene osa põhjendatud.
- 65 Kuna varasema kaubamärgi mainet ja eristusvõimet on lisaks analüüsitud vaidlustatud kohtuotsuse punktides 38–48 ning neid on seejärel kohtuotsuse punktis 67 segiajamise tõenäosuse igakülgsel hindamisel arvesse võetud, siis tuleb veel kindlaks teha, kas Üldkohtu analüüsi see osa on jätetud piisavalt põhjendamata, nagu märgib CCB oma teises väites.

- 66 Täpsemalt heidab CCB Üldkohtule ette, et viimane tuvastas vastuseks käesoleva kohtuotsuse punktis 21 kokkuvõtlikult esitatud argumentidele, seda järeldust piisavalt põhjendamata, et varasem kaubamärk on mainekas ja seetõttu on sellel üldiselt seoses teenustega „finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonid“ suur eristusvõime.
- 67 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab Üldkohtu otsuse põhjendusest selgelt ja üheselt selguma Üldkohtu arutluskäik, mis võimaldab huvitatud isikutel mõista tehtud otsuse põhjusi ja Euroopa Kohtul teostada kohtulikku kontrolli (1. detsembri 2016. aasta kohtuotsus *Klement vs. EUIPO*, C-642/15 P, ei avaldata, EU:C:2016:918, punkt 24 ja seal viidatud kohtupraktika). Küsimus, kas Üldkohtu otsuse põhjendused on vastuolulised või ebapiisavad, kujutab endast õiguslikku küsimust, mida võib apellatsioonkaebuses tõstatada (4. märtsi 2020. aasta kohtuotsus *EUIPO vs. Equivalenza Manufactory*, C-328/18 P, EU:C:2020:156, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 68 Vaidlustatud kohtuotsuse punktides 39–41 märkis Üldkohus seda üksikasjalikult põhjendades, et vaidlusaluses otsuses varasema kaubamärgi maine kohta esitatud hinnangu võib samastada EUIPO esimese apellatsioonikoja järeldusega, et sellel kaubamärgil on suur eristusvõime.
- 69 Seejärel väljendas ta kohtuotsuse punktis 44 selgelt, et kuigi CCB ei vaidlusta varasema kaubamärgi maine olemasolu seoses teatavate teenustega, väidab ta, et mainet ei saa tuvastada kõigi selle kaubamärgiga hõlmatud teenuste puhul. Üldkohus leidis nimetatud kohtuotsuse punktis 45, et CCB nendele argumentidele vastamiseks tuleb uurida, kas on põhjendatud vaidlusaluses otsuses sisuliselt esitatud hinnang, mille kohaselt on varasem kaubamärk mainekas seoses teenuste „finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonid“ üldise kategooriaga.
- 70 Üldkohus leidis sama kohtuotsuse punktis 46, et see hinnang on vaidlusaluse otsuse punktides 22–24 nõuetekohaselt põhjendatud, kuna nendes punktides sisalduvad andmed tõendavad varasema kaubamärgi tähtsust ja mainet Prantsuse maksesüsteemis ja pangakaarditehingute tegemisel Prantsusmaal.
- 71 Viimasega seoses tuleb märkida, et CCB väidab õigesti, et varasema kaubamärgi tähtsus ja maine pangakaarditehingute süsteemis võimaldavad küll mõista, miks Üldkohus leidis, et sellel kaubamärgil on suur eristusvõime pangakaardiga tehtavate makseteenuste osas, kuid ei selgita kuidagi, miks on varasemal kaubamärgil üldiselt suur eristusvõime finants-, valuuta- ja pangandusoperatsioonide valdkonnas.
- 72 Selles kontekstis tuleb meenutada, et kaubamärgi eristusvõimet tuleb hinnata lähtudes sellega hõlmatud kaupadest või teenustest ning sellest, kuidas sihtrühm seda eeldatavalt tajub. Sellest tuleneb, et eristusvõime suurus tuleb kindlaks määrata eelkõige asjaomase kaubamärgi turuosa, kasutamise intensiivsust, geograafilist ulatust ja kestust ning seda, milline osa asjaomasest sihtrühmast tunneb selle kaubamärgi alusel kõnealused kaubad või teenused konkreetse ettevõtja kaupade või teenustena ära (22. juuni 1999. aasta kohtuotsus *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, EU:C:1999:323, punktid 22 ja 23, ning 19. juuni 2014. aasta kohtuotsus *Oberbank jt*, C-217/13 ja C-218/13, EU:C:2014:2012, punktid 39 ja 41).
- 73 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 46 viidatakse sellistele asjaoludele, kuid need puudutavad varasema kaubamärgi turuosa ja selle kaubamärgi kasutamise intensiivsust Prantsusmaal seoses konkreetsetelt nende teenustega, mis võimaldavad teha pangakaarditehinguid.
- 74 Nagu Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 45 märkis, tuleb selle kindlakstegemiseks, kas avalikkus võib need omavahel segi ajada, kontrollida varasema kaubamärgi eristusvõimet seoses teenustega „finantsoperatsioonid“, „valuutaoperatsioonid“ ja „pangandusoperatsioonid“, kuna need teenused kuuluvad varasema kaubamärgiga hõlmatud teenuste hulka ja on taotletava kaubamärgiga hõlmatud teenustega pealegi suures osas identsed.

- 75 Hiljem Üldkohus seda aga ei analüüsinud. Ta piirdus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 46 viitega mainele, mis varasemal kaubamärgil on nende teenuste konkreetse alamkategorias, mis võimaldab sooritada pangakaardiga tehinguid. Ühtlasi piirdus ta kohtuotsuse punktis 47 sellega, et lükkas tagasi CCB kriitika selle kohta, et vaidlusaluses otsuses võeti arvesse EUIPO neljanda apellatsioonikoja otsust asjas R 944/2013-4.
- 76 Seega ilmneb, et vaidlustatud kohtuotsuses ei ole esitatud hinnangut varasema kaubamärgi maine ja eristusvõime kohta, mis oleks nõuetekohaselt antud seoses selle kaubamärgiga hõlmatud teenustega „finantsoperatsioonid“, „valuutaoperatsioonid“ ja „pangandusoperatsioonid“ olukorras, kus kõnealuse kaubamärgiga tähistatud teenuste selline laiem spekter on siiski see, nagu nähtub vaidlustatud kohtuotsuse punktist 45, mille suhtes oleks tulnud hinnata, kas esineb oht, et avalikkus võib ekslikult arvata, et taotletava kaubamärgi all CCB poolt osutatavad teenused pärinevad Groupement des cartes bancaires'ilt või sellega seotud ettevõtjalt.
- 77 Sellest tulenevalt ei ole piisavalt põhjendatud vaidlustatud kohtuotsuse punktis 48 esitatud Üldkohtu järeldus, mille kohaselt on varasema kaubamärgi eristusvõimet vaidlusaluses otsuses õigesti hinnatud. See põhjendamisviga mõjutab ka segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist, mille Üldkohus viis läbi vaidlustatud kohtuotsuse punktis 67, kusjuures selles punktis 67 on viidatud eelkõige nimetatud punktile 48. Neil asjaoludel tuleb teise väitega nõustuda.
- 78 Arvestades esimese väite esimese osa analüüsimisel tuvastatud õigusnormi rikkumist ja teise väite analüüsimisel tuvastatud põhjenduse puudumist, tuleb vaidlustatud kohtuotsus tühistada, ilma et oleks vaja analüüsida esimese väite teist kuni neljandat osa ega kolmandat väidet.

Hagimenetlus Üldkohtus

- 79 Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 61 esimese lõigu kohaselt võib Euroopa Kohus Üldkohtu otsuse tühistamise korral teha ise asja suhtes lõpliku kohtuotsuse, kui menetlusstaadium lubab.
- 80 Käesolevas asjas on Euroopa Kohtul olemas vajalik teave, et teha hagi kohta lõpliku kohtuotsuse.
- 81 Nagu on märgitud käesoleva kohtuotsuse punktides 55 ja 72, on varasema kaubamärgi eristusvõime selle kaubamärgi segiajamise tõenäosuse igakülgisel hindamisel asjakohane tegur ning see tuleb kindlaks teha kaubamärgiga hõlmatud kaupade või teenuste ning selle põhjal, kuidas sihtrühm seda eeldatavalt tajub.
- 82 Selle teguri osas nentis EUIPO esimene apellatsioonikoda vaidlusaluse otsuse punktides 22–25 üksnes, et varasem kaubamärk on Prantsusmaal mainekas teenuste sektoris, mis võimaldavad teha tehinguid pangakaardiga. Hoolimata varasema kaubamärgiga hõlmatud teenuste palju laiemast ulatusest, jättis EUIPO esimene apellatsioonikoda selle kaubamärgi eristusvõime kontrollimata, kuna ta võttis sellega tähistatud teenuseid arvesse üldisemalt.
- 83 Lisaks nähtub vaidlusaluse otsuse punktist 30, et EUIPO esimene apellatsioonikoda tugines vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel varasema kaubamärgi mainele. Käesoleva kohtuotsuse punktides 58 ja 59 esitatud põhjustel on selline lähenemine ekslik.
- 84 Sellest tulenevalt on põhjendatud CCB argumendid, mille ta esitas Üldkohtus, põhjendamaks väidet, et on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b ja mille kohaselt EUIPO esimene apellatsioonikoda hindas väärtalt vastandatud tähiste sarnasust ega teinud nõuetekohaselt kindlaks teenuseid, mille suhtes tuleb varasema kaubamärgi eristusvõimet hinnata. Kuna selle väitega tuleb seega nõustuda, tuleb vaidlusalune otsus tühistada.

Kohtukulud

- 85 Euroopa Kohtu kodukorra artikli 184 lõikes 2 on nähtud ette, et kui apellatsioonkaebus on põhjendatud ja Euroopa Kohus teeb ise kohtuasjas lõpliku otsuse, otsustab ta kohtukulude jaotamise.
- 86 Kodukorra artikli 138 lõike 1 kohaselt, mida kodukorra artikli 184 lõike 1 alusel kohaldatakse apellatsioonkaebuste suhtes, on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud.
- 87 Lisaks tuleneb kodukorra artikli 184 lõikest 4, et esimeses kohtuastmes menetlusse astujalt, kes ei ole ise apellatsioonkaebust esitanud, saab apellatsioonimenetluse kohtukulud välja mõista üksnes juhul, kui ta on osalenud Euroopa Kohtu menetluse kirjalikus või suulises osas.
- 88 Käesoleval juhul esitas Groupement des cartes bancaires, kes oli esimeses kohtuastmes menetlusse astuja, Euroopa Kohtu kantseleisse vasturepliigi, et vastata nii CCB apellatsioonkaebusele kui ka repliigile. Siiski on see vasturepliik, millele enne ei ole Groupement des cartes bancaires esitanud vastust apellatsioonkaebusele vastavalt kodukorra artiklile 175, mille kohaselt on vasturepliigi eesmärk täiendada vastust apellatsioonkaebusele, kui dokument, mida ei ole selles kodukorras ette nähtud ja seda ei ole seetõttu toimikule lisatud.
- 89 Kuigi tuleb asuda seisukohale, et Groupement des cartes bancaires ei osalenud Euroopa Kohtu menetluses ja seega ei saa temalt apellatsioonimenetluse kohtukulusid välja mõista, tuleb tema kohta siiski teha otsus seoses esimeses kohtuastmes kantud kohtukuludega. Nimelt, kuna Euroopa Kohus teeb hagi kohta lõpliku otsuse, peab ta tegema otsuse ka esimeses kohtuastmes kantud kulude kohta.
- 90 Kuna CCB on olnud edukas nii apellatsioonimenetluses kui ka esimeses kohtuastmes ning ta on nõudnud, et kohtukulud mõistetakse välja EUIPO-lt ja Groupement des cartes bancaires'ilt, siis tuleb eeltoodut arvestades jätta EUIPO kohtukulud nii käesoleva apellatsioonkaebuse kui ka esimese kohtuastme menetluses tema enda kanda ja mõista temalt välja kõik CCB kohtukulud käesolevas apellatsioonimenetluses ja pool tema esimese kohtuastme kohtukuludest. Groupement des cartes bancaires'i kohtukulud tuleb jätta tema enda kanda ja mõista temalt välja pool CCB kohtukuludest esimeses kohtuastmes.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (kümnes koda) otsustab:

1. Tühistada Euroopa Liidu Üldkohtu 6. detsembri 2018. aasta kohtuotsus *China Construction Bank vs. EUIPO – Groupement des cartes bancaires* (CCB) (T-665/17, EU:T:2018:879).
2. Tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) esimese apellatsioonikoja 14. juuni 2017. aasta otsus (asi R 2265/2016-1).
3. Jätta Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja pool kohtukuludest, mille China Construction Bank Corp. kandis seoses esimese kohtuastme menetlusega.
4. Jätta Groupement des cartes bancaires'i kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja pool kohtukuludest, mille China Construction Bank Corp. kandis seoses esimese kohtuastme menetlusega.

Allkirjad