Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (kuues koda)

4. veebruar 2016*

Ühenduse kaubamärk — Vastulausemenetlus — Ühenduse kujutismärgi STICK MiniMINI Beretta taotlus — Varasem ühenduse sõnamärk MINI WINI — Suhteline keeldumispõhjus — Segiajamise tõenäosuse puudumine — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkt b — Määruse (EÜ) nr 216/96 artikli 8 lõige 3

Kohtuasjas T-247/14,

Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG, asukoht Edewecht (Saksamaa), esindaja: advokaat S. Labesius,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: A. Poch,

kostja,

teine pool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikoja menetluses, menetlusse astuja Üldkohtus oli

Salumificio Fratelli Beretta SpA, asukoht Barzanò (Itaalia) esindajad: advokaadid G. Ghisletti, F. Braga ja P. Pozzi,

mille ese on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti neljanda apellatsioonikoja 14. veebruari 2014. aasta otsuse (asi R 1159/2013-4) peale, mis käsitleb vastulausemenetlust Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG ja Salumificio Fratelli Beretta SpA vahel,

ÜLDKOHUS (kuues koda),

koosseisus: president S. Frimodt Nielsen (ettekandja), kohtunikud F. Dehousse ja A. M. Collins,

kohtusekretär: E. Coulon,

arvestades hagiavaldust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 17. aprillil 2014,

arvestades Siseturu Ühtlustamise Ameti kostja vastust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 26. augustil 2014,

arvestades menetlusse astuja seisukohti, mis saabusid Üldkohtu kantseleisse 12. augustil 2014,

arvestades hageja repliiki, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 5. novembril 2014,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

arvestades menetlusse astuja vasturepliiki, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 28. jaanuaril 2015,

arvestades asjaolu, et ühe kuu jooksul alates kirjaliku menetluse lõpetamisest teatamisest ei olnud pooled esitanud taotlust kohtuistungi määramiseks, ning otsustades ettekandja-kohtuniku ettekande ja Üldkohtu 2. mai 1991. aasta kodukorra artikli 135a alusel teha otsuse ilma suulise menetluseta,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Menetlusse astuja Salumificio Fratelli Beretta SpA esitas 22. juunil 2011 vastavalt nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusele (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1) Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on järgmine kujutismärk:



3 Kaubad ja 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) klassidesse 29 ja 43 ning vastavad järgmisele kirjeldusele:

— klass 29: „liha, linnuliha ja ulukiliha";

— klass 43: „toitlustusteenused".

4 Ühenduse kaubamärgi taotlus avaldati 26. juuli 2011. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 2011/139.

5 Hageja Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG esitas 24. oktoobril 2011 määruse nr 207/2009 artikli 41 alusel taotletava kaubamärgi registreerimisele eespool punktis 3 nimetatud kaupade ja teenuste osas vastulause.

6 Vastulause tugines varasemal ühenduse sõnamärgil MINI WINI, mille taotlus on esitatud 31. juulil 2003 ja mis on registreeritud 2. märtsil 2005 numbriga 3297835.

7 Vastulause aluseks oleva varasema kaubamärgiga hõlmatud kaubad kuuluvad muu hulgas klassi 29 ja vastavad järgmisele kirjeldusele: „liha ja lihatooted, liha ja lihatoodete konservid, kala, linnuliha ja ulukiliha, ka tarbimiseks valmis kujul; konservitud, marineeritud ja külmutatud, lihaekstrakt; tarrendid, lihatarrendid, valmistoidukonservid, mis on valmistatud peamiselt köögiviljadest ja/või lihast ja/või seentest ja/või lihatoodetest ja/või pähklitest ja/või kartulitest ja/või hapukapsast ja/või puuviljadest; köögivilja- ja seenekonservid, valmispuljong, valmissupp; aedviljapastad; toidukonservid, ka mikrolaineahjus ülessoojendatavad; küpsetamiseks või tarbimiseks valmis toidud, ka mikrolaineahjus ülessoojendatavad, mis sisaldavad eelkõige liha ja lihatooteid, kala, linnuliha ja ulukiliha, seeni, köögivilju, kaunvilju, kartuleid ja/või hapukapsast; *hot dog*'id; lihatooted taignas; salatid“.

8 Vastulause esitamise alusena tugineti määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punktile b.

9 Vastulausete osakond rahuldas 30. aprilli 2013. aasta otsusega vastulause osaliselt, nimelt seoses klassi 29 kuuluvate kaupadega „liha, linnuliha ja ulukiliha“. Ta märkis esiteks seoses kaubaga „lihatooted“, mille suhtes oli hageja tema sõnul ainsana oma kaubamärgi tegelikku kasutamist tõendanud, et vastandatud kaubamärkide segiajamine on tõenäoline. Teiseks lükkas ta klassi 43 kuuluvate teenuste osas vastulause tagasi, kuna nimetatud teenused ja kaup, mille suhtes kaubamärgi kasutamine on tõendatud, ei ole sarnased.

10 Menetlusse astuja esitas 21. juunil 2013 määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel ühtlustamisametile vastulausete osakonna otsuse peale kaebuse.

11 Ühtlustamisameti neljanda apellatsioonikoja 14. veebruari 2014. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus“) kaebus rahuldati ja vastulausete osakonna otsus tervikuna tühistati.

12 Apellatsioonikoda tunnistas esiteks vastuvõetamatuks hageja taotluse, milles ta soovis klassi 43 kuuluvate teenuste osas vastulausete osakonna otsuse muutmist, kuna selle taotlusega laiendati kaebuse ulatust ning see ei vasta määruse nr 207/2009 artiklis 60 nimetatud tingimustele. Teiseks leidis apellatsioonikoda klassi 29 kuuluvate kaupade osas, et vastandatud kaubamärkide segiajamine asjaomase avalikkuse poolt ei ole määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses tõenäoline muuhulgas seetõttu, et nende sarnasus piirdub kirjeldava osaga „mini“.

Poolte nõuded

13 Hageja palub Üldkohtul:

— tühistada vaidlustatud otsus;

— mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

14 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

15 Menetlusse astuja palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista tema kohtukulud välja hagejatelt.

Õiguslik käsitlus

16 Hageja põhjendab oma hagi kahe väitega, millest esimeses viidatakse komisjoni 5. veebruari 1996. aasta määruse (EÜ) nr 216/96, mis näeb ette siseturu harmoneerimisameti apellatsioonikomisjonide protseduurireeglid (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (EÜT L 28, lk 11; ELT eriväljaanne 17/01, lk 221) (muudetud kujul) artikli 8 lõike 3 rikkumisele, ja teises määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisele.

Esimene väide, et on rikutud määruse nr 216/96 artikli 8 lõiget 3

17 Kõigepealt tuleb märkida, et menetlusse astuja esitas apellatsioonikojale kaebuse vastulausete osakonna otsuse peale. Kaebuse raames esitas hageja kui vastustaja oma vastuses kaebuse põhjendustele taotluse, milles soovis klassi 43 kuuluvate teenuste osas nimetatud otsuse muutmist. Apellatsioonikoda tunnistas selle taotluse vastuvõetamatuks.

18 Käesolevas hagis heidab hageja apellatsioonikojale ette määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 rikkumist, kuna apellatsioonikoda tunnistas tema esitatud vastulausete osakonna otsuse muutmise taotluse vastuvõetamatuks. Ta meenutab, et selle sätte kohaselt võib „[*i*]*nter partes*-menetlustes […] vastaspool oma vastuses kaebuse põhjendustele taotleda vaidlustatava otsuse tühistamist või muutmist küsimuses, mida kaebuses ei olnud tõstatatud“ ning „[k]aebusest loobumise korral muutub vastaspoole vastav taotlus tühiseks“. Peale selle ei ole vastupidi apellatsioonikoja seisukohale, mis on esitatud vaidlustatud otsuse punktis 21, nimetatud säte määrusega nr 207/2009 vastuolus. Lõpuks leiab hageja, et tema taotlus vastulausete osakonna otsust muuta oleks juhul, kui see oleks tunnistatud vastuvõetavaks, avaldanud sisulistes küsimustes mõju.

19 Ühtlustamisamet tunnistab, et apellatsioonikodade vahel esineb erimeelsusi määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 tõlgendamise küsimuses. Selles osas juhib ta Üldkohtu tähelepanu 7. aprilli 2011. aasta kohtuotsusele Intesa Sanpaolo *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – MIP Metro (COMIT) (T-84/08, EKL, EU:T:2011:144). Ta leiab sellegipoolest, et seda küsimust ei ole vaja käsitleda, kuna esiteks ei ole asjaomaseid teenuseid puudutavas osas hageja taotlust rahuldatud ning teiseks ei ole hageja kaitseõigusi rikutud.

20 Menetlusse astuja väidab, et apellatsioonikoda tõlgendas määrust nr 216/96 õigesti koostoimes määrusega nr 207/2009 ning tunnistas hageja poolt vastuses kaebuse põhjendustele esitatud taotluse vastuvõetamatuks.

21 Esiteks tuleb nentida, et vastupidi sellele, mida apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktis 26, ei osuta määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 sõnastus kasutamist puudutavate tõendite esitamise, menetluse peatamise või istungi pidamise „taotlusele“.

22 Kohtupraktika kohaselt ilmneb määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 sõnastusest, et apellatsioonikoja menetluses võib vastustaja oma seisukohtade esitamisel kasutada vaidlusaluse otsuse vaidlustamise õigust. Seega on vastustajal ainuüksi tulenevalt oma vastustaja staatusest õigus vaidlustada vastulausete osakonna otsuse kehtivust. Kõnealune säte ei piira seda õigust ainult väidetega, mis on kaebuses juba esitatud. Nimelt näeb see säte ette, et taotlus puudutab küsimust, mida kaebuses ei olnud tõstatatud. Peale selle ei viita kõnealune säte üldse asjaolule, et vastustaja oleks saanud ise esitada vaidlusaluse otsuse peale kaebuse. Nii võib selle otsuse vaidlustada kas iseseisva kaebusega, nagu on ette nähtud määruse nr 207/2009 artiklis 60, või määruse nr 216/96 artikli 8 lõikes 3 ette nähtud taotlusega (vt selle kohta kohtuotsus COMIT, punkt 19 eespool, EU:T:2011:144, punkt 23).

23 Teiseks ei tähenda vastupidi sellele, mida apellatsioonikoda vääralt leidis, hageja vastuses kaebuse põhjendustele esitatud taotluse vastuvõetavaks tunnistamine seda, et vastustajal lubatakse apellatsioonikojas esitada kaebus, eirates tähtaega ja kaebuse esitamise lõivu tasumise kohustust, mis on ette nähtud määruse nr 207/2009 artiklis 60.

24 Tegelikult nähtub määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 sõnastusest selgesti, et võimalus taotleda vaidlustatava otsuse tühistamist või muutmist küsimuses, mida kaebuses ei olnud tõstatatud, piirdub *inter partes*-menetlusega. Taotlus tuleb esitada vastuses kaebuse põhjendustele, mis on esitatud sellises menetluses. Nagu hageja on õigesti märkinud, näeb nimetatud säte seetõttu ette, et vastav taotlus muutub hageja poolt apellatsioonikojas kaebusest loobumise korral tühiseks. Nii on vastulausete osakonna otsuse vaidlustamise soovi korral iseseisev kaebus, nagu on ette nähtud määruse nr 207/2009 artiklis 60, ainus õiguskaitsevahend, mis võimaldab täie kindlusega oma etteheited esitada. Sellest tuleneb, et vaidlustatud otsuse tühistamise või muutmise taotlus küsimuses, mida määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 tähenduses kaebuses ei olnud tõstatatud, erineb määruse nr 207/2009 artiklis 60 ette nähtud kaebusest. Nagu hageja õigesti märgib, ei ole määruse nr 207/2009 artiklis 60 nimetatud tingimused sellele taotlusele kohaldatavad.

25 Käesoleval juhul tuleb märkida, et hageja kui apellatsioonikoja menetluse vastustaja on vastavalt määruse nr 216/96 artikli 8 lõikele 3 esitanud – ettenähtud tähtaja jooksul – vastuses kaebuse põhjendustele klassi 43 kuuluvate teenuste osas vastulausete osakonna otsuse muutmise taotluse. Nagu on eespool punktides 23 ja 24 märgitud, ei olnud ta kohustatud järgima tähtaega ning tasuma kaebuse esitamise lõivu, mis on ette nähtud määruse nr 207/2009 artiklis 60. Seetõttu eksis apellatsioonikoda, kui lükkas taotluse vastuvõetamatuse tõttu tagasi.

26 Peale selle tuleb hageja ja ühtlustamisameti argumentide kohta, mis puudutavad klassi 43 kuuluvate teenuste osas esitatud hageja argumentide põhjendatust, märkida, et Üldkohtu poolt määruse nr 207/2009 artikli 65 alusel teostatav kontroll seisneb ühtlustamisameti apellatsioonikodade otsuste õiguspärasuse kontrollimises. Kontrolli läbiviimisel võib Üldkohus hagi esemeks oleva otsuse tühistada või seda muuta üksnes juhul, kui selle vastuvõtmise hetkel kehtis selle suhtes üks määruse artikli 65 lõikes 2 nimetatud tühistamis- või muutmisalustest (kohtuotsus, 18.12.2008, Les Éditions Albert René *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-16/06 P, EKL, EU:C:2008:739, punkt 123). Üldkohtu pädevus otsust muuta ei hõlma siiski pädevust viia läbi hindamine, mille kohta apellatsioonikoda ei ole veel seisukohta võtnud (vt selle kohta kohtuotsus, 5.7.2011, Edwin *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-263/09 P, EKL, EU:C:2011:452, punktid 71 ja 72).

27 Seetõttu ei saa Üldkohus käesoleval juhul hinnata sellise argumendi põhjendatust, millele apellatsioonikoda ei ole oma hinnangut andnud.

28 Kokkuvõttes tuleb esimese väitega, et on rikutud määruse nr 216/96 artikli 8 lõiget 3, nõustuda ning vaidlustatud otsus seetõttu osaliselt tühistada, kuivõrd sellega lükati klassi 43 kuuluvaid teenuseid puudutav hageja taotlus tagasi.

Teine väide, et on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b

29 Kõigepealt tuleb meenutada, et hageja teine väide puudutab vastulause tagasilükkamist klassi 29 kuuluvate kaupade osas.

30 Hageja väidab sisuliselt, et apellatsioonikoda järeldas vääralt kõigepealt, et ühenduse varasema kaubamärgi eristusvõime ei ole keskmisest suurem, seejärel, et asjaomase avalikkuse tähelepanelikkus on keskmine ning lõpuks, et vastandatud kaubamärkide segiajamine ei ole tõenäoline.

31 Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu.

32 Määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning mõlema kaubamärgiga tähistatavate kaupade või teenuste identsuse või sarnasuse tõttu 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.

33 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on segiajamine tõenäoline, kui avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad ja teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Samuti tuleb väljakujunenud kohtupraktika kohaselt segiajamise tõenäosust hinnata igakülgselt, vastavalt sellele, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ja kaupu või teenuseid tajub, ning pidades silmas kõiki asjakohaseid tegureid, eelkõige tähiste sarnasuse ning nendega tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust (vt kohtuotsus, 9.7.2003, Laboratorios RTB *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EKL, EU:T:2003:199, punktid 30–33 ja seal viidatud kohtupraktika).

34 Määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaldamisel eeldab segiajamise tõenäosus nii seda, et vastandatud kaubamärgid on identsed või sarnased, kui ka seda, et nendega tähistatavad kaubad või teenused on identsed või sarnased. Tegemist on kumulatiivsete tingimustega (vt kohtuotsus, 22.1.2009, Commercy *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EKL, EU:T:2009:14, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

35 Apellatsioonikoja hinnangut vastandatud tähiste segiajamise tõenäosuse kohta kontrollides tuleb eelnimetatud põhimõtteid arvesse võtta.

Asjaomane avalikkus

36 Hageja leiab kõigepealt, et kuna asjaomased kaubad on odavad, on asjaomase avalikkuse tähelepanuvõime nende ostmisel vähene. Tema arvates on apellatsioonikoda oma hinnangus jätnud arvestamata Itaalia avalikkusega ning sellega, et tarbijal on harva võimalik eri kaubamärke vahetult võrrelda.

37 Kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosuse igakülgse hindamise raames arvestada asjaomase kaubaliigi keskmise tarbijaga, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Samuti tuleb arvestada sellega, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse tase võib eri liiki kaupade ja teenuste puhul olla erinev (vt kohtuotsus, 13.2.2007, Mundipharma *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EKL, EU:T:2007:46, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Kui varasema kaubamärgi kaitse laieneb kogu Euroopa Liidule, tuleb võtta arvesse seda, kuidas asjaomaste kaupade ja teenuste tarbija sel territooriumil vastandatud kaubamärke tajub. Siiski tuleb meenutada, et ühenduse kaubamärk jäetakse registreerimata, kui kas või ühes liidu osas esineb määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punktis b nimetatud suhteline keeldumispõhjus (vt selle kohta kohtuotsus, 14.12.2006, Mast-Jägermeister *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Licorera Zacapaneca (VENADO raamiga jt), T-81/03, T-82/03 ja T-103/03, EKL, EU:T:2006:397, punkt 76 ja seal viidatud kohtupraktika).

39 Nagu ühtlustamisamet õigesti märgib, leidis apellatsioonikoda käesoleval juhul õigesti, et kuna asjaomased kaubad on laiatarbekaubad, tuleb asjaomase avalikkusena käsitada liidu keskmist tarbijat, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas (vt selle kohta kohtuotsus, 13.12.2007, Cabrera Sánchez *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Industrias Cárnicas Valle (el charcutero artesano), T-242/06, EU:T:2007:391, punkt 38).

40 Hageja argumendid ei sea seda järeldust kahtluse alla. Apellatsioonikoda ei ole jätnud Itaalia avalikkusega arvestamata. Ta osutas sellele avalikkusele sõnaselgelt vaidlustatud otsuse punktis 39, milles ta märkis, et sõna „mini“ mõistetakse kogu liidus, sealhulgas Itaalias tähenduses „väike“. Samuti märkis ta otsuse punktis 45 22. juuni 1999. aasta kohtuotsusele Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EKL, EU:C:1999:323) järgnenud kohtupraktika põhjal vastupidi hageja väidetele õigesti, et tarbijal on harva võimalik eri kaubamärke vahetult võrrelda ja ta peab usaldama neist jäänud ebatäiuslikku mälupilti.

41 Seetõttu tuleb asjaomast avalikkust puudutavad hageja argumendid tagasi lükata.

Kaupade võrdlus

42 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb käsitletavate kaupade ja teenuste sarnasuse hindamisel võtta arvesse kõiki nendevahelisi seoseid iseloomustavaid olulisi tegureid. Sellised tegurid on eelkõige nende olemus, otstarve, kasutusviis ning samuti see, kas kaubad või teenused on konkureerivad või teineteist täiendavad. Samuti võib arvesse võtta muid selliseid tegureid nagu asjaomaste kaupade turustuskanalid (vt kohtuotsus, 11.7.2007, El Corte Inglés *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños), T-443/05, EKL, EU:T:2007:219, punkt 37 ja seal viidatud kohtupraktika).

43 Käesoleval juhul on kõik taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaubad tähistatud ka varasema kaubamärgiga. Seetõttu tuleb järeldada, et asjaomased kaubad on varasema kaubamärgiga hõlmatud kaupadega identsed, millele pole ka vastu vaieldud.

Tähiste võrdlus

44 Hageja väidab, et kõnealuste tähiste domineerivad elemendid on ühelt poolt taotletava kaubamärgi puhul element „minimini“ ning teiselt poolt varasema kaubamärgi puhul väljend „mini wini“. Ta leiab, et nimetatud tähised on väga sarnased, kuna need mõlemad sisaldavad sõna „mini“ ning nende häälдus on sarnane, kuna nimetatud sõna osutatud häälдusele järgneb täherühma „ini“ häälдus igas tähises. Tema sõnul moodustavad need kaks elementi igas kaubamärgis riimi, jäävad seetõttu asjaomasele avalikkusele lihtsamini meelde ja on tema jaoks äratuntavad. Hageja heidab apellatsioonikojale ette, et viimane ei arvestanud asjaoluga, et element „minimini“ on oma suuruse ja silmatorkava positsiooni tõttu taotletava kaubamärgi keskne element. Lõpuks leiab ta, et varasema kaubamärgi tähte „w“ võib visuaalselt tajuda kui ümberpööratud tähte „m“.

45 Segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine peab kõnealuste tähiste visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse osas rajanema neist jääval tervikmuljel, võttes eelkõige arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi. Segiajamise tõenäosuse igakülgsel hindamisel on otsustav roll sellel, kuidas asjaomaste kaupade või teenuste keskmine tarbija kaubamärke tajub. Keskmine tarbija tajub kaubamärki tervikuna ega uuri selle eri detaile (vt kohtuotsus, 12.6.2007, Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, punkt 35 ja seal viidatud kohtupraktika).

46 Kahe kaubamärgi sarnasuse hindamine ei saa piirduda sellega, et arvesse võetakse üksnes kombineeritud kaubamärgi ühte koostisosa ja võrreldakse seda teise kaubamärgiga. Selle asemel tuleb võrdlemisel uurida iga kõnealust kaubamärki tervikuna, mis ei välista seda, et asjaomase avalikkuse mällu jäänud tervikmuljes võib kombineeritud kaubamärgist mõnel juhul domineerida üks või mitu selle koostisosa (vt kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 45 eespool, EU:C:2007:333, punkt 41 ja seal viidatud kohtupraktika). Üksnes siis, kui kaubamärgi kõik teised koostisosad on tähtsusetud, võib hinnata sarnasust ainult domineeriva osa põhjal (kohtuotsused Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 45 eespool, EU:C:2007:333, punkt 42, ja 20.9.2007, Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-193/06 P, EU:C:2007:539, punkt 42). Sellise juhtumiga võib olla tegemist siis, kui kõnealune koostisosa võib asjaomase avalikkuse mällu jäänud kaubamärgi

kujutises üksi domineerima hakata, mistõttu selle kaubamärgi kõik teised koostisosad on selle tervikmuljes tähtsusetud (kohtuotsus Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, eespool viidatud, EU:C:2007:539, punkt 43).

47 Kohtupraktika kohaselt ei taju üldsus kombineeritud kaubamärgi kirjeldavat elementi tähisest jäävas tervikmuljes eristatava ning domineeriva elemendina (kohtuotsused, 3.7.2003, Alejandro *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Anheuser Busch (BUDMEN), T-129/01, EKL, EU:T:2003:184, punkt 53; 6.10.2004, New Look *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE ja NLCollection), T-117/03–T-119/03 ja T-171/03, EKL, EU:T:2004:293, punkt 34, ja 7.7.2005, Miles International *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Biker Miles (Biker Miles), T-385/03, EKL, EU:T:2005:276, punkt 44).

Visuaalne võrdlus

48 Kaubamärgi ühe koostisosa eristusvõime kindlakstegemisel tuleb hinnata selle elemendi suuremat või väiksemat võimet identifitseerida kaupu või teenuseid, millele kaubamärk on registreeritud, kindlalt ettevõtjalt pärinevana ning seeläbi neid kaupu või teenuseid muude ettevõtjate omadest eristada. Hindamisel tuleb arvestada eelkõige kõnealuse elemendi eriomaste omadustega, et välja selgitada, kas sellel on või puudub eristusvõime seoses kaupade või teenustega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud (vt kohtuotsus, 13.6.2006, Inex *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Wiseman (Lehma naha kujutis), T-153/03, EKL, EU:T:2006:157, punkt 35 ja seal viidatud kohtupraktika).

49 Käesoleval juhul tuleb märkida, et mõlemad tähised sisaldavad sõna „mini“, mis osutab asjaomaste kaupade ühele omadusele. Nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 39 õigesti analüüsis, viitab see sõna kaupade väikestele mõõtmetele, millele hageja vastu ei vaidle. Sellel sõnal on seega kirjeldav konnotatsioon ning see on seetõttu vähem võimeline kaupu, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud, teatavalt ettevõtjalt pärinevana identifitseerima.

50 Vastupidi sellele, mida väidab hageja, ei muuda sõna „mini“ kordamine taotletava kaubamärgi elemendis „minimini“ seda elementi eristavamaks. Isegi kui eeldada, et nimetatud elementi tuleb analüüsida tervikuna, nagu väidab hageja, tajub asjaomane avalikkus seda siiski kui sõna „mini“ pelka kordust. Seega näeb avalikkus selles üksnes viidet asjaomaste kaupade väikesele mõõtkavale. See avalikkus ei taju asjaomast elementi eristava elemendina.

51 Peale selle ei pea avalikkus kombineeritud kaubamärgi kirjeldavat elementi sellest jäävas tervikmuljes eristavaks ja domineerivaks. Siiski ei tähenda kombineeritud kaubamärgi teatava elemendi vähene eristusvõime tingimata seda, et see element ei saa olla domineeriv element, kui selle elemendi eelkõige positsiooni või suuruse tõttu tähises võivad tarbijad seda tähele panna ja meelde jätta (vt selle kohta kohtuotsus Lehma naha kujutis, punkt 48 eespool, EU:T:2006:157, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika).

52 Seega tuleb uurida, kas taotletava kaubamärgi element „minimini“ võib suuruse või positsiooni tõttu osutuda selle kaubamärgi domineerivaks elemendiks.

53 Selles osas tuleb märkida, et kombineeritud kaubamärki saab pidada sarnaseks teise kaubamärgiga, mis on kombineeritud kaubamärgi ühe koostisosaga identne või sarnane, ainult juhul, kui see osa on kombineeritud kaubamärgist jäävas tervikmuljes domineeriv. Sellise juhtumiga võib olla tegemist siis, kui nimetatud koostisosa võib asjaomase avalikkuse mällu jäänud kaubamärgi kujutises üksi domineerima hakata, mistõttu selle kaubamärgi kõik teised koostisosad on selle tervikmuljes tähtsusetud (kohtuotsus, 23.10.2002, Matratzen Concord *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, EKL, EU:T:2002:261, punkt 33). Niisiis võib üksnes siis, kui kaubamärgi kõik teised koostisosad on tähtsusetud, hinnata sarnasust ainult domineeriva elemendi põhjal.

54 Käesoleval juhul tuleb aga nentida, et arvestades elemendiga „minimini“ koos esinevaid sõnu „stick“, „fratelli“, „beretta“, „1812“ ja „gli originali“, ei ole nimetatud element taotletava kaubamärgi domineeriv element eespool punktis 53 osutatud kohtupraktika tähenduses.

55 Nagu apellatsioonikoda märkis, tõmbavad taotletava kaubamärgi sõnad „fratelli“, „1812“ ja „gli originali“ oma väikeste mõõtmete tõttu tõesti vähem asjaomase avalikkuse tähelepanu ning kaubamärgi element „stick“ ingliskeelsele avalikkusele jäävas tervikmuljes sulandub, kusjuures nimetatud avalikkus mõistab seda asjaomaste kaupade vormi kirjeldusena.

56 Siiski tõmbab avalikkuse tähelepanu taotletava kaubamärgi element „beretta“, millel vastupidi sõnale „mini“ ei ole asjaomastes keeltes tähendust. Tuleb täpsustada, nagu on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 41 teinud, et see, kui Itaalia keskmine tarbija võib nimetatud elementi mõista kui patronüümi, ei ole asjakohane, kuna varasemas tähises vaste sellele puudub ning sellel ei ole varasema tähisega mingeid sarnasusi. Tuleb märkida, et nimetatud element on kirjutatud valgete tähtedega tumeda ovaali sees, mis toob selle visuaalselt esile.

57 Seetõttu aitavad kõik taotletava kaubamärgi elemendid ja eelkõige element „beretta“ sellest kaubamärgist asjaomasele avalikkusele meelde jääva kujutluspildi moodustamisel kaasa ning seega ei ole need tähtsusetud. Seetõttu tuleb leida, et kõnealuste tähiste visuaalne võrdlemine peab toimuma kõigi nende elementide, mitte selle kaubamärgi osas üksnes elemendi „minimini“ ja varasema kaubamärgi puhul elemendi „mini wini“ põhjal.

58 Arvestades eeltoodut tuleb kinnitada vaidlustatud otsust osas, milles vaidlustatud otsuse punktis 41 esitatud järelduse kohaselt on kõnealused tähised visuaalselt vaid vähesel määral sarnased.

59 Isegi kui eeldada, et varasema kaubamärgi tähte „w“ võidakse tajuda ümberpööratud tähena „m“, ei avalda hageja see argument taotletava kaubamärgi elemendi „minimini“ väidetavale domineerivale olemusele mõju ega saa kõnealuste tähiste vahelist sarnasust suurendada.

Foneetiline võrdlus

60 Foneetilise võrdluse suhtes tuleb nõustuda apellatsioonikoja nenditud asjaoluga, et kõnealuste tähiste sarnasus on vähene.

61 Tuleb nõustuda apellatsioonikojaga, kes märkis vaidlustatud otsuse punktis 42, et asjaomane avalikkus pöörab tähelepanu taotletava kaubamärgi elemendile „beretta“, mis on eristavam, ning teataval määral selle kaubamärgi elemendile „stick“ avalikkuse selles osas, kes ei saa nimetatud elemendi tähendusest aru. Neil kahel elemendil ei ole varasemas kaubamärgis vasteid. Seetõttu ei hääldata vastupidi hageja väidetele kõnealuseid tähiseid ühtmoodi.

62 Seega leidis apellatsioonikoda õigesti, et kõnealuste tähiste foneetiline sarnasus on vähene.

Kontseptuaalne võrdlus

63 Mis puutub kontseptuaalsesse võrdlusse, siis leidis apellatsioonikoda õigesti, et kõnealused tähised on vaid vähesel määral sarnased, kuna neil on ühine vaid sõna „mini“, mis üksnes kirjeldab asjaomaste kaupade teatavat omadust.

64 Seetõttu tuleb järeldada, et apellatsioonikoda leidis õigesti, et kõnealused tähised on kontseptuaalselt vähesel määral sarnased.

Segiajamise tõenäosus

65 Hageja heidab apellatsioonikojale ette, et viimane tema esitatud tõendite põhjal ei järeldanud, et varasema kaubamärgi eristusvõime on suurenenud. Ta heidab ette ka seda, et viimane ei keskendunud oma hinnangus piisavalt Itaalia tarbijale. Hageja arvates tavatseb asjaomane avalikkus taotletavat kaubamärki asjaomaseid kaupu meelde tuletades või nimetades lühendada. Peale selle leiab ta, et taotletava kaubamärgi sõnu „stick“, „gli originali“ ja „fratelli beretta 1812“ ei tajuta nii oluliste elementidena kui selle kaubamärgi elementi „minimini“. Tema sõnul on see element peale asjaolu, et sellel puudub tähendus, kaubamärgi kõige loetavam element. Nii oleks apellatsioonikoda pidanud järeldama, et kõnealune element on taotletavast kaubamärgist jäävas tervikmuljes kõige domineerivam element või oleks vähemalt pidanud tunnistama selle iseseisvat eristavat positsiooni. Seetõttu tegi apellatsioonikoda vea, kui välistas segiajamise tõenäosuse.

66 Segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine eeldab teatud arvessevõetavate tegurite vastastikust sõltuvust, eelkõige kaubamärkide ning nendega tähistatavate kaupade ja teenuste sarnasust. Nii võib tähistatavate kaupade või teenuste vähese sarnasuse kompenseerida kaubamärkide suur sarnasus ning vastupidi (kohtuotsused, 29.9.1998, Canon, C-39/97, EKL, EU:C:1998:442, punkt 17, ja VENADO raamiga jm, punkt 38 eespool, EU:T:2006:397, punkt 74).

67 Mis puutub hageja esitatud tõenditesse, siis tuleb märkida, et tavalisest tugevam eristusvõime, mis kaubamärgil on tuntuse tõttu avalikkuse seas vastaval turul, eeldab tingimata, et seda kaubamärki teab vähemalt märkimisväärne osa asjaomasest avalikkusest (vt kohtuotsus, 12.7.2006, Vitakraft-Werke Wührmann *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Johnson's Veterinary Products (VITACOAT), T-277/04, EKL, EU:T:2006:202, punkt 34 ja seal viidatud kohtupraktika). Käesoleval juhul on tuvastatud, et asjaomase avalikkuse moodustavad Euroopa Liidu tarbijad.

68 Selle hindamiseks, kas kaubamärgil on tugev eristusvõime tuntuse tõttu avalikkuse seas, tuleb arvesse võtta kõiki antud juhul olulisi asjaolusid, mis on eelkõige asjaomase kaubamärgi turuosa, selle kasutamise intensiivsus, geograafiline ulatus ja kestus, selle edendamiseks ettevõtja poolt kasutatud investeeringute suurus, see, millises ulatuses asjaomases sihtrühmas tuntakse selle kaubamärgi alusel kõnealused kaubad või teenused teatava ettevõtja kaupade või teenustena ära, ning kaubandus- ja tööstuskoja või teiste erialaliitude seisukohad (vt kohtuotsus VITACOAT, punkt 67 eespool, EU:T:2006:202, punkt 35 ning seal viidatud kohtupraktika).

69 Käesoleval juhul on hageja esitanud apellatsioonikojas samad tõendid, mille ta esitas tühistamisosakonnas. Esitatud tõendid on:

— hageja peadirektori tõend aastate 2006–2009 müügikoguste ja käibe kohta;

— kaubaetikettide ärakirjad;

— hageja pressiagentuuri kiri selle kohta, millised summad on aastatel 2005–2009 telereklaamile kulutatud (358 700–476 300 eurot, 668–934 reklaamiühikut aastas);

— lihatoodete reklaambrošüürid;

— CD, mis sisaldab telereklaamide näiteid;

— arved ja tellimuslehed kaubamärgi MINI WINI all turustatud lihatoodete kohta;

— selliste toiduainete *online*-jaemüüjate veebisaitide ekraanipildi ärakirjad, kes pakuvad kaubamärgi MINI WINI all turustatud lihatooteid;

— Deutsche Patent- und Markemamti (Saksamaa patendi- ja kaubamärgiamet) registri väljavõte, mis puudutab sõnamärki MINI WINI;

— teatava veebisaidi ekraanipildi ärakiri, kus on kujutatud kaubamärgi MINI WINI all turustatud lihatoodete reklaam;

— koopia fotost, millel on kujutatud hageja tooted purki pakendatuna ja hageja selgitus nende toodete mitme omaduse, sealhulgas koostisainete kohta.

70 Kõigepealt tuleb märkida, et tõendeid varasema kaubamärgi müügikoguse ja reklaammaterjali kohta ei saa käsitada otseste tõenditena selle kohta, et kuna avalikkus asjaomast kaubamärki teab, siis on sellel suur eristusvõime. Nimelt ei tõenda müügikogused ja reklaammaterjal kui sellised, et asjaomaste kaupade sihtrühm tajub tähist kaubandusliku päritolu tähisena (vt analoogia alusel kohtuotsus, 12.9.2007, Glaverbel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Klaasi pinna tekstuur), T-141/06, EU:T:2007:273, punkt 41).

71 Mis puutub televisioonireklaamide tootmisse ja levitamisse, siis esitas hageja eelkõige pressiagentuuri kirja, milles on tabeli kujul esitatud varasemat kaubamärki kandvaid kaupu reklaamiva televisioonireklaami eetrisse laskmise kordade arv aastatel 2005–2009 ning televisioonireklaamile tehtud kulutused. Tabelist nähtub, et nimetatud perioodil lasti kõnealuseid televisioonireklaame eetrisse 668–934 korral aastas ning see maksis 358 700–476 300 eurot aastas. Need numbrid, olgugi asjakohased, ei anna alust järeldada, et varasem kaubamärk on vähemalt märkimisväärsele osale asjaomasest avalikkusest teada. Vastab tõele, et need numbrid on üks tõend. Siiski ei piisa üksnes nendest keskmisest suurema eristusvõime omandamise tõendamiseks, kuna neid ei toeta eelkõige tõendid, mis näitaksid, et kõnealune televisioonireklaam oli varasema kaubamärgi sihtrühma seas tõhus (vt selle kohta kohtuotsus, 14.9.2009, Lange Uhren *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Geomeetrilised väljad kella numbrilaual), T-152/07, EU:T:2009:324, punkt 145 ja seal viidatud kohtupraktika).

72 Lõpuks tuleb nentida, et hageja ei ole esitanud ühtki tõendit, nagu arvamusküsitlus, turu-uuring või erialaliidu kinnitus selle kohta, kui suur asjaomase avalikkuse osa identifitseerib asjaomaseid kaupu tänu kõnealusele kaubamärgile hagejalt pärinevana. Peale selle, nagu apellatsioonikoda märkis, ei näita esitatud tõendid midagi hageja turuosa kohta.

73 Seetõttu leidis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 50 õigesti, et kuigi esitatud tõendid näitavad, et varasemat kaubamärki on varem Saksamaal lihatoodete jaoks kasutatud, ei võimalda need järeldada, et asjaomase kaubamärgi eristusvõime on keskmisest suurem. Sellest, et teatavat kaubamärki on liidus teatavat arvu aastaid kasutatud, iseenesest ei piisa, et tõendada, et asjaomane avalikkus identifitseerib tänu sellele kaubamärgile neid kaupu teatavalt ettevõtjalt pärinevana.

74 Eeltoodu põhjal tuleb tagasi lükata hageja väited varasema kaubamärgi suurenenud eristusvõime kohta. Nii leidis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 47 õigesti, et kuna tähisel MINI WINI tervikuna tähendus puudub, siis on varasema kaubamärgi olemuslik eristusvõime keskmine.

75 Peale selle tuleb märkida, et kuna varasem kaubamärk on ühenduse kaubamärk, on segiajamise tõenäosuse analüüsimisel asjakohane territoorium kogu liidu territoorium. Seega ei teinud apellatsioonikoda vastupidi hageja väidetele viga, kui ta ei keskendunud üksnes Itaalia avalikkusele. Samuti on eelnevalt tuvastatud, et asjaomane avalikkus, sealhulgas Itaalia avalikkus mõistab taotletava kaubamärgi elementi „minimini“ kui sõna „mini“ pelka kordamist.

76 Kuigi vastab tõele, et kaubamärki on võimalik lühendada (vt selle kohta kohtuotsus, 6.10.2015, Monster Energy *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Balaguer (icexpresso + energy coffee), T-61/14, EU:T:2015:750, punkt 55 ja seal viidatud kohtupraktika), on eespool punktides 56 ja 61 siiski juba tuvastatud, et taotletava kaubamärgi element „minimini“ on vähem eristusvõimeline kui selle

kaubamärgi element „beretta“ ning tõmbab seega asjaomase avalikkuse tähelepanu vähem. Seega tuleb lükata tagasi hageja argumendid selle kohta, et tarbija kaldub taotletavat kaubamärki lühendama, kasutades üksnes elementi „minimini“ ja jättes muud elemendid kõrvale.

77 Lõpuks ei ole vastupidi hageja väidetele taotletava kaubamärgi element „minimini“ ainus selgesti väljaloetav sõnaline osa 20. oktoobri 2009. aasta kohtuotsuse Aldi Einkauf *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Goya Importaciones y Distribuciones (4 OUT Living) (T-307/08, EKL, EU:T:2009:409) tähenduses. Nagu eespool punktides 56 ja 61 tuvastatud, ei ole selle kaubamärgi element „beretta“ vähem tajutav kui kaubamärgi element „minimini“. Seega tuleb hageja nimetatud argument tagasi lükata.

78 Samuti tuleb märkida, et arvestades kõike eeltoodut, ei koosne taotletav tähis kõrvuti paigutatud menetlusse astuja ärinimest ja praktiliselt identsel viisil kasutatud varasemast kaubamärgist. Nii ei ole vastupidi hageja väidetele tõendatud, et taotletava kaubamärgi elemendil „minimini“ on iseseisev eristav positsioon 6. oktoobri 2005. aasta kohtuotsuse Medion (C-120/04, EKL, EU:C:2005:594) tähenduses.

79 Kokkuvõtteks tuleb esiteks märkida, et asjaomase avalikkuse tähelepanelikkus on asjaomaste kaupade osas keskmine. Teiseks on varasemal kaubamärgil eespool punktis 74 nimetatud põhjustel keskmine olemuslik eristusvõime. Kolmandaks olgu meenutatud, et asjaomaste tähistega hõlmatud kaubad on identsed. Neljandaks tuleneb eespool punktidest 44–64, et nimetatud tähised on visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt vähesel määral sarnased.

80 Nimetatud kaalutlustest nähtub, et apellatsioonikoda järeldas õigesti, et segiajamine ei ole määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses tõenäoline ning seetõttu ei ole kasutamise kohta esitatud tõendeid vaja uurida.

81 Seetõttu tuleb hageja teine väide tagasi lükata.

82 Eeltoodu põhjal tuleb vaidlustatud otsus tühistada niivõrd, kuivõrd apellatsioonikoda lükkas tagasi hageja taotluse vastulausete osakonna otsust klassi 43 kuuluvate teenuste osas muuta.

Kohtukulud

83 Vastavalt Üldkohtu kodukorra artikli 134 lõike 3 esimesele lõigule võib Üldkohus jätta kummagi poole kohtukulud tema enda kanda, kui osa nõudeid rahuldatakse ühe poole, osa teise poole kasuks. Kuna käesolevas asjas on mõlema poole nõuded osaliselt rahuldamata jäetud, tuleb jätta poolte kohtukulud nende endi kanda.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (kuues koda)

otsustab:

1. **Tühistada Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) neljanda apellatsioonikoja 14. veebruari 2014. aasta otsus (asi R 1159/2013-4) niivõrd, kuivõrd sellega lükati tagasi Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG taotlus muuta klassi 43 kuuluvate teenuste osas vastulausete osakonna otsust.**

2. **Jätta hagi ülejäänud osas rahuldamata.**

3. **Jätta Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG, Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) ning Salumificio Fratelli Beretta SpA kohtukulud nende endi kanda.**

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 4. veebruaril 2016 Luxembourgis.

Allkirjad