Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (teine koda)

8. juuli 2020*

Euroopa Liidu kaubamärk – Vastulausemenetlus – Euroopa Liidu kujutismärgi mediFLEX easySTEP taotlus – Euroopa Liidu varasem kujutismärk Stepeasy – Suhtelised keeldumispõhjused – Määruse (EL) 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkt b

Kohtuasjas T-21/19,

Pablosky, SL, asukoht Madrid (Hispaania), esindaja: advokaat M. Centell,

hageja,

versus

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindajad: J. Crespo Carrillo, H. O'Neill ja V. Ruzek,

kostja,

teine pool EUIPO apellatsioonikoja menetluses, menetlusse astuja Üldkohtus oli

docPrice GmbH, asukoht Koblenz (Saksamaa), esindaja: advokaat K. Landes,

mille ese on hagi EUIPO neljanda apellatsioonikoja 8. novembri 2018. aasta otsuse (asi R 76/2018-4) peale, mis käsitleb vastulausemenetlust Pablosky ja docPrice'i vahel,

ÜLDKOHUS (teine koda),

koosseisus: koja president V. Tomljenović, kohtunikud P. Škvařilová-Pelzl (ettekandja) ja I. Nõmm,

kohtusekretär: ametnik A. Juhász-Tóth,

arvestades hagiavaldust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 11. jaanuaril 2019,

arvestades EUIPO esitatud kostja vastust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 23. aprillil 2019,

arvestades menetlusse astuja seisukohti, mis saabusid Üldkohtu kantseleisse 17. aprillil 2019,

arvestades 27. novembri 2019. aasta kohtumäärust, millega kohtuasjad T-20/19 ja T-21/19 liideti menetluse suulise osa huvides,

arvestades 15. jaanuari 2020. aasta kohtuistungil esitatut, mille käigus esitati hagejale ja EUIPO-le mitu küsimust,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

on teinud järgmise

otsuse [1]

Vaidluse taust

1 Menetlusse astuja docPrice GmbH esitas 3. augustil 2016 Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametile (EUIPO) vastavalt nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusele (EÜ) nr 207/2009 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1), muudetud redaktsioonis (asendatud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määrusega (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1)), ELi kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on järgmine kujutismärk:



3 Kaubad, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) (edaspidi „Nizza kokkulepe") klassidesse 10 ja 25 ning vastavad nendes klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 10: „ortopeedilised jalatsid, ortopeedilised tallad ja jalatsite sisetallad; jalatsite tallatoed; meditsiinilised saapad; ortopeedilised sidemed ja lahased";

– klass 25: „rõivad; peakatted; jalatsid ning nende osad, samuti nende osad, nimelt tallad, pandlad ja kontsad, tervisejalatsid".

4 Hageja Pablosky, SL esitas taotletava kaubamärgi registreerimisele 15. septembril 2016 kõigi eespool punktis 3 nimetatud kaupadega seoses vastulause.

1 Esitatud on üksnes käesoleva kohtuotsuse need punktid, mille avaldamist peab Üldkohus otstarbekaks.

5 Vastulause põhines alljärgneval ELi kujutismärgil, mille registreerimistaotlus esitati 4. veebruaril 2016 ja mis registreeriti 22. juunil 2016 numbriga 15076961 klassi 25 kuuluvate kaupade „rõivad“, „jalatsid“ ja „peakatted“ jaoks:



6 Vastulause põhjenduseks viidati määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punktis b (nüüd määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkt b) sätestatud põhjusele.

7 Vastulausete osakond rahuldas 6. detsembril 2017 vastulause osaliselt põhjendusel, et esineb segiajamise tõenäosus määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses ning seetõttu tuleb registreerimistaotlus tagasi lükata seoses klassi 10 kuuluvate kaupadega „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ ning klassi 25 kuuluvate kaupadega „rõivad“, „peakatted“, „jalatsid“ ja „tervisejalatsid“ (edaspidi koos „vaidlusalused kaubad“, kuid leidis, et taotletava kaubamärgi võib registreerida muude kaupade jaoks, milleks on klassi 10 kuuluvad kaubad „ortopeedilised tallad ja jalatsite sisetallad; jalatsite tallatoed“ ning klassi 25 kuuluvad kaubad: „[jalatsite] osad, nimelt tallad, pandlad ja kontsad“.

8 Menetlusse astuja esitas 11. jaanuaril 2018 EUIPO-le määruse 2017/1001 artiklite 66–71 alusel kaebuse vastulausete osakonna otsuse peale osas, milles viimane rahuldas osaliselt vastulause seoses vaidlusaluste kaupadega või vähemalt seoses klassi 10 kuuluvate kaupadega „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“.

9 EUIPO neljas apellatsioonikoda leidis 8. novembri 2018. aasta otsuses (edaspidi „vaidlustatud otsus“), et asjaomaste kaupade puhul ja isegi nende puhul, mis on identsed, puudub igasugune segiajamise tõenäosus määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses. Seetõttu tühistas apellatsioonikoda vastulausete osakonna otsuse ja lükkas vastulause tervikuna tagasi ka vaidlusaluseid kaupu puudutavas osas.

Poolte nõuded

10 Hageja palub Üldkohtul sisuliselt:

– tühistada vaidlustatud otsus;

– lükata kaubamärgi registreerimise taotlus tagasi kõigi taotluses nimetatud klassidesse 10 ja 25 kuuluvate kaupadega seoses;

– mõista kohtukulud välja EUIPO-lt ja menetlusse astujalt.

11 EUIPO palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja hagejalt.

12 Menetlusse astuja palub Üldkohtul sisuliselt:

– jätta vaidlustatud otsus muutmata ja hagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

[…]

Sisulised küsimused

23 Hageja põhjendab oma tühistamisnõuet sisuliselt ühe väitega, mis puudutab määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist.

24 EUIPO ja menetlusse astuja paluvad jätta hagi tervikuna rahuldamata, kuna apellatsioonikoda tuvastas vaidlustatud otsuses õigesti, et puudub segiajamise tõenäosus määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses

25 Tuleb märkida, et määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada. Segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et kaubamärki seostatakse varasema kaubamärgiga.

26 Asjaolu, et pooled, kes taotlevad apellatsioonikoja otsuse tühistamist, ei ole vaidlustanud teatavaid segiajamise tõenäosuse analüüsi olulisi tegureid, ei välista seda, et Üldkohus võib või peab kontrollima nende põhjendatust, kuna need tegurid kujutavad endast vastava kontrolli teostamiseks läbitava arutluskäigu olulist etappi. Kui üks menetlusosalistest, kes taotleb apellatsioonikoja otsuse tühistamist, on seadnud kahtluse alla apellatsioonikoja hinnangu segiajamise tõenäosuse kohta, siis on Üldkohus arvesse võetavate tegurite, eelkõige kaubamärkide sarnasuse ning nendega hõlmatud kaupade ja teenuste sarnasuse vastastikuse sõltuvuse põhimõtte alusel pädev kontrollima apellatsioonikoja hinnangut neile teguritele (vt selle kohta 18. detsembri 2008. aasta kohtuotsus Les Éditions Albert René *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-16/06 P, EU:C:2008:739, punkt 47). Nimelt ei saa EUIPO

apellatsioonikoja otsuse õiguspärasuse kontrollimisel olla Üldkohtule siduv ekslik hinnang, mille kõnealune apellatsioonikoda on faktidele andnud, kuna see hinnang on osa järeldustest, mille õiguspärasust Üldkohtus vaidlustatakse (18. detsembri 2008. aasta kohtuotsus Les Éditions Albert René *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-16/06 P, EU:C:2008:739, punkt 48).

[…]

Asjaomane avalikkus ja selle tähelepanelikkuse aste

32 Apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktis 11, et kõnealused kaubad on mõeldud „peamiselt laiale avalikkusele, kelle tähelepanelikkuse aste on nende puhul keskmine, kuna tegemist on kestvuskaubaga, mida tavaolukorras ei osteta eriti sageli“.

33 Hageja ei vaidlusta seda, et asjaomane avalikkus vastab laiale avalikkusele, kuid näib arvavat, et selle avalikkuse tähelepanelikkuse aste asjaomaste kaupade ostmisel on madal, mitte keskmine, nagu eeldab apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses, kuna asjaomased kaubad on laiatarbekaubad, mille väljavalimisele kulutab keskmine tarbija vähe aega.

34 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu, märkides samas, et apellatsioonikoda hindas teatavaid faktilisi asjaolusid valesti.

35 EUIPO kinnitab, et asjaomane avalikkus vastab laiale avalikkusele, kuid märgib, et kuigi ta on nõus apellatsioonikoja seisukohaga, mille kohaselt asjaomase avalikkuse tähelepanelikkuse aste on keskmine seoses klassi 25 kuuluvate kaupadega „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“, leiab ta seevastu, et nimetatud aste on kõrge seoses klassi 25 kuuluvate kaubaga „tervisejalatsid“, milleks on jalatsid, mis on neid kandvate inimeste tervisele kasulik, ning seoses klassi 10 kuuluvate kaupadega „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“. Tulenevalt erivajadustest, mis tingivad viimati nimetatud kaupade ostmise vajaduse, võimalusest, et neid valmistatakse mõõtude järgi tellimustööna või kohandatakse selle inimese puudele vastavalt, kellele need on mõeldud, ning kohtupraktikast, mis puudutab laia avalikkuse tähelepanelikkuse astet tervisega seotud kauba ostmisel, tuleb lähtuda sellest, et nimetatud avalikkuse tähelepanelikkuse aste on selle kauba ostmisel kõrge.

36 Kuigi menetlusse astuja ei vaidle vastu sellele, et asjaomane avalikkus on lai avalikkus, kelle tähelepanelikkuse aste on keskmine, leiab ta seoses klassi 25 kuuluvate kaupadega „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“, et klassi 25 kuuluvad „tervisejalatsid“ ning klassi 10 kuuluvad „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“, et need ei ole suunatud laiale avalikkusele, vaid ortopeediale keskendunud tervishoiutöötajale ning erikategooriasse kuuluvatele tarbijatele, kellel on konkreetsed terviseprobleemid, mille tõttu on neil vaja kanda ortopeedilisi jalatseid, ning kelle tähelepanelikkuse aste on tervisega seotud kauba osas kõrge.

37 Kui vastandatud kaubamärgid on registreeritud või nende registreerimist taotletakse eri kaupade või teenuste jaoks, peab apellatsioonikoda kindlaks tegema tarbijad, kes iga kaupa või teenust asjaomasel territooriumil tõenäoliselt kasutavad (17. veebruari 2017. aasta kohtuotsus Construlink *vs*. EUIPO – Wit-Software (GATEWIT), T-351/14, ei avaldata, EU:T:2017:101, punkt 44).

38 Peale selle koosneb kohtupraktika kohaselt asjaomane avalikkus, keda tuleb segiajamise tõenäosuse olemasolu hindamisel arvesse võtta, üksnes tarbijatest, kes tõenäoliselt kasutavad nii varasema kaubamärgiga hõlmatud kaupu või teenuseid kui ka taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaupu või teenuseid (vt selle kohta 1. juuli 2008. aasta kohtuotsus Apple Computer *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – TKS-Teknosoft (QUARTZ), T-328/05, ei avaldata, EU:T:2008:238, punkt 23, ja 30. septembri 2010. aasta kohtuotsus PVS *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – MeDiTA Medizinische Kurierdienst (medidata), T-270/09, ei avaldata, EU:T:2010:419, punkt 28).

39 Lisaks tuleb segiajamise tõenäosuse igakülgse hindamise raames arvestada asjaomaste kaupade või teenuste keskmise tarbijaga, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Samuti tuleb arvestada asjaoluga, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse aste võib eri liiki toodete puhul olla erinev (vt selle kohta 13. veebruari 2007. aasta kohtuotsus Mundipharma *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

40 Sellega seoses nähtub kohtupraktikast, et klassi 25 kuuluvaid kaupu „rõivad“, „jalatsid“ ja „peakatted“ peetakse laiatarbekaupadeks, mis on suunatud laiale avalikkusele, kelle tähelepanelikkuse aste nende ostmisel on keskmine (vt selle kohta 27. septembri 2012. aasta kohtuotsus Tuzzi fashion *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – El Corte Inglés (Emidio Tucci), T-535/08, ei avaldata, EU:T:2012:495, punktid 3, 6 ja 29; 24. novembri 2016. aasta kohtuotsus CG *vs.* EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, ei avaldata, EU:T:2016:677, punktid 3, 6 ja 27 ning seal viidatud kohtupraktika, ja 8. veebruari 2019. aasta kohtuotsus Serendipity jt *vs.* EUIPO – CKL Holdings (CHIARA FERRAGNI), T-647/17, ei avaldata, EU:T:2019:73, punktid 3, 6, 20 ja 21).

41 Peale selle on otsustatud, et ortopeediliste toodete asjaomase avalikkuse moodustavad selle sektori kutseala asjatundjad ja patsiendid, kes kannatavad luustiku deformatsioonide või talitushäirete all, mida on vaja korrigeerida kõnealuste toodete kandmise abil, ning seetõttu tuleb nimetatud avalikkuse tehniliste teadmiste taset pidada kõrgeks (16. detsembri 2010. aasta kohtuotsus Fidelio *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Hallux), T-286/08, EU:T:2010:528, punkt 42). Samuti on otsustatud, et kuigi klassi 10 kuuluvat kaupa „ortopeedilised jalatsid“ võivad osta laia avalikkuse hulka kuuluvad tarbijad või tervishoiutöötajad, valitakse seda kaupa alati tähelepanelikult (9. novembri 2016. aasta kohtuotsus Birkenstock Sales *vs.* EUIPO (laineliste ristuvate joontega mustri kujutis), T-579/14, EU:T:2016:650, punktid 29 ja 32). Nimelt võib tervisega seotud kaup ja teenused olla suunatud nii kutseala asjatundjatele kui ka lõpptarbijatele, kelle tähelepanelikkuse aste on nende tervisliku seisundiga seotud kauba ja teenuste puhul kõrge (vt 8. oktoobri 2014. aasta kohtuotsus Laboratoires Polive *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Arbora & Ausonia (DODIE), T-77/13, ei avaldata, EU:T:2014:862, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika).

42 Lõpetuseks olgu märgitud, et segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine tuleb läbi viia keskmise tarbija seisukohast, kelle tähelepanelikkuse aste on kõige madalam (vt selle kohta 15. juuli 2011. aasta kohtuotsus Ergo Versicherungsgruppe *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Société de développement et de recherche industrielle (ERGO), T-220/09, ei avaldata, EU:T:2011:392, punkt 21 ja seal viidatud kohtupraktika).

43 Määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punktil b põhineva vastulausemenetluse raames võib EUIPO võtta arvesse üksnes kaupade loetelu, nagu see nähtub asjaomase kaubamärgi registreerimistaotlusest, arvestades viimasesse tehtavaid võimalikke muudatusi (vt 16. septembri 2013. aasta kohtuotsus Oro Clean Chemie *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Merz Pharma (PROSEPT), T-284/12, ei avaldata, EU:T:2013:454, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

44 Käesoleval juhul tuleb eespool punktis 40 viidatud kohtupraktikat arvestades märkida, et apellatsioonikoda ei teinud viga, kui ta leidis, et klassi 25 kuuluvad vastandatud kaubamärkidega hõlmatud „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“ on ostmisel keskmiselt tähelepanelikule laiale avalikkusele mõeldud laiatarbekaubad.

45 Seevastu tuleb eespool punktis 41 viidatud kohtupraktikat arvestades tõdeda, et apellatsioonikoda eksis vaidlustatud otsuses leides, et taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 10 kuuluvad „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ on suunatud pigem keskmisel määral tähelepanelikule laiale avalikkusele kui ortopeediale keskendunud tervishoiutöötajatele ja laia avalikkuse hulka kuuluvatele tarbijatele, kes kannatavad ortopeediliste probleemide tõttu, mis nõuavad erivajadusele vastavate jalatsite kandmist, ja kelle tähelepanelikkuse aste on kõrge seoses nende kutsetegevusega või nende tervisliku seisundiga. Sama kehtib ka taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvate

„tervisejalatsite“ kohta, mis – nagu nähtub registreerimistaotluses valitud nimetusest – on jalatsite eriliik, millel on täiendavaid eeliseid neid kandvate inimeste jalgade tervisele ja mida seetõttu ostavad laia avalikkuse hulka kuuluvad tarbijad, kellel on ortopeedilised tervisehäired ja kelle tähelepanelikkuse aste on kõrge.

Asjaomaste kaupade võrdlus

46 Apellatsioonikoda kinnitas vaidlustatud otsuse punktis 13 vastulausete osakonna hinnangut, mille kohaselt taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvad „rõivad“, „peakatted“, „jalatsid“ ja „tervisejalatsid“ on identsed varasema kaubamärgiga hõlmatud samasse klassi kuuluvate kaupadega „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“, täpsustades, et „tervisejalatsid“ kuuluvad laiemasse „jalatsite“ liiki. Nimetatud otsuse punktis 15 kinnitas apellatsioonikoda ka nimetatud osakonna hinnangut, mille kohaselt on taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 10 kuuluvad „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ vähemalt vähesel määral sarnased varasema kaubamärgiga tähistatud klassi 25 kuuluvate kaupadega „jalatsid“. Tema sõnul oli tarbijal võimalus osta kas tavalisi jalatseid, mille hulka kuuluvad teatavat liiki tervislikud jalatsid, või erivajadustele vastavaid ortopeedilisi jalatseid või meditsiinilisi saapaid vastavalt oma ortopeedilistele või meditsiinilistele vajadustele. Siiski on kõik need tooted üldiselt sarnased oma olemuse, kasutamise, tootmismeetodi ja lõppkasutajate sarnasuse poolest ning seetõttu, et nad võivad konkureerida ühise otstarbe tõttu, milleks on jalgade kaitse.

47 Hageja viitab taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 10 kuuluva kauba „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ ning varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluva kauba „jalatsid“ „suurele sarnasusele“ samadel põhjustel kui need, mille esitas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses. Siiski palub ta Üldkohtul asuda seisukohale, et asjaomased kaubad, st ühelt poolt taotletava kaubamärgiga tähistatud vaidlusalused kaubad ning teiselt poolt varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvad „rõivad“, „jalatsid“ ja „peakatted“ on „identsed“. Olgugi et see näib vastuoluline, soovitakse sellega seega ilmselt kahtluse alla seada vaidlustatud otsuses apellatsioonikoja esitatud selle hinnangu põhjendatus, et taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 10 kuuluvad „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ on varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvate „jalatsitega“ sarnased, olgugi et vähesel määral.

48 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu. Menetlusse astuja toob samas välja mõned ekslikud hinnangud, mille apellatsioonikoda on faktilistele asjaoludele andnud. Tema sõnul ei saa klassi 25 kuuluvaid kaupu „tervisejalatsid“ ning klassi 10 kuuluvaid kaupu „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ pidada varasema kaubamärgiga hõlmatud kaupadega sarnaseks.

49 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb vaidlusaluste kaupade ja teenuste sarnasuse hindamisel võtta arvesse kõiki nendevahelisi seoseid iseloomustavaid asjasse puutuvaid tegureid. Nimetatud tegurite hulgas on eeskätt kaupade olemus, otstarve, kasutusviis ning see, kas need on konkureerivad või üksteist täiendavad kaubad. Samuti võib arvesse võtta muid tegureid, näiteks asjaomaste kaupade ja teenuste turustuskanaleid (vt 11. juuli 2007. aasta kohtuotsus El Corte Inglés *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños), T-443/05, EU:T:2007:219, punkt 37 ja seal viidatud kohtupraktika).

50 Kui varasema kaubamärgiga hõlmatud kaubad ja teenused hõlmavad kaubamärgitaotlusega hõlmatud kaupu, siis loetakse, et need kaubad või teenused on identsed (vt 24. novembri 2005. aasta kohtuotsus Sadas *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, punkt 34 ja seal viidatud kohtupraktika).

51 Käesoleval juhul ei teinud apellatsioonikoda viga, kui ta leidis vaidlustatud otsuses, et mõlema vastandatud kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvad kaubad „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“ on vastavalt identsed kaubad.

52 Samuti olgu eespool punktis 50 viidatud kohtupraktikat arvestades märgitud, et apellatsioonikoda ei eksinud, kui ta vaidlustatud otsuses leidis, et taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvad kaup „tervisejalatsid“ on identsed samasse klassi kuuluva varasema kaubamärgiga hõlmatud kaubaga „jalatsid“. Nimelt on erinevalt ortopeedilistest jalatsitest, mis on peamiselt mõeldud tervisetoodeteks, tervisejalatsid jalatsite eriliik, millel on täiendavaid eeliseid neid kandvate inimeste jalgade tervisele. Nagu apellatsioonikoda selles otsuses märkis, kuuluvad „tervisejalatsid“ tõepoolest üldisemasse liiki „jalatsid“.

53 Seevastu tuleb vaidlustatud otsuses väljendatud apellatsioonikoja ekslikust seisukohast kõrvale kaldudes tõdeda, et klassi 10 kuuluvad taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaubad „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ ning varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvad „jalatsid“ on vähesel määral sarnased, ja mitte „vähemalt vähesel määral“ sarnased, nagu leidis apellatsioonikoda, mis annab alust arvata, et sarnasuse aste võib olla suurem kui „nõrk“.

54 See lahendus on õigustatud mitmel põhjusel.

55 Kõigepealt olgu märgitud, et kuigi Nizza klassifikatsioon võeti vastu üksnes haldusotstarbel, on selgitavad märkused selle klassifikatsiooni eri klasside kohta asjaomaste võrreldavate kaupade ja teenuste olemuse ja otstarbe kindlakstegemiseks asjakohased (vt selle kohta 23. jaanuari 2014. aasta kohtuotsus Sunrider *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Nannerl (SUN FRESH), T-221/12, ei avaldata, EU:T:2014:25, punkt 31; 10. septembri 2014. aasta kohtuotsus DTM Ricambi *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – STAR (STAR), T-199/13, ei avaldata, EU:T:2014:761, punkt 36, ja 8. juuni 2017. aasta kohtuotsus Bundesverband Deutsche Tafel *vs.* EUIPO – Tiertafel Deutschland (Tafel), T-326/16, ei avaldata, EU:T:2017:380, punkt 45). Eelkõige juhul, kui registreeringuga hõlmatud kaupade või teenuste sõnastus on niivõrd üldine, et see võib hõlmata vägagi erinevaid kaupu või teenuseid, ei ole välistatud võtta kaupade või teenuste otstarbe tõlgendamise või täpsustusena arvesse klasse, mida kaubamärgitaotlejad selles klassifikatsioonis on välja valinud (vt selle kohta 25. jaanuari 2018. aasta kohtuotsus Brunner *vs.* EUIPO – CBM (H HOLY HAFERL HAFERL SHOE COUTURE), T-367/16, ei avaldata, EU:T:2018:28, punkt 50, ja 19. juuni 2018. aasta kohtuotsus Erwin Müller *vs.* EUIPO – Novus Tablet Technology Finland (NOVUS), T-89/17, ei avaldata, EU:T:2018:353, punkt 33). Käesoleval juhul tuleb järeldada asjaolu põhjal, et nimetatud klassifikatsiooni klassi 25 selgitavas märkuses on täpsustatud, et sellesse klassi, mis puudutab peamiselt „rõivaid inimestele“, ei kuulu muu hulgas „ortopeedilised jalanõud“, mis kuuluvad muusse klassi, nimelt klassi 10, kuhu kuuluvad põhiliselt „kirurgia-, meditsiini-, hambaravi- ja veterinaariaseadmed, -riistad ja -tooted, mida kasutatakse peamiselt inimeste ja loomade haigusseisundite diagnoosimiseks ja raviks“, et ortopeedilisi jalatseid või meditsiinilisi jalatseid tuleb peamiselt pidada meditsiinivahendiks kui rõivaesemeks, mida need on samuti, aga üksnes täiendavalt. Kuigi ortopeedilised ja meditsiinilised jalatsid nagu kõik „jalatsid“ võimaldavad muu hulgas ka jalgu katta ja kaitsta, on nende peamine otstarve ortopeediliste füüsiliste puuete korrigeerimine.

56 Nagu menetlusse astuja õigesti märgib, on üldteada, et ortopeedilisi jalatseid või meditsiinilisi jalatseid väljastab retsepti alusel vahetult arst või müüakse neid ortopeedilistele või ravitoodetele keskendunud kauplustes.

57 Samuti on üldteada, et ortopeedilisi jalatseid või meditsiinilisi jalatseid ei toodeta nagu jalanõusid üldiselt, tööstuslikult või standardiseeritult, vaid neid valmistatakse eritellimuse alusel või vähemalt kohandatuna ortopeedia tehniku poolt iga patsiendi vajadustele (vt selle kohta 24. märtsi 1994. aasta kohtuotsus 3M Medica, C-148/93, EU:C:1994:123, punktid 10 ja 12; 7. novembri 2002. aasta kohtuotsus Lohmann ja Medi Bayreuth, C-260/00–C-263/00, EU:C:2002:637, punkt 42, ja 11. juuni 2009. aasta kohtuotsus Hans & Christophorus Oymanns, C-300/07, EU:C:2009:358, punkt 2).

[…]

Segiajamise tõenäosuse igakülgne analüüs

98 Apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuse punktides 27 ja 28, et kõigi asjaomaste kaupade osas, isegi nende puhul, mis on identsed, ei esine segiajamise tõenäosust määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses, kuna vastandatud kaubamärkide vähene sarnasus tuleneb kokkulangevusest, mis ei puuduta kõige eristavamaid ja domineerivamaid elemente, see tähendab taotletava kaubamärgi osa „mediflex“ ja varasema kaubamärgi sõna „step“, ning kuna varasemast kaubamärgist tänu selle kujutisosa, värvide ja tallakujulise iseloomuliku ja visuaalselt ligitõmbavale motiivile jääv tervikmulje on taotletavast kaubamärgist jäävast muljest selgesti erinev.

99 Hageja heidab apellatsioonikojale ette, et viimane leidis seoses kõigi asjaomaste kaupadega, isegi nendega, mis on identsed, et puudub segiajamise tõenäosus määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses, kuna vastandatud kaubamärkide vähene sarnasus tuleneb kokkulangevusest, mis ei puudutanud nende kõige eristavamaid või domineerivamaid osi. Tema sõnul on need kaubamärgid visuaalselt ja foneetiliselt väga sarnased, kuna need langevad kokku osas, mis on kummaski kaubamärgis kõige eristavam ja domineerivam. Arvestades sõnade „easy“ ja „step“ kokkulangevust neis kaubamärkides ning seda, et kõnealused kaubad on väga sarnased või identsed, võib taotletavat kaubamärki tajuda varasema kaubamärgi pelga variatsioonina. Apellatsioonikoda oleks seega pidanud vaidlustatud otsuses järeldama, et esineb segiajamise tõenäosus selle sätte tähenduses kas või asjaomase avalikkuse selle osa puhul, kes ei valda inglise keele põhisõnavara nagu Poola ja Hispaania lai avalikkus.

100 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu. Menetlusse astuja märgib eelkõige, et varasema kaubamärgi eristusvõime on nõrk, kuna osa „stepeasy“ on kirjeldav ja kujutisosad on puhtalt kaunistuslikud või kirjeldavad (jalatsi tald), samas kui taotletava kaubamärgi eristusvõime on vähemalt keskmine, kuna elemendil „mediflex“ ei ole inglise ega mõnes teises liidus räägitavas keeles tähendust.

101 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on segiajamine tõenäoline, kui asjaomane avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Vastavalt samale kohtupraktikale tuleb segiajamise tõenäosust hinnata igakülgselt, võttes aluseks selle, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ning kaupu või teenuseid tajub, võttes arvesse kõiki asjasse puutuvaid tegureid, iseäranis kaubamärkide sarnasuse ja nendega tähistatavate kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust (vt 9. juuli 2003. aasta kohtuotsus Laboratorios RTB *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, punktid 30–33 ja seal viidatud kohtupraktika). Nii võib kaitstud kaupade või teenuste vähese sarnasuse kompenseerida kaubamärkide suur sarnasus ning vastupidi (vt 23. oktoobri 2002. aasta kohtuotsus Fifties, T-104/01, EU:T:2002:262, punkt 27 ja seal viidatud kohtupraktika).

102 Määruse 2017/1001 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 22. jaanuari 2009. aasta kohtuotsus Commercy *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

103 Kohtupraktikast tuleneb, et segiajamise tõenäosus on seda suurem, mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk (11. novembri 1997. aasta kohtuotsus SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, punkt 24, ja 29. septembri 1998. aasta kohtuotsus Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, punkt 18).

104 Lisaks varieerub segiajamise tõenäosus vastavalt asjaomase avalikkuse tähelepanelikkuse astmele. Nii on kohtupraktikas märgitud, et kuigi asjaomasel avalikkusel on vaid harva võimalus erinevaid kaubamärke vahetult võrrelda ning ta peab usaldama „neist jäänud ebatäiuslikku mälupilti“, võib asjaomase avalikkuse kõrge tähelepanelikkuse aste viia järelduseni, et ta ei aja asjaomaseid kaubamärke eri

kaubamärkide otsese võrdluse puudumisest hoolimata segi (vt 13. juuli 2017. aasta kohtuotsus Migros-Genossenschafts-Bund *vs.* EUIPO – Luigi Lavazza (CReMESPRESSO), T-189/16, ei avaldata, EU:T:2017:488, punkt 86 ja seal viidatud kohtupraktika).

105 Käesoleval juhul tuleb tõdeda, et kõnealused kaubad on osaliselt identsed, mis puutub vastandatud kaubamärkidega hõlmatud klassi 25 kuuluvatesse kaupadesse „rõivad“, „peakatted“ ja „jalatsid“ ja taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvatesse kaupadesse „tervishoiujalatsid“, ning osaliselt vähesel määral sarnased seoses varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvate kaupadega „jalatsid“ ning taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 10 kuuluvate kaupadega „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“.

106 Lisaks on tuvastatud, et asjaomase avalikkuse selle osa jaoks, kes inglise keele põhisõnavara ei valda, on vastandatud kaubamärgid visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt erinevad ning ülejäänud asjaomase avalikkuse jaoks on need visuaalselt ja foneetiliselt keskmisel määral ning kontseptuaalselt vähesel määral sarnased. Arvestades asjaolu, et üldiselt võib asjaomased kaupu välja valida visuaalse vaatluse tulemusena kauplusest, kataloogist või internetist (6. oktoobri 2004. aasta kohtuotsus New Look *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE ja NLCollection), T-117/03–T-119/03 ja T-171/03, EU:T:2004:293, punkt 50; 8. veebruari 2007. aasta kohtuotsus Quelle *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Nars Cosmetics (NARS), T-88/05, ei avaldata, EU:T:2007:45, punkt 69, ja 18. mai 2011. aasta kohtuotsus IIC *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – McKenzie (McKENZIE), T-502/07, ei avaldata, EU:T:2011:223, punktid 50 ja 51) suulise nõudmise või tellimuse alusel (vt eespool punkt 56), siis on visuaalne ja foneetiline külg käesoleval juhul kõige olulisemad, mistõttu nende kaubamärkide vahel esineva sarnasuse astet võib igakülgse kaalumise põhjal pidada inglise keelt kõneleva või selle keele põhisõnavara valdava asjaomase avalikkuse osas keskmiseks.

107 Järelikult on segiajamise tõenäosuse tuvastamiseks vajalikud tingimused käesoleval juhul täidetud üksnes asjaomase avalikkuse selle osa puhul, kes oskab inglise keelt või valdab inglise keele põhisõnavara.

108 Mis puutub menetlusse astuja väitesse, et varasemal kaubamärgil on nõrk olemuslik eristusvõime, kuna osa „stepeasy“ on kirjeldav ja kujutisosad on üksnes kaunistuslikud või kirjeldavad (jalatsi tald), siis tuleb märkida, et apellatsioonikoda ei võtnud vaidlustatud otsuses sõnaselgelt seisukohta selle kaubamärgi olemusliku eristusvõime astme kohta. Viimati nimetatu varieerub, olles inglise keelt kõneleva või inglise keele põhisõnavara valdava asjaomase avalikkuse osa puhul nõrk seoses „jalatsitega“, mille puhul on sinistest ja oranžidest ühendatud punktidest koosnev abstraktne joonistus, nagu ka eespool nimetatud osa vihjav või seoseid loov, ning keskmine seoses kaupadega „rõivad“ ja „peakatted“, mille suhtes see abstraktne joonistus ei ole vihjav ega seoseid loov.

109 Mis puutub inglise keelt kõnelevasse või inglise keele põhisõnavara valdavasse laia avalikkusse, kes tõenäoliselt ostab mõlema vastandatud kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvat kaupa „jalatsid“, isegi kui asjaomased kaubad on identsed, siis arvestades asjaomase avalikkuse keskmist tähelepanelikkuse astet ja varasema kaubamärgi vähest olemuslikku eristusvõimet seoses kaubaga „jalatsid“, ei ole nende kaubamärkide keskmine igakülgne sarnasus käesoleval juhul piisav selleks, et asuda seisukohale, et asjaomane avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

110 Mis puutub inglise keelt kõnelevasse või inglise keele põhisõnavara valdavasse laia avalikkusse, kes tõenäoliselt ostab mõlema vastandatud kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvaid kaupu „rõivad“ ja „peakatted“, siis arvestades asjaomase avalikkuse keskmist tähelepanelikkuse astet, asjaomaste kaupade identsust ja varasema kaubamärgi keskmist olemuslikku eristusvõimet seoses nende kaupadega, on nimetatud kaubamärkide vähene igakülgne sarnasus käesoleval juhul piisav, et asuda seisukohale, et nimetatud tarbija võib arvata, et kõnealused kaubad pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

111 Mis puutub inglise keelt kõneleva või inglise keele põhisõnavara valdava laia avalikkuse sellesse mitte väheolulisse ossasse, kes tõenäoliselt ostab nii klassi 25 kuuluvaid „tervisejalatseid“, taotletava kaubamärgiga hõlmatavaid klassi 10 kuuluvaid kaupu „ortopeedilised jalatsid“ ja „meditsiinilised saapad“ kui ka varasema kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvat kaupa „jalatsid“, siis olgu märgitud, et isegi asjaomase kauba puhul, mis on identne ja mitte üksnes vähesel määral sarnane, ei ole, arvestades asjaomase avalikkuse suurt tähelepanelikkust ja varasema kaubamärgi nõrka olemuslikku eristusvõimet seoses kaubaga „jalatsid“, nende kaubamärkide keskmine igakülgne sarnasus käesoleval juhul piisav, et asuda seisukohale, et nimetatud avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

112 Neil asjaoludel on hagejal alust väita, et apellatsioonikoda järeldas vaidlustatud otsuses vääralt, et segiajamine ei ole määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses tõenäoline, ning tühistas vastulausete osakonna 6. detsembri 2017. aasta otsuse ja lükkas vastulause taotletava kaubamärgiga hõlmatud klassi 25 kuuluvate kaupade „rõivad“ ja „peakatted“ osas tagasi.

113 Selles osas tuleb rahuldada hageja nõue, milles ta palus vaidlustatud otsus tühistada, ja ülejäänud osas jätta see põhjendamatuse tõttu rahuldamata.

114 Lisaks, mis puutub hageja taotlusse, et Üldkohus muudaks vaidlustatud otsust, siis tuleb meenutada, et kuigi Üldkohtu õigus otsust muuta ei anna talle pädevust asendada EUIPO apellatsioonikoja põhjendus enda omaga ega hinnata küsimust, mille kohta apellatsioonikoda ei ole veel seisukohta võtnud, tuleb seda pädevust teostada olukordades, kus Üldkohtul on pärast apellatsioonikoja antud hinnangu läbivaatamist võimalik faktiliste ja õiguslike asjaolude alusel – nagu need on tuvastatud – määrata kindlaks, millise otsuse oleks apellatsioonikoda pidanud tegema (5. juuli 2011. aasta kohtuotsus Edwin *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-263/09 P, EU:C:2011:452, punkt 72).

115 Käesoleval juhul tuleb märkida, et apellatsioonikoda võttis vaidlustatud otsuses seisukoha vastandatud kaubamärkide segiajamise tõenäosuse kohta klassi 25 kuuluvate „rõivaste“ ja „peakatete“ osas, mistõttu on Üldkohtul pädevus seda otsust selles osas muuta.

116 Nagu nähtub eelkõige eespool punktidest 105–112, oleks apellatsioonikoda pidanud leidma, et nende kaupade segiajamine on määruse 2017/1001 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses tõenäoline.

117 Neil asjaoludel tuleb vaidlustatud otsust muuta ja jätta menetlusse astuja poolt apellatsioonikojale esitatud kaebus neid kaupu puudutavas osas rahuldamata. Ülejäänud osas tuleb vaidlustatud otsuse muutmise nõue põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

[…]

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (teine koda)

otsustab:

1. **Tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) neljanda apellatsioonikoja 8. novembri 2018. aasta otsus (asi R 76/2018-4), mis käsitleb vastulausemenetlust Pablosky, SLi ja docPrice GmbH vahel, osas, milles see puudutab Nizza klassifikatsiooni klassi 25 kuuluvaid kaupu „rõivad“ ja „peakatted“.**

2. **Jätta kaebus, mille docPrice esitas EUIPO apellatsioonikojale, punktis 1 osutatud kaupu puudutavas osas rahuldamata.**

3. **Jätta hagi ülejäänud osas rahuldamata.**

4. **Jätta poolte kohtukulud nende endi kanda.**

Tomljenović Škvařilová-Pelzl Nõmm

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 8. juulil 2020 Luxembourgis.

Allkirjad