Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (teine koda)

20. mai 2014*

Ühenduse kaubamärk — Vastulausemenetlus — Ühenduse kujutismärgi ARIS taotlus — Varasem ühenduse kujutismärk ARISA ASSURANCES S.A. — Suhteline keeldumispõhjus — Segiajamise tõenäosus — Tähiste sarnasus — Varasemate kaubamärkide turul kooseksisteerimine — Ameerika õiguspõhimõte, nn Morehouse defense — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkt b

Kohtuasjas T-247/12,

Argo Group International Holdings Ltd, asukoht Hamilton, Bermuda (Ühendkuningriik), esindajad: *solicitor* R. Hoy, *solicitor* S. Levine ja *solicitor* N. Edbrooke,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: L. Rampini,

kostja,

teine menetluspool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikojas, menetlusse astuja Üldkohtus

Arisa Assurances SA, asukoht Luxembourg (Luksemburg), esindaja: advokaat H. Bock,

mille ese on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti teise apellatsioonikoja 9. märtsi 2012. aasta otsuse (asi R 193/2011-2) peale, mis käsitleb Arisa Assurances SA ja Argo Group International Holdings Ltd vahelist vastulausemenetlust,

ÜLDKOHUS (teine koda),

koosseisus: koja esimees M. E. Martins Ribeiro, kohtunikud S. Gervasoni (ettekandja) ja L. Madise,

kohtusekretär: E. Coulon,

arvestades 6. juunil 2012 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 21. septembril 2012 Üldkohtu kantseleisse saabunud Siseturu Ühtlustamise Ameti vastust,

arvestades 3. septembril 2012 Üldkohtu kantseleisse saabunud menetlusse astuja vastust,

arvestades 18. detsembril 2012 Üldkohtu kantseleisse saabunud repliiki,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

arvestades 3. aprillil 2013 Üldkohtu kantseleisse saabunud menetlusse astuja vasturepliiki,

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 kodukorra artikli 135a alusel teha otsuse ilma suulise menetluseta,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Art Risk Insurance and Information Services Corp. esitas 13. novembril 2008 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") vastavalt nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määrusele (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) (muudetud kujul) (asendatud nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1)) ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on järgmine kujutismärk:



3 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: „Kindlustusteenused; omandiõiguse kindlustus kaunite kunstide, kultuuriliste kunstiesemete, antiikesemete ja muude kollektsioneeritavate kehaliste esemete jaoks; finantsriski juhtimise teenused kunsti ja kunstiga seotud ettevõtjate, sh kunstimuuseumide, kunstifondide, kultuuri- ja mittetulundusasutuste, erakollektsionääride, kunstnike, kunstikaupmeeste ning kunstiga seotud panganduse, usaldusisikute, kindlustusseltside, juriidiliste isikute ja mittetulundusühingute jaoks; finantsriski juhtimise teenused seoses kindlustuse muude vormide, sh omandi- ja õnnetusjuhtumi kindlustusega kunsti ja kunstiga seotud ettevõtjate jaoks".

4 Ühenduse kaubamärgi taotlus avaldati 23. märtsi 2009. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 10/2009.

5 Art Risk Insurance and Information Services'ile kuulus juba ühenduse sõnamärk ARIS, mis on registreeritud 12. septembril 2005.

6 Menetlusse astuja Arisa Assurances SA esitas 18. juunil 2009 määruse nr 207/2009 artikli 41 alusel vastulause taotletava kaubamärgi registreerimisele eespool punktis 3 nimetatud teenuste jaoks.

7 Vastulause tugines varasemale ühenduse kujutismärgile, mille registreerimise taotlus esitati 8. juulil 1996 ja mis registreeriti 18. jaanuaril 2000 numbri 307470 all klassi 36 kuuluva „kindlustuse ja edasikindlustuse” jaoks ning mis on kujutatud alljärgnevalt:



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

9 Vastulausete osakond rahuldas 23. novembril 2010 vastulause ja lükkas kaubamärgi registreerimise taotluse tagasi.

10 Art Risk Insurance and Information Services esitas 20. jaanuaril 2011 ühtlustamisametile vastulausete osakonna otsuse peale määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel kaebuse.

11 Art Risk Insurance and Information Services palus 3. märtsil 2011 registreerida tema kaubamärgitaotluse üleandmine Argo Group International Holdings Ltd-le (edaspidi „Argo Group” või „hageja”). Üleandmine kanti 4. märtsil 2011 ühenduse kaubamärkide registrisse.

12 Ühtlustamisameti teine apellatsioonikoda jättis 9. märtsi 2012. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus”) kaebuse rahuldamata. Täpsemalt leidis ta, et Art Risk Insurance and Information Services'i kaebus oli vastuvõetav, kuigi seda ei esitanud Argo Group, kellele kaubamärgitaotlus kuulus, kuna kaubamärgitaotluse Argo Groupile üleandmist ei olnud 20. jaanuariks 2011 ehk kaebuse esitamise kuupäevaks veel ühenduse kaubamärkide registrisse kantud (vaidlustatud otsuse punktid 17–23). Kahe vastandatud tähise segiajamise tõenäosuse kohta täpsustas apellatsioonikoda esiteks, et asjaomase avalikkuse moodustavad nii piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas lai avalikkus kui ka eriala asjatundjatest tarbijad, kelle tähelepanu aste on kõrgem (vaidlustatud otsuse punktid 45 ja 46). Teiseks leidis apellatsioonikoda, et kaubamärgitaotluse ja varasema kaubamärgiga tähistatavad teenused on identsed või sarnased (vaidlustatud otsuse punktid 47 ja 48). Kolmandaks asus apellatsioonikoda seisukohale, et vastandatud tähised on üldjoontes sarnased, kuna nende eristavad ja domineerivad osad – „aris” taotletavas kaubamärgis ja „arisa” varasemas kaubamärgis – on visuaalselt peaaegu identsed ja foneetiliselt väga sarnased (vaidlustatud otsuse punktid 49–55 ja 58). Ta järeldas seega samamoodi nagu vastulausete osakond, et esineb segiajamise tõenäosus (vaidlustatud otsuse punkt 58), ja lükkas tagasi argumendi kahe kõnealuse tähise Euroopa Liidus kooseksisteerimise kohta (vaidlustatud otsuse punktid 25–28).

Poolte nõuded

13 Hageja palub Üldkohtul:

— tühistada vaidlustatud otsus või muuta seda;

— mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

14 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

15 Menetlusse astuja palub Üldkohtul:

— jätta hagi vastuvõetamatuse tõttu läbi vaatamata või teise võimalusena jätta hagi põhjendamatuse tõttu rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

Vastuvõetavus

16 Menetlusse astuja väidab, et käesolev hagi ei vasta Üldkohtu kodukorra artikli 44 lõike 1 punkti c nõuetele, kuna hagiavalduses ei ole viidatud ühelegi konkreetsele õigusnormile, mida apellatsioonikoda oleks väidetavalt rikkunud.

17 Tuleb märkida, et vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale ei ole nõutav, et pool sõnaselgelt viitaks sätetele, millele tema esitatud väited tuginevad. Piisab, kui selle poole nõude ese ning nõude aluseks olevad peamised faktilised ja õiguslikud asjaolud oleksid hagiavalduses esitatud piisavalt selgelt (vt Üldkohtu 15. jaanuari 2013. aasta otsus kohtuasjas T-451/11: Gigabyte Technology *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Haskins (Gigabyte), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika), nagu need käesolevas asjas ongi.

18 Hagiavaldusest ilmneb nimelt piisavalt selgelt, et hageja viitab sisuliselt määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisele, kuivõrd ta väidab, et apellatsioonikoda rikkus õigusnormi, kui ta leidis, et asjaomased tähised on sarnased ja et järelikult esineb nende segiajamise tõenäosus. Hageja viitab kõnealusele sättele ka otsesõnu repliigis.

19 Lisaks on hageja argumendid piisavalt selged ja täpsed, et võimaldada ühtlustamisametil ja menetlusse astujal oma kaitse ette valmistada ja Üldkohtul kohtulikku kontrolli teostada (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Gigabyte, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika). Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele täies ulatuses vastu, kusjuures ühtlustamisamet on oma vastuses isegi sõnaselgelt viidanud väitele, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist.

20 Seetõttu tuleb menetlusse astuja esitatud vastuvõtmatuse väide tagasi lükata ja asuda analüüsima, kas on põhjendatud hageja ainus väide, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist.

Sisulised küsimused

21 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.

22 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on segiajamine tõenäoline, kui avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad ja teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Sama kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosust hinnata igakülgselt, vastavalt sellele, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ja kaupu või teenuseid tajub, ning pidades silmas kõiki antud juhtumit iseloomustavaid tegureid, eelkõige tähiste sarnasuse ning nendega

tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust (vt Üldkohtu 9. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-162/01: Laboratorios RTB *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), EKL 2003, lk II-2821, punktid 30–33 ja seal viidatud kohtupraktika).

Asjaomane avalikkus

23 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosuse igakülgsel hindamisel lähtuda asjaomast liiki kauba keskmisest tarbijast, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Samuti tuleb silmas pidada, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse aste võib eri liiki kaupade ja teenuste puhul olla erinev (vt Üldkohtu 13. veebruari 2007. aasta otsus kohtuasjas T-256/04: Mundipharma *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Altana Pharma (RESPICUR), EKL 2007, lk II-449, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

24 Vaidlustatud otsuses leidis apellatsioonikoda, et käesoleval juhul moodustavad asjaomase avalikkuse nii piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelikud ja arukad kindlustusteenuste keskmised tarbijad kui ka eriala asjatundjatest tarbijad, nagu kunstikaupmehed ning õigus- ja maksuasjadega tegelevad organisatsioonid, kelle tähelepanu aste on kõrgem (vaidlustatud otsuse punktid 45 ja 46). Segiajamise tõenäosuse analüüsimise tulemusel järeldas apellatsioonikoda, et selline tõenäosus on olemas, viidates „ebatäiuslikule mälestusele", mis asjaomasele avalikkusele, sealhulgas suuremat tähelepanelikkust ilmutavatele tarbijatele jääb kõnealustest tähistest (vaidlustatud otsuse punkt 58).

25 Hageja väidab, et apellatsioonikoda rikkus õigusnormi, kui ta segiajamise tõenäosuse kohta tehtud järelduses ei võtnud arvesse taotletava kaubamärgiga tähistatavate teenuste asjatundjatest tarbijate kõrgendatud tähelepanu. Hageja leiab, et nende teenuste asjaomase avalikkuse ja varasema kaubamärgiga kaitstud teenuste asjaomase avalikkuse tähelepanelikkuse astme erinevus vähendab segiajamise tõenäosust.

26 Sellega seoses tuleb esiteks märkida, et vastupidi hageja väidetele ei ole varasema kaubamärgiga kaitstud teenused mõeldud ainult üldist laadi kindlustuse – nagu liiklus- või reisikindlustus – keskmisele tarbijale. Nimelt, nagu ühtlustamisamet õigesti rõhutab: kuna varasema kaubamärgi tegeliku kasutamise tingimusele ei ole viidatud, on see kaubamärk kaitstud kõigi kindlustus- ja edasikindlustusteenuste jaoks, olenemata kindlustusobjekti laadist ja sõltumata sellest, kas kaubamärki on tegelikult kasutatud ainult liiklus- ja reisikindlustusteenuste jaoks (vt selle kohta Üldkohtu 16. juuni 2010. aasta otsus kohtuasjas T-487/08: Kureha *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Sanofi-Aventis (KREMEZIN), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 71). Seega võivad varasema kaubamärgiga kaitstud teenused olenevalt kindlustusobjektist olla mõeldud laiale avalikkusele või asjatundlikumatele tarbijatele.

27 Teiseks tuleb märkida, et kuigi mõni kaubamärgitaotlusega hõlmatud kindlustusteenustest on tõesti suunatud kunsti valdkonnas asjatundlikumatele tarbijatele, sisaldab kõnealuste teenuste loetelu ka üldisi kindlustusteenuseid, mis on mõeldud laiale avalikkusele.

28 Järelikult on mõlema vastandatud kaubamärgiga hõlmatud teenused suunatud samale asjaomasele avalikkusele, mis koosneb nii laiast avalikkusest kui ka kunstiala asjatundjatest.

29 Sellises olukorras tuleb segiajamise tõenäosuse hindamisel vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale arvesse võtta avalikkust, kelle tähelepanelikkuse aste on madalam (vt selle kohta Üldkohtu 15. juuli 2011. aasta otsus kohtuasjas T-220/09: Ergo Versicherungsgruppe *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Société de développement et de recherche industrielle (ERGO), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 21 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Järelikult, isegi kui oletada, et apellatsioonikoda ei võtnud kõrgema tähelepanelikkuse astmega tarbijaid arvesse, ei saa talle seda käesoleval juhul ette heita.

31 Apellatsioonikoda ei teinud seega viga ei käesoleval juhul asjaomase avalikkuse määratlemisel ega ka siis, kui ta segiajamise tõenäosuse hindamisel lähtus sellest avalikkusest.

Tähiste sarnasus

32 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine vastandatud tähiste visuaalse, foneetilise või 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. Sellega seoses tuleb märkida, et keskmine tarbija tajub tavaliselt kaubamärki kui tervikut ega uuri selle erinevaid üksikasju (vt Euroopa Kohtu 12. juuni 2007. aasta otsus kohtuasjas C-334/05 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, EKL 2007, lk I-4529, punkt 35 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Vaidlustatud otsuses asus apellatsioonikoda seisukohale, et vastandatud kaubamärkide domineerivad osad on taotletavas kaubamärgis sõnaline osa „aris" ja varasemas kaubamärgis sõnaline osa „arisa". Ta leidis, et varasemas kaubamärgis sisalduvad elemendid „assurances s.a." ei ole domineerivad, kuivõrd need on kirjutatud väiksemate tähtedega, asuvad kaubamärgis allpool ja neil puudub eristusvõime märkimisväärse hulga tarbijate jaoks, ning et kummagi kaubamärgi stiil ja värv ei ole piisavalt muljetavaldav, et vähendada elementide „aris" ja „arisa" domineerivust (vaidlustatud otsuse punktid 49 ja 50). Vastandatud tähiste võrdlemisel tõdes apellatsioonikoda, et visuaalsest küljest on elemendid „aris" ja „arisa" peaaegu identsed ning et tähised erinevad üksnes täiendava tähe „a", varasema kaubamärgi eristusvõimeta elementide „assurances s.a." ning stiili ja värvi poolest (vaidlustatud otsuse punkt 52). Ta leidis, et vastandatud tähised on foneetiliselt väga sarnased, kuna taotletavat kaubamärki ja varasemat kaubamärki hääldatakse „a-ris" ja „a-ri-sa" ning eristusvõimeta elemente „assurances s.a." ei hääldata (vaidlustatud otsuse punkt 53). Apellatsioonikoda asus seisukohale, et tähiste kontseptuaalne võrdlemine ei ole võimalik, kuna kummalgi neist ei ole asjassepuutuval territooriumil tähendust (vaidlustatud otsuse punkt 54). Ta järeldas sellest, et vastandatud tähised on üldjoontes sarnased (vaidlustatud otsuse punktid 55 ja 58).

34 Esiteks vaidleb hageja vastu sellele, kuidas on kindlaks määratud vastandatud tähiste domineerivad osad. Ta leiab täpsemalt, et sellistes kujutismärkides, nagu on kõne all käesolevas asjas, ei saa sõnalised osad olla domineerivamad kui kujutisosad. See on nii seda enam, et sõnal „aris" puudub tähendus.

35 Sellega seoses tuleb meenutada väljakujunenud kohtupraktikat, mille kohaselt tuleb selle hindamisel, kas kombineeritud kaubamärgi üks või mitu koostisosa on domineerivad, arvesse võtta iga koostisosa eriomaseid omadusi ning neid teiste koostisosade eriomaste omadustega võrrelda. Lisaks võib täiendavalt arvesse võtta erinevate koostisosade suhtelist tähtsust kombineeritud kaubamärgi kujunduses (Üldkohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsus kohtuasjas T-6/01: Matratzen Concord *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Hukla Germany (MATRATZEN), EKL 2002, lk II-4335, punkt 35, ja 23. novembri 2010. aasta otsus kohtuasjas T-35/08: Codorniu Napa *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Bodegas Ontañon (ARTESA NAPA VALLEY), EKL 2010, lk II-5405, punkt 35).

36 Sellest tulenevalt oleneb kombineeritud kaubamärgi osa domineerivuse kindlakstegemine tähise erinevate koostisosade konkreetsest hindamisest ja on seega sõltumatu asjaomase tähise laadist ehk sellest, kas tegemist on kujutis- või sõnamärgiga. Seega ei ole kujutismärgi kujutisosad tingimata selle kaubamärgi domineerivad osad.

37 Käesoleval juhul koosneb taotletav tähis sõnalisest osast „aris", mis on helehalli värvi suurtähtedega kirjutatud nii, et nende tähtede teatud osad on ära jäetud.

38 Vastupidi hageja väidetele ei saa sõnalise osa „aris” graafilist kujundust pidada taotletava kaubamärgi üldmuljes domineerivaks. Selle näol on nimelt tegemist pelgalt kirjastiiliga, mille eesmärk on sõnalist osa „aris” esile tõsta. Seega, isegi kui – nagu hageja väidab – selline graafiline kujundus annab taotletavale kaubamärgile silutud välimuse, mis tekitab elegantse rafineerituse tunde, mis on kunstivaldkonnas tegutsejate jaoks ligitõmbav ja vastab kaubamärgitaotlusega hõlmatud teenuste liigile, kalduks asjaomane avalikkus kõnealusele kaubamärgile viidates hääldama sõnalist osa „aris”, mitte kirjeldama selle graafilist kujundust. Lisaks annab asjaolu, et elemendil „aris” puudub tähendus, nagu hageja rõhutab, ja et see järelikult seda enam ei ole tähistatavaid teenuseid kirjeldav, sellele käesoleval juhul seoses kõnealuste teenustega olemusliku eristusvõime, mis tugevdab selle domineerivust taotletava tähise kui terviku hindamisel (vt selle kohta Üldkohtu 16. septembri 2013. aasta otsus kohtuasjas T-569/11: Gitana *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Teddy (GITANA), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 57 ja seal viidatud kohtupraktika).

39 Varasem tähis omakorda koosneb esimesest sõnalisest osast „arisa”, mis on kirjutatud siniste suurtähtedega peale esimese „a” ühe haru, mis on punane. Esimene sõnaline osa asetseb sinise joonega eraldatult ülalpool teist sõnalist osa „assurances s.a.”, mis on kirjutatud väiksemate, samuti siniste suurtähtedega.

40 Tuleb asuda seisukohale, et arvestades sõnalise osa „assurances s.a.” väiksemat suurust ja asetsemist allpool elementi „arisa”, ei ole see varasemas tähises domineeriv osa. Seda järeldust kinnitab ka asjaolu, et element „assurances s.a.” on asjaomaseid kindlustusteenuseid kirjeldav (vt selle kohta Üldkohtu 27. novembri 2007. aasta otsus kohtuasjas T-434/05: Gateway *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Fujitsu Siemens Computers (ACTIVY Media Gateway), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 47 ja seal viidatud kohtupraktika). Sama kehtib varasema kaubamärgi kujutisosade kohta, nagu kirjastiil, värvus ja allajoonitus, mille graafika on elementaarne ja värvid tavalised, nagu hageja ise rõhutab. Need sõnalised ja kujutisosad ei saa seega kahtluse alla seada sõnalise osa „arisa” domineerimist, kuivõrd viimane on kirjutatud suuremate tähtedega ja asetseb ülalpool teist sõnalist osa.

41 Seega ei teinud apellatsioonikoda vastandatud tähiste domineerivate osade kindlakstegemisel viga ja hageja esimene argument tuleb järelikult tagasi lükata.

42 Teiseks heidab hageja apellatsioonikojale ette, et viimane ei hinnanud kõnealuseid kaubamärke tervikuna ja piirdus nii vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel kui ka segiajamise tõenäosuse hindamiseks selle sarnasuse arvessevõtmisel nende domineerivate sõnaliste osade „aris” ja „arisa” võrdlemisega.

43 Väljakujunenud kohtupraktikast ilmneb tõepoolest, et kahe kaubamärgi sarnasuse hindamisel ei tohi piirduda vaid sellega, et võetakse arvesse kombineeritud kaubamärgi ühte koostisosa ja võrreldakse seda teise kaubamärgiga. Selle asemel tuleb võrdlemisel analüüsida iga kõnealust kaubamärki tervikuna, mis ei välista, et asjaomase avalikkuse mälus mitmeosalisest kaubamärgist tekkinud tervikmuljes võib teatud asjaoludel domineerida üks või mitu selle koostisosa (vt eespool viidatud kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 41 ja seal viidatud kohtupraktika). Üksnes juhul, kui kaubamärgi kõik teised koostisosad on tähtsusetud, võib hinnata sarnasust ainult domineeriva osa põhjal (Euroopa Kohtu eespool viidatud otsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 42, ja 20. septembri 2007. aasta otsus kohtuasjas C-193/06 P: Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 42). Sellise juhtumiga võib olla tegemist siis, kui koostisosa võib asjaomase avalikkuse mällu jäänud kaubamärgi kujutises üksi domineerima hakata, mistõttu selle kaubamärgi kõik teised koostisosad on selle tervikmuljes tähtsusetud (eespool viidatud kohtuotsus Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 43).

44 Käesolevas asjas asus apellatsioonikoda seisukohale, et vastandatud tähiste teatud koostisosad on domineerivad, ilma et ta siiski oleks ülejäänud elemente kvalifitseerinud nii tähtsusetuks, et neid ei oleks vaja kahe tähise võrdlemisel arvesse võtta. Ta oli seega vastavalt eespool viidatud kohtupraktikale kohustatud võrdlemisel arvesse võtma kõiki vastandatud tähiste koostisosi.

45 Vastavalt sellele kohustusele võttis apellatsioonikoda vastandatud tähiste visuaalse sarnasuse hindamisel arvesse nii tuvastatud domineerivaid osi ehk sõnalisi osi „aris" ja „arisa", mida ta pidas peaaegu identseteks, kui ka sõnalist osa „assurances s.a." ning kujutisosi, mida ta pidas erinevateks (vaidlustatud otsuse punkt 52).

46 Samas vastandatud tähiste foneetilise sarnasuse hindamisel võrdles apellatsioonikoda ainult elemente „aris" ja „arisa". Sellest ei saa siiski järeldada, et ta ei hinnanud neid tähiseid tervikuna, kuna ta võttis arvesse ka ainsat muud osa, mida on võimalik hääldada, ehk elementi „assurances s.a.", leides et asjaomane avalikkus ei häälda seda selle eristusvõime puudumise tõttu (vaidlustatud otsuse punkt 53).

47 Vastandatud tähiste kontseptuaalse sarnasuse hindamisel hindas apellatsioonikoda samuti neid tähiseid tervikuna, kuivõrd ta asus seisukohale, et „kummalgi kaubamärgil" ehk tulenevalt täpsustuste puudumisest kummalgi kaubamärgil tervikuna, mis hõlmab nii nende kõiki sõnalisi kui ka kujutisosi, ei ole asjaomasel territooriumil tähendust (vaidlustatud otsuse punkt 54).

48 Lõpuks käsitles apellatsioonikoda segiajamise tõenäosuse analüüsimisel vastandatud kaubamärkide iga koostisosa olenemata sellest, kas need on domineerivad või mitte, ning andis tähiste sarnasusele koondhinnangu, milles ta omistas suurema kaalu domineerivatele osadele ja väiksema kaalu osadele, mis ei ole domineerivad (vaidlustatud otsuse punkt 58).

49 Järelikult tuleb hageja teine argument tagasi lükata.

50 Kolmandaks kritiseerib hageja apellatsioonikoja järeldust, et vastandatud tähised on sarnased, samas kui tuvastatud on nende tähiste vähene visuaalne ja foneetiline sarnasus.

51 Sellega seoses piisab, kui märkida, et vähese visuaalse ja foneetilise sarnasuse tuvastas vastulausete osakond, mitte apellatsioonikoda. Seega, arvestades väljakujunenud kohtupraktikat, mille kohaselt Üldkohtule esitatud hagi eesmärk on ühtlustamisameti apellatsioonikodade otsuste õiguspärasuse kontrollimine määruse nr 207/2009 artikli 65 tähenduses, mitte vastulausete osakondade otsuste õiguspärasuse kontrollimine (vt Üldkohtu 31. mai 2005. aasta otsus kohtuasjas T-373/03: Solo Italia *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Nuova Sala (PARMITALIA), EKL 2005, lk II-1881, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika), tuleb kolmas argument tulemusetuse tõttu tagasi lükata.

52 Eespool esitatust järeldub, et hageja ei ole tõendanud, et apellatsioonikoda leidis vaidlustatud otsuses vääralt, et vastandatud tähised on sarnased.

Segiajamise tõenäosus

53 Segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine eeldab arvessevõetavate tegurite teatavat vastastikust sõltuvust, eriti kaubamärkide sarnasuse ja nendega tähistatavate kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust. Nii võib tähistatavate kaupade või teenuste vähese sarnasuse kompenseerida kaubamärkide suur sarnasus ja vastupidi (Euroopa Kohtu 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, punkt 17, ning Üldkohtu 14. detsembri 2006. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-81/03, T-82/03 ja T-103/03: Mast-Jägermeister *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Licorera Zacapaneca (VENADO raamiga jm), EKL 2006, lk II-5409, punkt 74).

54 Käesolevas asjas järeldas apellatsioonikoda õigesti, et esineb vastandatud kaubamärkide segiajamise tõenäosus, arvestades esiteks vastandatud kaubamärkidega hõlmatud teenuste sarnasust või identsust (vaidlustatud otsuse punkt 48), millele hageja ei ole vastu vaielnud, ning teiseks vastandatud tähiste sarnasust, mille tuvastamisel ei ole viga tehtud (vt eespool punkt 52).

55 Seda järeldust ei saa kahtluse alla seada hageja argument, milles ta heidab apellatsioonikojale ette, et viimane ei võtnud arvesse ühelt poolt varasema kaubamärgi ja teiselt poolt ühenduse sõnamärgi ARIS või Ameerika Ühendriikides registreeritud taotletava tähise turul kooseksisteerimist. Rõhutades, et apellatsioonikoda ei hinnanud selle kohta esitatud tõendeid õigesti, palub hageja Üldkohtul kohaldada Ameerika õiguspõhimõtet, nn Morehouse defense'i, mille kohaselt kaubamärgi registreerimisele vastulause esitajat ei saa pidada selle registreerimisega kahjustatuks, kui taotletava kaubamärgiga identne või olulises osas sarnane kaubamärk on kaubamärgi taotleja poolt juba registreeritud identsete või olulises osas sarnaste kaupade ja teenuste jaoks.

56 Kõigepealt tuleb eespool viidatud Ameerika õiguspõhimõttele tuginemise kohta märkida, et vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on ühenduse kaubamärgikord autonoomne süsteem, mis koosneb normide kogumist ja taotleb sellele omaseid eesmärke ning mille kohaldamine on igasugusest siseriiklikust süsteemist sõltumatu, ning apellatsioonikodade otsuste õiguspärasust tuleb hinnata ainult määruse nr 207/2009 alusel, nagu liidu kohus on seda tõlgendanud (vt Üldkohtu 11. mai 2005. aasta otsus kohtuasjas T-31/03: Grupo Sada *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Sadia (GRUPO SADA), EKL 2005, lk II-1667, punkt 84 ja seal viidatud kohtupraktika).

57 Seejärel tuleb märkida, et vastavalt kohtupraktikale ei ole tõepoolest välistatud, et teatud juhtudel võib varasemate kaubamärkide turul kooseksisteerimine vähendada segiajamise tõenäosust, mille ühtlustamisameti talitused on kahe vastandatud kaubamärgi puhul tuvastanud. Sellegipoolest saab sellist võimalust arvesse võtta üksnes juhul, kui vähemalt ühtlustamisametis toimunud suhtelisi keeldumispõhjuseid käsitlenud menetluse käigus on vaidlustatud ühenduse kaubamärgi omanik nõuetekohaselt tõendanud, et kooseksisteerimine põhineb sellel, et puudub tõenäosus, et asjaomane avalikkus ajab segi varasemad kaubamärgid, millele ta tugineb, ja menetlusse astuja vastulause aluseks oleva varasema kaubamärgi, ning tingimusel, et kõnealused varasemad kaubamärgid ja vastandatud kaubamärgid on identsed (Üldkohtu eespool viidatud otsus GRUPO SADA, punkt 86, ja 14. novembri 2007. aasta otsus kohtuasjas T-101/06: Castell del Remei *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Bodegas Roda (CASTELL DEL REMEI ODA), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 76).

58 Käesoleval juhul ei saa esiteks tõendeid, mis on esitatud hageja poolt ühenduse sõnamärgi ARIS kasutamise kohta, arvesse võtta, kuna see kaubamärk erineb vastandatud kaubamärkidest, mis mõlemad on kujutismärgid. Mis puudutab teiseks tõendeid, milles on ära toodud taotletav tähis Ameerika Ühendriikides registreeritud kujul ning mis seisnevad taotletava kaubamärgi endise omaniku veebilehe väljavõtetes ja 21. juuli 2010. aasta artiklis, milles on viidatud eelkõige endise omaniku kindlustusteenustele, mida selle kaubamärgi all turustati, siis need puudutavad üksnes taotletavat tähist ja nendes ei ole mingeid andmeid selle tähise esinemise kohta liidu turul, mis on käesoleval juhul asjakohane turg, ning seda vähem selle kohta, kuidas asjaomane avalikkus on vastandatud kaubamärkidega sellel turul kokku puutunud.

59 Järelikult, nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuses (punktid 27 ja 28) leidis, ei võimalda hageja esitatud tõendid tuvastada vastandatud kaubamärkidega identsete kaubamärkide kooseksisteerimist ning seda vähem võimaldavad need tuvastada, et kooseksisteerimine vähendab viimaste segiajamise tõenäosust eespool viidatud kohtupraktika tähenduses, ilma et oleks vaja võtta seisukohta, kas vastuvõetavad on hagiavalduse lisa 11, milles on käsitletud „Morehouse defense'i" põhimõtet, ja menetlusse astuja vastuse lisa I.1 b, milles viimane vaidleb vastu hageja argumentidele kooseksisteerimise kohta.

60 Kõigest eespool esitatust järeldub, et apellatsioonikoda leidis õigesti, et esineb segiajamise tõenäosus, ja jättis vastulausete osakonna otsuse peale esitatud kaebuse rahuldamata.

61 Seetõttu tuleb hageja ainus väide tagasi lükata ja seega hagi tervikuna rahuldamata jätta, ilma et oleks vaja võtta seisukohta menetlusse astuja selle argumendi põhjendatuse suhtes, mis puudutab apellatsioonikojale esitatud kaebuse vastuvõetamatust.

Kohtukulud

62 Kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud.

63 Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, tuleb kohtukulud vastavalt ühtlustamisameti ja menetlusse astuja nõudele välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (teine koda)

otsustab:

1. Jätta hagi rahuldamata.

2. Mõista kohtukulud välja Argo Group International Holdings Ltd-lt.

Martins Ribeiro Gervasoni Madise

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 20. mail 2014 Luxembourgis.

Allkirjad