ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (kolmas koda)

20. mai 2009 *

Liidetud kohtuasjades T-405/07 ja T-406/07,

Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), asukoht Strasbourg (Prantsusmaa), esindajad: advokaadid P. Greffe, J. Schouman ja L. Paudrat,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (OHMI), esindaja: A. Folliard-Monguiral,

kostja,

mille ese on hagid Siseturu Ühtlustamise Ameti esimese apellatsioonikoja 10. juuli 2007. aasta otsuse (asi R 119/2007-1) ja 12. septembri 2007. aasta otsuse

* Kohtumenetluse keel: prantsuse.

(asi R 120/2007-1) peale, mis käsitlevad sõnamärkide „P@YWEB CARD” ja „PAYWEB CARD” ühenduse kaubamärgina registreerimise taotlusi.

EUROOPA ÜHENDUSTE
ESIMESE ASTME KOHUS (kolmas koda),

koosseisus: koja esimees J. Azizi (ettekandja), kohtunikud E. Cremona ja S. Frimodt Nielsen,

kohtusekretär: ametnik C. Kristensen,

arvestades Esimese Astme Kohtusse 14. novembril 2007 saabunud hagiavaldusi,

arvestades 10. jaanuari 2008. aasta määrust kohtuasjade T-405/07 ja T-406/07 liitmise kohta,

arvestades Esimese Astme Kohtusse 1. veebruaril 2008 saabunud kostja vastust,

arvestades 3. detsembri 2008. aasta kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja, Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE), esitas 1. juunil 2004 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) (muudetud kujul) alusel kaks ühenduse kaubamärgi registreerimise taotlust. Kaubamärgid, mille registreerimist taotleti, olid sõnamärgid „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD". Kaubad ja teenused, mille jaoks registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 9, 36 ja 38.

2 Kontrollija keeldus 5. ja 7. detsembri 2006. aasta otsustes määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktidele b ja c ja lõikele 2 tuginedes kõigi asjaomaste kaupade ja teenuste osas taotletud kaubamärkide registreerimisest. Need kaubad ja teenused vastavad neis klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 9: foto-, filmi-, signalisatsiooni-, kontrollivahendid ning seadmed; heli või kujutise salvestus-, edastus- ja taasesitusaparatuur; heliplaadid; elektroonilised märkmikud; müügiautomaadid; videolindid; sularaha-, pileti-, kontoteatise- ja kontoväljavõtte automaadid; kaamerad (kinoseadmed), videokaamerad; mälu- või kiipkaardid; magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid; magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid; videokassetid; CD-

ROMid; triipkoodilugejad; CDd (audio-video); optilised CDd, valerahadetektorid; disketid; magnetandmekandjad; optilised andmekandjad; videoekraanid; andmetöötlusseadmed; sidepidamisseadmed; arvutiliidesed; lugejad (andmetöötlusseadmed); tarkvara (salvestatud programmid); monitorid (arvutiprogrammid); arvutid; arvutite välisseadmed; salvestatud arvutiprogrammid; salvestatud operatsioonisüsteemi programmid (arvutitele); raadiotelefonid; vastuvõtjad (audio, video); telefoniaparaadid; telerid; telerite ettemakseseadmed; ajakasutuse registreerimise aparaadid; saatjad (side); kesktöötlusseadmed (protsessorid);

– klass 36: kinnisvaratehingud, kindlustus, õnnetusjuhtumi kindlustus; faktooring; pangandustegevus; finantstegevus; rahandustegevus; krediiditeenused; inkassoteenused; finantsanalüüs; kindlustus; finantsliising; kinnisvarahindamine (hinnangud); kupongide väljastamine; tagatiskassa; kapitali moodustamine, investeerimine ja paigutamine; krediitkaarditeenused; deebetkaarditeenused; kautsjonid (tagatised); rahavahetustegevused; tšekkide kontrollimine; reisitšekkide väljaandmine; finantskonsultatsioon; kindlustusvahendus; kinnisvaravahendus; börsivahendus; krediit; väärtesemete hoiustamine; hoiustamine seifides; finantshinnangud ja -ekspertiis (kindlustus, pangandus, kinnisvara); usaldushoiuteenused; finantseerimisteenused; finantsteave (kindlustus, pangandus, kinnisvara); fondide moodustamine, investeerimine ja paigutamine; fondide elektrooniline ülekanne, varahaldus; finantsteave; üüri kogumine; tervisekindlustus; merekindlustusteenused; hüpoteekide seadmine; finantsoperatsioonid; rahandusoperatsioonid; finantssponsorlus; laen (finants); finantstehingud; elukindlustus; kontohaldamine; finantsteabe sidusteenused, finantsteabe elektroonilised interaktiivsed teenused, välja arvatud kaubamärgi registreerimistaotlustes ettenähtud kõigi teenuste osas otsehüvitussüsteemi kuuluvad tervishoidu ja meditsiinitehnoloogiat puudutavad teenused;

– klass 38: side; teabeagentuuride teenused (uudised) eelkõige pangandussektoris; arvutiterminaliside; raadioside; telefoniside; telegrammide saatmine; telegrammide edastamine; televisiooniprogrammi levi; raadiosaade; televisioonisaade; telekom-

munikatsiooniteave; telekommunikatsiooniseadmete rent; teateedastamisseadmete rent; telefonide rent; elektronpost; teadete edastamine; teabe- ja kuvaedastus arvuti abil; mobiiltelefoniside; satelliitülekanded; telefoniteenused; teabe edastamine Interneti, intraneti ja ekstraneti kaudu; raalistatud interaktiivse teabe edastamine; raalistatud andmebaasist pärineva teabe edastamine; rahvusvaheline andmevahetus raalistatud võrgusüsteemide vahel; sidusandmevahetus, välja arvatud kaubamärgi registreerimistaotlustes ettenähtud kõigi teenuste osas otsehüvitussüsteemi kuuluvad tervishoidu ja meditsiinitehnoloogiat puudutavad teenused.

3 Hageja esitas kontrollija otsuste peale 16. jaanuaril 2007 kaebused määruse nr 40/94 artiklite 57–62 alusel.

4 Ühtlustamisameti esimene apellatsioonikoda jättis hageja kaebused rahuldamata 10. juulil 2007 asjas R 119/2007-1 (asi T-405/07) ja 12. septembril 2007 asjas R 120/2007-1 (asi T-406/07) vastuvõetud otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsused").

5 Apellatsioonikoda tõdes vaidlustatud otsuste põhjendamisel põhiliselt seda, et käesolevas asjas koosnes asjaomane avalikkus keskmistest Euroopa tarbijatest, kes oskavad inglise keelt. Apellatsioonikoja sõnul võib sõnu „p@y" ja „pay", mis tähendavad „maksma", seostada Interneti ja infotehnoloogiaga, sest keskmine tarbija on harjunud kasutama Internetti ja elektroonilisi maksevahendeid kaugmüügi korral (vaidlustatud otsuste punktid 15 ja 16). Otsest ja vahetult viidet Internetile, elektroonilisele kaubandusele ja elektroonilisele sidele üldiselt, mida see tarbija tajub, tugevdab tüpograafiline kirjamärk „@" tähises „P@YWEB CARD" (vaidlustatud otsuste punktid 15 ja 16 asjas T-405/07). Sõna „web" kohta rõhutas apellatsioonikoda, et seda kasutatakse üldiselt kogu Interneti tähistamiseks. Apellatsioonikoda leidis, et kui lähtuda kaupadest ja teenustest, mille jaoks registreerimist taotleti, peab asjaomane

avalikkus kõnealust sõna kohe otseseks viiteks Internetile ja infotehnoloogia võrkudele üldisemalt (vaidlustatud otsuste punktid 17 ja 18). Sõna „card" kohta leidis apellatsioonikoda, et seda kasutatakse laialdaselt infotehnoloogia-, rahandus- ja panganduskeeles. Keskmine tarbija peab seda otseseks viiteks krediitkaartidele ja kiipkaartidele üldisemalt, kuid mitte viiteks kõnealuste kaupade ja teenuste päritolule (vaidlustatud otsuste punktid 19 ja 20). Seega puudub taotletud kaubamärkide kõigil koostisosadel kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes eristusvõime (vaidlustatud otsuste punkt 21).

6 Pealegi ei ole kõnealuse kolme sõna kombinatsioon tervikuna omapärane või ebatavaline oma struktuurilt ega muuda seda, kuidas asjaomane avalikkus neid sõnu tajub või mõistab. Kombinatsioonidest „p@yweb card" ja „payweb card" nähtub, et nende kolme koostissõna tähendus on täpselt sama nagu väljendil, mis koosneb samadest ühendamata sõnadest (vaidlustatud otsuste punktid 22–24). Asjaomase avalikkuse seisukohast puudub seega nende kombineeritud struktuuris tavakeeles kasutatava terminoloogiaga võrreldes tajutav kõrvalekalle, mis võiks tähistada nende kaubanduslikku päritolu (vaidlustatud otsuste punkt 25).

7 Apellatsioonikoda rõhutas kõnealuste tähiste kolme koostisosa tähenduse kohta, et eeldati, et igapäevaselt Interneti tehnoloogia ja elektroonilise tehnoloogiaga kokku puutuv keskmine tarbija mõistab kohe, et ühelt poolt nende tehnoloogiate ning nendega seotud kaupade ja teenuste ning teisalt infotehnoloogia ja elektroonilise kaubanduse ametikeeles üldiselt kasutatavate sõnade „pay" või „p@y", „web" ja „card" vahel on seos (vaidlustatud otsuste punkt 27). Asjaomane avalikkus mõistab seega kõnealuste kaupade ja teenustega seotud kolme koostisosa kombinatsiooni kui kaarti, mida saab kasutada ostude sooritamisel Interneti ning uute elektrooniliste ja sidetehnoloogiate abil üldiselt (vaidlustatud otsuste punkt 28).

8 Seega on taotletud kaubamärkide põhiline eesmärk õhutada tarbijat ostma kaupu ja kasutama kõnealuseid teenuseid selleks, et võrgus saaks kaardi abil makseid sooritada. See puudutab Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvaid kaupu: „foto-, filmi-, signalisatsiooni-, kontrollivahendid ning seadmed; heli või kujutise salvestus-, edastus- ja taasesitusaparatuur; heliplaadid; elektroonilised märkmikud; müügiautomaadid; videolindid; sularaha-, pileti-, kontoteatise- ja kontoväljavõtte automaadid; kaamerad (kinoseadmed), videokaamerad; videokassetid; CD-ROMid; triipkoodilugejad; CDd (audio-video); optilised CDd, valerahadetektorid; disketid; optilised andmekandjad; videoekraanid; andmetöötlusseadmed; sidepidamisseadmed; arvutiliidesed; lugejad (andmetöötlusseadmed); tarkvara (salvestatud programmid); monitorid (arvutiprogrammid); arvutid; arvutite välisseadmed; salvestatud arvutiprogrammid; salvestatud operatsioonisüsteemi programmid (arvutitele); raadiotelefonid; vastuvõtjad (audio, video); telefoniaparaadid; telerid; ajakasutuse registreerimise aparaadid; saatjad (side); kesktöötlusseadmed (protsessorid)”. Kõigi nende kaupade konkreetne ja vajalik ülesanne on tagada selliste sideteenuste ning panga- ja finantsteenuste osutamine, mis on hädavajalikud maksete sooritamiseks võrgus (vaidlustatud otsuse punktid 30 ja 31).

9 Lisaks saab taotletud kaubamärke kogumis kasutada selleks, et tähistada samasse klassi kuuluvate järgmiste kaupade liiki ja eesmärki: „mälu- või kiipkaardid; magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid; magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid; magnetandmekandjad; telerite ettemakseseadmed”. Apellatsioonikoja sõnul on need kaubad kiipkaardid, mida saab kasutada maksevahendina Internetis. Lisaks on nende kaupade konkreetne ülesanne tagada hageja pakutavate selliste võrgus toimuvate kommunikatsiooni- ja teabeedastamisteenuste osutamine, mis on hädavajalikud ostutehingute sooritamiseks kaugmüügi korral. Asjaomase avalikkuse seisukohast on taotletud kaubamärkide ja nende kaupade vahel seega otsene ja konkreetne seos (vaidlustatud otsuste punktid 32 ja 33).

10 Taotletud kaubamärkide täielikult informatiivne ja müüki edendav laad Nizza kokkuleppe klassidesse 36 ja 38 kuuluvate teenuste suhtes takistab asjaomasel avalikkusel tajumast neid kõnealuste teenuste kaubandusliku päritolu tähistena. Nende kõigi põhi- või kõrvaleesmärk on elektroonilised sideteenused, kaasa arvatud Interneti kaudu pakutavad teenused ning pangandus-, rahandus- ja kindlustusvaldkonna võrguteenused (vaidlustatud otsuste punkt 34). Klassi 36 kuuluvate teenuste kohta tõdes apellatsioonikoda, et taotletud kaubamärgid kannavad selget informatiivset sõnumit ehk seda, et kõnealuste teenustega seotud teabe saamine ja toimingute sooritamine võib toimuda eemalt Internetti või üldisemalt infotehnoloogilisse võrku ühendatud maksekaardi käsutusse andmisega. Kuna ka klassi 38 kuuluvad teenused on seotud elektrooniliste teabeedastamisprotsessidega, on neil vahetu seos Interneti ning uute infotehnoloogiate toimimise ja kasutamisega üldisemalt (vaidlustatud otsuste punktid 35 ja 36).

11 Sellest järeldub, et taotletud kaubamärke kogumis tajutakse eelkõige kõnealuste kaupade ja teenuste kaubandusliku esitlusena ning et nende põhiline või isegi ainus ülesanne on tõendada asjaomasele tarbijale, et kaup või teenus annab talle võimaluse sooritada makseid võrgus kaardi abil (vaidlustatud otsuste punkt 37).

12 Apellatsioonikoda järeldas sellest, et kontrollija leidis õigesti, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis b sätestatud keeldumispõhjus takistab taotletud kaubamärkide registreerimist. Ta leidis, et seega puudub põhjus teha otsus kõnealuse määruse artikli 7 lõike 1 punkti c võimaliku kohaldamise kohta (vaidlustatud otsuste punktid 39 ja 40).

Poolte nõuded

13 Hageja palub Esimese Astme Kohtul:

– tühistada vaidlustatud otsused;

– registreerida taotletud kaubamärk Nizza kokkuleppe klassidesse 9, 36 ja 38 kuuluvate kõikide kaupade ja teenuste osas.

14 Hageja täpsustas kohtuistungil vastuseks Esimese Astme Kohtu esitatud küsimusele, et ta taotleb üksnes vaidlustatud otsuste tühistamist ja loobub teisest nõudest, mille kohta tehti sissekanne kohtuistungi protokolli.

15 Ühtlustamisamet palub Esimese Astme Kohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

1. *Poolte argumendid*

16 Hageja esitab üksnes ühe väite, mis käsitleb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist.

17 Esiteks väidab hageja põhiliselt seda, et termin „pay" või „p@y" viitab verbile „maksma" ja et sellel ei ole mingit seost Interneti ja infotehnoloogia valdkondadega. Lisaks on tähise „P@YWEB CARD" puhul koostisosa „p@y" ebatavaline ja üllatav, sest selles on ät-märk.

18 Teiseks rõhutab hageja sõna „web" kohta, et ingliskeelne avalikkus mõistab seda terminit peamiselt võrgu, võrkude, võrgustiku või põimingu tähenduses ning analoogia alusel mis tahes keeruka rühma või võrgustiku tähenduses, mis sisaldab seoseid ja hargnemisi, kuid mitte otsese viitena Internetile või arvutivõrkudele. Sõna „web" saab seostada Interneti ja teiste telekommunikatsioonivõrkudega üksnes väljendi „world wide web" lühendina ja sel juhul eelneb sellele alati määrav artikkel „the".

19 Kolmandaks rõhutab hageja, et sõna „card” tähendab eelkõige paberi- või papitükki ja et tarbija ei pea seda viiteks infotehnoloogia-, pangandus- või finantsvaldkonnale.

20 Neljandaks väidab hageja ebatavalise kombinatsiooni „payweb” või „p@yweb” kohta, mille kaks koostisosa ei kuulu samasse valdkonda ja mis tekitavad erinevaid ettekujutusi, et sellel kombinatsioonil ei ole mitte mingit otsest, kindlat ja vahetult tuvastatavat tähendust kõneluste kaupade ja teenuste ingliskeelse tarbija jaoks ja seega on see eristusvõimeline. Sama puudutab koostisosade „pay” või „p@y”, „web” ja „card” kombinatsiooni tervikuna, mis eeldab põhjalikku analüüsi ega vasta inglise keele süntaksireeglitele.

21 Järelikult on taotletud kaubamärgid kõnealuseid kaupu ja teenuseid arvestades omapärased kombinatsioonid, mis on tekkinud sõnade „pay” või „p@y”, „web” ja „card” ebatavalise ja erilise kombineerimise tulemusel, ning neil puudub selgelt ja vahetult tuvastatav tähendus. Apellatsioonikoda võis oma järeldusele jõuda üksnes keeruka arutluskäigu põhjal, mida mõistlikult tähelepanelik keskmine tarbija ei tee. Kui arvestada, et taotletud kaubamärkidel puudub asjaomase avalikkuse seisukohalt otsene, kindel ja vahetu tähendus, ei saa neid pidada kõnealuseid kaupu ja teenuseid või mõnda nende omadust kirjeldavaks ning need kaubamärgid on nende kaupade ja teenuste suhtes eristusvõimelised.

22 Mis puudutab eespool punktis 8 nimetatud Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvaid kaupu, lükkab hageja ilmselgele ekslikkusele viidates tagasi apellatsioonikoja väite, et kõigi nende kaupade konkreetne ja vajalik ülesanne on tagada selliste sideteenuste ning panga- ja finantsteenuste osutamine, mis on hädavajalikud maksete sooritamiseks võrgus. Asjaomane avalikkus ei taju taotletud kaubamärki nende kaupadega seoses kui nende kaubandusliku päritolu tähist. Hageja leiab, et apellatsioonikoda võis jõuda

järeldusele, et taotletud kaubamärkidel puudub kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes eristusvõime, üksnes keeruka arutluskäigu tulemusel, mida mõistlikult tähelepanelik keskmine tarbija läbi ei vii.

23 Eespool punktis 9 nimetatud klassi 9 kuuluvate muude kaupade kohta leiab hageja põhiliselt eespool punktides 21 ja 22 esitatud põhjustel, et apellatsioonikoja hinnang on samuti ilmselgelt väär. Lõpuks väidab hageja analoogilistel põhjustel, et ka apellatsioonikoja hinnang Nizza kokkuleppe klassidesse 36 ja 38 kuuluvate teenuste kohta on ilmselgelt väär.

24 Eespool esitatud asjaoludest järeldab hageja, et taotletud kaubamärgid on eristusvõimelised kõigi kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes ega ole kirjeldavad.

25 Ühtlustamisamet palub jätta hagi rahuldamata põhiliselt seetõttu, et taotletud kaubamärke tervikuna vaadelduna peetakse esiteks Internetis toimuvate elektrooniliste tehingute maksekaardiks ja teiseks Internetti tasulist pääsemist võimaldavaks kaardiks.

26 Neist esimese tähenduse kohta märgib ühtlustamisamet, et märgid „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" kirjeldavad otseselt Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvate magnet- või kiipmaksekaartide, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaartide, mälu- või kiipkaartide ja magnetkaartide olemust ja eesmärki, sest neid võib kasutada maksekaartidena. Sama põhjendus on kohaldatav klassi 36 kuuluvate krediitkaartide teenustele ja deebetkaartide teenustele ning taotletud kaubamärkidega tähistavatele

kõigile kinnisvara- või finantsteenustele üldisemalt, mille eesmärk on eelkõige rahasumma ülekanne. See tähendus kirjeldab ka kõigi selliste klassi 9 kuuluvate arvutitoodete ning klassi 38 kuuluvate sideteenuste ülesannet, mis on Interneti kaudu toimiva elektroonilise maksmissüsteemi vajalikud rakendamisvahendid.

27 Teise tähenduse kohta väidab ühtlustamisamet, et see kirjeldab klassi 9 kuuluvate magnet- või kiipidentifitseerimiskaartide olemust ja ülesannet, sest need kaubad võimaldavad identifitseerida Interneti kasutajat Internetis edastatud teabe või sooritatud toimingute konfidentsiaalsuse tagamiseks. See kehtib ka samasse klassi kuuluvate magnetandmekandjate ja optiliste andmekandjate kohta, sest need andmekandjad võivad olla kaartide vormis ja võimaldada tasulist pääsu Internetti. See tähendus kirjeldab ka klassi 38 kuuluvate sideteenuste ülesannet.

28 Taotletud kaubamärgid kirjeldavad kõigi selliste teenuste ülesannet, millel võib olla ühist teabe (tasulise) vastuvõtmise või edastamisega Interneti kaudu. See puudutab raadioside-, televisiooniprogrammi levi-, raadiosaate-, televisioonisaate-, mobiiltelefoniside-, satelliitülekande- ja telefoniteenuseid, sest on teada, et Internet võimaldab raadio- ja televisioonisaadete ning telefoniside vastuvõtmist.

29 Seega mõistetakse taotletud kaubamärke ühtlustamisameti sõnul pigem viitena kõnealuste kaupade ja teenuste olemusele, eesmärgile ja/või toimimisviisidele kui viitena nende kaubanduslikule päritolule. Ükski nende kaubamärkide koostisosadest ei võimalda asjaomasel avalikkusel jätta need kaubamärgid lihtsalt ja kohe meelde nende kaupade ja teenuste osas eristusvõimeliste kaubamärkidena.

2. *Esimese Astme Kohtu hinnang*

Õiguslik alus ja asjaomane kohtupraktika

30 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b alusel ei registreerita „kaubamärke, millel puudub eristusvõime".

31 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b aluseks olev üldine huvi on vastavuses kaubamärgi peamise ülesandega, milleks on tagada lõpptarbijale või -kasutajale kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenuste päritolu, nii et asjaomane tarbija või kasutaja saab ilma võimaliku segiajamiseta eristada neid kaupu või teenuseid muud päritolu kaupadest või teenustest (vt selle kohta Euroopa Kohtu 8. mai 2008. aasta otsus kohtuasjas C-304/06 P: Eurohypo *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2008, lk I-3297, punkt 56 ja seal viidatud kohtupraktika).

32 Selles sättes ettenähtud eristusvõime on niisiis kaubamärgil, mis võimaldab identifitseerida kauba või teenuse, mille jaoks registreerimist on taotletud, teatud ettevõtja kauba või teenusena ning seega eristada seda kaupa või teenust teiste ettevõtjate kaupadest või teenustest (Euroopa Kohtu 29. aprilli 2004. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-456/01 P ja C-457/01 P: Henkel *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-5089, punkt 34). Selleks ei ole vaja, et kaubamärk annaks edasi täpset teavet kauba tootja või teenuse pakkuja isiku kohta. Piisab, kui kaubamärk võimaldab asjaomasel avalikkusel eristada tähistatud kaupu või teenuseid teistsuguse kaubandusliku päritoluga kaupadest või teenustest ja järeldada, et kõiki sellega tähistatud kaupu või teenuseid toodetakse, turustatakse ja tarnitakse kaubamärgi omaniku kontrolli all ning et kaubamärgi omanik on vastutav nende kvaliteedi eest (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 10. oktoobri 2008. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-387/06–T-390/06: Inter-IKEA *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (kauba-aluse kujutis), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 27 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Kõnealuses sättes ettenähtud eristusvõime puudub seevastu tähistel, mis ei võimalda asjaomasel avalikkusel kõnealuste kaupade või teenuste hilisemal omandamisel korrata ostukogemust, kui see osutub positiivseks, või vältida seda, kui see osutub negatiivseks. Nii on see eelkõige selliste tähiste puhul, mida kasutatakse tavaliselt kõnealuste kaupade või teenuste turustamisel. Need tähised ei ole võimelised täitma kaubamärgi peamist ülesannet – identifitseerima kauba või teenuse päritolu (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 12. märtsi 2008. aasta otsus kohtuasjas T-341/06: Compagnie générale de diététique *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (GARUM), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika).

34 Eristusvõimet tuleb hinnata esiteks lähtuvalt kaupadest või teenustest, mille jaoks registreerimist taotletakse, ning teiseks lähtuvalt sellest, kuidas nende kaupade või teenuste tavapäraselt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas asjaomane avalikkus kaubamärki tajub (eespool punktis 32 viidatud kaubaaluse kuju kohtuotsus, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika).

Kuidas asjaomane avalikkus tajub taotletud kaubamärke

Üldist

35 Asjaomase avalikkuse kindlaksmääramise kohta tuleb kõigepealt märkida, et Nizza kokkuleppe klassidesse 9, 36 ja 38 kuuluvad kaubad ja teenused, mille jaoks registreerimist käesolevas asjas taotleti, on seotud eelkõige elektroonika, infotehnoloogia, kommunikatsiooni- ja andmevahetusvõrkude kasutuse, elektrooniliste, infotehnoloogiliste ja telekommunikatsiooniseadmete ja vahendite ning finants-, pangandus-, kindlustus- ja kinnisvaravaldkonda kuuluvate kaubandustehingutega, mille järele on nõudlus kõigi keskmiste Euroopa tarbijate hulgas. Kuna taotletud

kaubamärgid on moodustatud kolmest ingliskeelsest sõnast ja seda keelt kasutatakse sageli finants-, pangandus-, elektroonika- ja infotehnoloogiavaldkonnas, millega eespool nimetatud klassid seonduvad, arvestas apellatsioonikoda õigesti inglise keelt kõneleva või inglise keele elementaarse oskusega keskmise tarbijaga, kes esindab igal juhul väga olulist osa Euroopa asjaomasest avalikkusest.

36 Seejärel tuleb kindlaks teha, kas apellatsioonikoda analüüsis õigesti taotletud kaubamärkide kolme koostisosa tähendust eraldi ja kogumis asjaomase avalikkuse seisukohast, et järeldada eristusvõime puudumist nende kaupade ja teenuste suhtes, mille jaoks registreerimist taotleti.

37 Nagu kohtupraktikas on täpsustatud, tuleb mitmeosaliste sõnamärkide puhul võtta arvesse nende asjaomast tähendust, mis põhineb kõnealuste märkide kõigil koostisosadel, ja mitte üksnes ühel neist koostisosadest (Esimese Astme Kohtu 6. novembri 2007. aasta otsus kohtuasjas T-28/06: RheinfelsQuellen H. Hövelmann *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (VOM URSPRUNG HER VOLLKOMMEN), EKL 2007, lk II-4413, punkt 32). Selliste mitmeosaliste kaubamärkide puhul ei tohi eristusvõime hindamine piirduda iga eraldiseisva sõna või koostisosa hindamisega, vaid peab igal juhul lähtuma sellest, kuidas asjaomane avalikkus asjaomaseid kaubamärke tervikuna tajub, mitte aga oletusest, et koostisosad, millel eraldi võttes eristusvõime puudub, ei saa omavahel kombineerituna eristusvõimet omada. Asjaolu, et kõikidel koostisosadel eraldi võetuna puudub eristusvõime, ei välista võimalust, et nende kombinatsioon võib olla eristusvõimeline (eespool punktis 31 viidatud kohtuotsus Eurohypo *vs*. SMHV, punkt 41). Selleks et hinnata, kas kaubamärgil puudub eristusvõime või mitte, tuleb arvestada sellest kaubamärgist jäävat tervikmuljet, mis võib siiski tähendada igakülgsel hindamisel kõigepealt asjaomase kaubamärgi erinevate koostisosade ükshaaval uurimist (Euroopa Kohtu 25. oktoobri 2007. aasta otsus kohtuasjas C-238/06 P: Develey *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2007, lk I-9375, punkt 82).

38 Seega tuleb analüüsida taotletud kaubamärke nii kaubamärgi moodustavate erinevate koostisosade ja nendevaheliste seoste suhtes kui ka tervikuna.

Taotletud kaubamärkide kolm koostisosa ja nendevahelised seosed

39 Ingliskeelse sõna „pay" või „p@y" kohta on apellatsioonikoda õigesti märkinud, et see tähendab „maksma", sest tähe „a" asendamine tüpograafilise märgiga „@" – mis koosneb üksnes ringiga ümbritsetud kursiivis kirjutatud väiksest tähest „a" – ei mõjuta keskmise tarbija arusaamist märgatavalt. Nagu märgib ühtlustamisamet, ei takista see, et inglise keeles kasutatakse seda sõna põhiliselt verbina, selle kasutamist nimisõnana, sarnaselt kombinatsioonidega „payTV" või „payphone". Seega tuleb märkida, et keskmise tarbija seisukohast on sõnadel „pay" või „p@y" tugev finants- ja pangandusvaldkonnaga seotud kaastähendus.

40 Lisaks vaidlustab hageja vääralt ühelt poolt sõna „pay" või „p@y" ja teisalt infotehnoloogia ja Interneti valdkonna vahelise seose olemasolu. Kohtuasjas T-405/07 taotletud kaubamärgi puhul tuleneb selline seos üksnes sellest, et sõna „p@y" sisaldab ät-märki, mis iseenesest tuletab meelde Internetti ja eelkõige elektronposti, teisisõnu Internetis edastatavaid elektronkirju.

41 Lisaks kombineeritakse taotletud kaubamärkides sõnu „pay" või „p@y" sõnadega „web" ja „card" ning seosed sõnade „pay" või „p@y" ja „web" vahel on väga tugevad seetõttu, et need on liidetud üheks sõnaks. Kui seega arvestada sõna „web" infotehnoloogilist kaastähendust (vt allpool punkt 42), on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 16 järeldanud õigesti, et asjaomane avalikkus seostab sõnu „pay" või „p@y" kohe Interneti ja elektroonilise maksmisega, millega on tegemist eelkõige kaugmüügi või tasulise juurdepääsu puhul kommunikatsioonivõrku.

42 Sõna „web” osas tuleb lükata tagasi hageja argument, et see sõna tähendab põhiliselt „võrku”, „võrkude võrgustikku” või „põimingut” ja et sellel puudub piisav seos infotehnoloogia või Internetiga. Tänapäeval kuulub sõna „web” infotehnoloogia ingliskeelsesse põhisõnavarasse ja viitab Internetile, mis kujutab endast üldiselt tuntud ja ulatuslikult kasutatud ülemaailmset elektroonilist ja infotehnoloogilist infrastruktuuri. Seda kinnitavad domeeninimede lühend „www”, mis tähistab sünonüümi terminile „world wide web”, või sellistele terminitele nagu „surf the web”, mis on iseloomulikud Internetis toimuvale navigatsioonile. Seega on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktides 17 ja 18 märkinud õigesti, et keskmine tarbija mõistab sõna „web” kohe kui otsest viidet Internetile ja infotehnoloogiavõrkudele üldisemalt.

43 Sõna „card” kohta on apellatsioonikoda märkinud õigesti, et igapäevases inglise keeles viitab see sõna väga tihti krediit- või deebetkaartidele ja pangakaartidele üldiselt, kaasaarvatud kiipartidele (vaidlustatud otsuste punktid 19 ja 20). See, et olulisemates inglise keele üldsõnaraamatutes määratletakse seda sõna ka paberi- või papitükina, ei saa seada kahtluse alla kõnealust finants- ja pangandusvaldkonnaga seotud kaastähendust. Käesolevas asjas tugevdab seda kaastähendust veel eriti sõna „card” ühendamine sõnadega „pay” või „p@y”, isegi kui need sõnad on taotletud kaubamärkides üksteisest tühikuga eraldatud.

44 Nõustuda ei saa ka hageja argumendiga, et sõna „card” ning infotehnoloogia ja Interneti valdkonna vahel puudub seos. Eelkõige see, et kaardi abil saab vajaduse korral tasu eest pääseda kommunikatsioonivõrku avalik-õigusliku või eraõigusliku elektroonilise terminali kaudu ja sooritada seal kaubandus- või finantstehinguid, või see, et krediitkaardi abil saab osta teenuseid või kaupu võrgus, on muutunud laialdaselt levinud nähtusteks keskmise Euroopa tarbija jaoks (vt selle kohta Euroopa Kohtu 25. novembri 2008. aasta otsus kohtuasjas T-325/07: CFCMCEE *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (SURFCARD), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punktid 56 ja 67).

45 Kui arvestada järelikult sõna „pay” või „p@y” (maksma) tähendust ja selle tihedat seost esiteks sõnaga „web”, millega see on ühendatud, ning teisalt sõnaga „card”, mis tähendab eelkõige pangakaarti või krediit- või deebetkaarti, seostab tavapäraselt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas keskmine tarbija ilma põhjaliku kaalumiseta neid kolme koostisosa tingimata nii finants- ja pangandusvaldkonnaga laias tähenduses kui ka infotehnoloogia ja Interneti valdkonnaga.

Taotletud kaubamärkide kui tervikute hinnang

46 Tuleb rõhutada, et sõnamärgid „P@YWEB CARD” ja „PAYWEB CARD” on moodustatud peanimisõnast (card) ja kahest nimisõnalisest täiendist (pay või p@y ja web). Peanimisõna on eraldatud tühikuga kahest nimisõnalisest täiendist, mis on liidetud üheks sõnaks. Nagu apellatsioonikoda on märkinud vaidlustatud otsuste punktis 24, ei ole selle kombinatsiooni struktuur ebatavaline ja vastab täielikult inglise keele sõna- ja lausereeglitele selliste uudissõnade nagu „payphone” või „payTV” eeskujul, mida kasutatakse eelkõige infotehnoloogia, elektroonika, meedia ja telekommunikatsiooni valdkonnas, mida nimetatakse Nizza kokkuleppe klassides 9, 36 ja 38 (vt selle kohta ja analoogia alusel eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punkt 53).

47 Selle kohta tuleb lisada, et kombinatsioonid „p@yweb” ja „payweb”, mis võivad tähistada tasulist elektroonilist või infotehnoloogilist infrastruktuuri ning selles kontekstis osutatavaid tasulisi teenuseid, ei suuda keskmisele tarbijale jätta taotletud kaubamärkidest ebatavalist või omapärast muljet. See kehtib seda enam, kui neid kombinatsioone täiendatakse sõnaga „card”, mis tähistab maksevahendit, mida saab kasutada selle infrastruktuuri raames või nende teenuste ostmiseks (vt eespool punktid 43 ja 45).

48 Eespool esitatud asjaoludest järeldub, et apellatsioonikoda on vaidlustatud otsuste punktis 24 järeldanud õigesti, et kombinatsioonide „p@yweb card" ja „payweb card" tähendus ei erine samadest sõnadest koosneva ühendamata väljendi tähendusest ja järelikult ei ole kõnealused kombinatsioonid sellistena ebatavalised või omapärased.

49 Samuti tuleb tagasi lükata argument, mille hageja on esitanud hagi põhjendamiseks kohtuasjas T-405/07 ja mille kohaselt sõnamärk „P@YWEB CARD" on eristusvõimeline seetõttu, et täht „a" on asendatud tüpograafilise märgiga „@", mis on hageja sõnul keskmise tarbija arvates ebatavaline ja üllatav. Kontseptsioonilisest seisukohast ei moodusta ät-märk kõnealuse märgi fantaasiaosa, mis tekitaks tajutava erinevuse asjaomase avalikkuse igapäevases keeles kasutatavast terminoloogiast ehk sõnast „pay". Interneti ja infotehnoloogia kontekstis, mis tuleneb eelkõige ühendatud sõna „web" olemasolust, ei ole keskmisel tarbijal põhjust pöörata erilist tähelepanu ät-märgile, mille kujundlik aspekt kujutab endast üksnes tähe „a" stiliseeritud varianti (vt eespool punkt 39). Hageja on ka nõustunud, et sõna „p@y" võib olla võrreldav verbiga „pay", mis tähendab „maksma".

50 Kõigist eespool esitatud asjaoludest tuleb järeldada, et apellatsioonikoda võis põhjendatult järeldada, et inglise keelt kõnelev avalikkus peab taotletud kaubamärke nii üksikasjades kui ka tervikuna kohe kaartideks, mis võimaldavad tasulist pääsemist Interneti-taolisesse infotehnoloogilisse või elektroonilisse kommunikatsioonivõrku või elektroonilist maksmist sellise võrgu kaudu sooritatud kaubandustehingutes.

51 Kuna asjaomane avalikkus mõistab taotletud kaubamärke nii, tuleb kontrollida, kas kõnealused märgid on piisavalt eristusvõimelised kõnealuste erinevate kaupade ja teenuste suhtes, mis kuuluvad Nizza kokkuleppe klassidesse 9, 36 ja 38.

Taotletud kaubamärkide eristusvõime asjaomaste kaupade ja teenuste suhtes

Esialgsed märkused

52 Kõigepealt tuleb meeles pidada, et eelkõige tähistel, mida üldiselt kasutatakse kõnealuste kaupade või teenuste turustamiseks, puudub eristusvõime määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses, sest neid ei peeta suuteliseks täitma kaubamärgi peamist ülesannet – identifitseerida kauba või teenuse kaubanduslikku päritolu, et võimaldada kaubamärgiga tähistatud kaupa või teenust ostnud tarbijal teha hilisema ostu korral sama otsus, kui kogemus osutus positiivseks, või teha teistsugune otsus, kui kogemus osutus negatiivseks (vt eespool punktis 32 viidatud kohtupraktika).

53 Seejärel tuleb meeles pidada, et esiteks märkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" ning teisalt kõnealuste kaupade ja teenuste vahelise seose laadi kohta on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktides 30–37 järeldanud põhiliselt seda, et keskmine tarbija tajub taotletud kaubamärke kõigepealt kõnealuste kaupade ja teenuste reklaamilaadse kaubandusliku esitlusena, mis ei võimalda tal identifitseerida nende kaubanduslikku päritolu. Siiski tuleb märkida, et kõnealused Nizza kokkuleppe klassidesse 9, 36 ja 38 kuuluvad kaubad ja teenused on väga erinevad ning kuuluvad erinevatesse kaupade ja teenuste rühmadesse ning kategooriatesse.

54 Euroopa Kohtu praktikast siseriiklike ametiasutuste põhjendamiskohustuse ulatuse kohta seoses nende keeldumispõhjuste kohaldamisega, mis on ette nähtud nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) artiklis 3, mida käesolevas asjas kohaldatakse analoogia alusel, sest selle sätte normatiivne sisu on põhiliselt identne määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 sisuga (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 12. märtsi 2008. aasta otsus kohtuasjas T-128/07: Suez *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Delivering the essentials

of life), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 33 ja Esimese Astme Kohtu 2. aprilli 2008. aasta otsus kohtuasjas T-181/07: Eurocopter *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (STEADYCONTROL), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 42; vt ka eespool punktis 37 viidatud kohtuotsus Develey *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, punktid 91 ja 92), et esiteks peab absoluutsete keeldumispõhjuste kontrollimine puudutama iga kaupa või teenust, mille jaoks kaubamärki soovitakse registreerida, ja teiseks peab otsus, millega pädev asutus kaubamärgi registreerimisest keeldub, olema põhimõtteliselt põhjendatud iga sellise kauba või teenuse osas. Euroopa Kohus on täpsustanud, et see põhjendamiskohustus tuleneb samuti põhinõudest, et kõigile siseriikliku ametiasutuse otsustele, millega keeldutakse andmast ühenduse õiguses tunnustatud õigust, peab olema võimalik kohaldada selle õiguse tõhusa kaitse tagamise eesmärgil kohtulikku kontrolli, ja et see kontroll peab hõlmama põhjenduste õiguspärasust. Kui aga sama keeldumispõhjus esitatakse kaupade või teenuste kategooria või rühma kohta, võib see ametiasutus piirduda üldise põhjendusega, mis hõlmab kõiki asjaomaseid kaupu või teenuseid (Euroopa Kohtu 15. veebruari 2007. aasta otsus kohtuasjas C-239/05: BVBA Management, Training en Consultancy, EKL 2007, lk I-1455, punktid 34–37).

55 Ühtlustamisameti võimalus esitada üldine põhjendus, mis puudutab absoluutse keeldumispõhjuse kohaldamist kaupade või teenuste kategooria või rühma suhtes, ei saa siiski muuta tühiseks EÜ artiklis 253 ja määruse nr 40/94 artikli 73 esimeses lauses sätestatud põhjendamiskohustuse eesmärki, mis hõlmab kaubamärgi registreerimisest keelduva otsuse allutamist tõhusale kohtulikule kontrollile (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 21. novembri 2007. aasta otsus kohtuasjas T-111/06: Wesergold Getränkeindustrie *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Lidl Stiftung (VITAL FIT), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 62). Selleks et ühtlustamisamet saaks kasutada sellist üldist põhjendust, tuleb seega nõuda, et kõnealuste kaupade või teenuste vahel oleks piisavalt otsene ja konkreetne seos, et need moodustaksid kõnealuste kaupade või teenuste piisavalt homogeense kategooria või rühma (vt selle kohta ja analoogia alusel Esimese Astme Kohtu 14. detsembri 2006. aasta otsus kohtuasjas T-392/04: Gagliardi *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Norma Lebensmittelfilialbetrieb (MANÜ MANU MANU), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punktid 91 ja 92). Siiski ei ole piisav üksnes asjaolu, et kõnealused kaubad või teenused kuuluvad Nizza kokkuleppe samasse klassi, sest mainitud klassidesse kuuluvad sageli väga erinevad kaubad või teenused, mille vahel ei ole tingimata piisavalt otsest ja konkreetset seost.

56 Lisaks on põhjenduse puudumine või ebapiisavus, mis on oluline menetlusnormi rikkumine EÜ artiklis 253 tähenduses, avalikul huvil põhinev väide, mille ühenduse kohus peab tõstatama omal algatusel (vt Esimese Astme Kohtu 17. aprilli 2008. aasta otsus kohtuasjas T-389/03: Dainichiseika Colour & Chemicals Mfg. *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Pelikan (pelikani kujutis), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 85 ja seal viidatud kohtupraktika).

57 Nende põhimõtete alusel tuleb kontrollida, kas apellatsioonikoda analüüsis ja põhjendas taotletud kaubamärkide eristusvõime puudumist kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes piisavalt. Kui arvestada asjaolu, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis b sätestatud keeldumispõhjuse kohaldamise takistamiseks piisab põhimõtteliselt minimaalsest eristusvõimest (Esimese Astme Kohtu 13. juuni 2007. aasta otsus kohtuasjas T-441/05: IVG Immobilien *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (I), EKL 2007, lk II-1937, punkt 42), on veelgi olulisem, et ühtlustamisamet järgib kõnealust põhjendamiskohustust kõigi mainitud kaupade ja teenuste osas.

Klassi 9 kuuluvad kaubad „mälu- või kiipkaardid; magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid; magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid", „magnetandmekandjad" ja „telerite ettemakseseadmed"

58 Tuleb meeles pidada, et vaidlustatud otsuste punktides 32 ja 33 on apellatsioonikoda tuvastanud põhiliselt Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvate kaupade puhul, milleks on „mälu- või kiipkaardid; magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid; magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid; magnetandmekandjad ja telerite ettemakseseadmed", et taotletud kaubamärgid kui tervikud võivad tähistada nii nende kaupade liiki kui ka otstarvet, sest need kaubad on „kiipkaardid". Lisaks on apellatsioonikoja arvates keskmise tarbija seisukohast nende kaupade seotus Internetis maksmisega omadus või isegi oluline tunnusjoon nende

kaupade puhul, mille konkreetne ja vajalik ülesanne on tagada kommunikatsiooniteenuste ja teabeedastamisteenuste rakendamine võrgus ja kaugostutehingute sooritamine.

59 Selle kohta tuleb esiteks märkida, et niivõrd, kuivõrd need kaubad on magnetriba, mikrokiibi või kiibiga varustatud kaardi vormis, mis võimaldab salvestada ja edastada teavet (digitaalse) andmete lugemis- ja töötlemisvahendi abil, mis ei ole tõendatud „magnetandmekandjate" puhul (vt allpool punktid 63–65), moodustavad kõnealused kaubad sarnaste või isegi identsete tunnusjoonte ja ülesannete tõttu kaupade homogeense rühma. Nimelt võimaldavad need kaubad esiteks neile salvestatud teabe ja andmete edastamist kommunikatsioonivõrgus – nagu Internet, kaabli- või satelliidivõrk – teenusepakkujale, eelkõige Internetiühenduse pakkujale, telekommunikatsiooni- või televisiooniteenuseoperaatorile, et võimaldada tal kindlaks teha kaardi valdaja ning tema juurdepääsuõiguse. Teisalt võimaldavad need kaardid nende valdajatele vajaduse korral tasulist pääsemist kõnealusesse kommunikatsioonivõrku, et edastada, võtta vastu ja salvestada muud teavet ja andmeid ning sooritada teatud tehinguid võrgus, sealhulgas maksta elektrooniliselt kaugostutehingutes (vt selle kohta eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punkt 64). See vastab tõele ka „telerite ettemakseseadmete" puhul niivõrd, kuivõrd need mehhanismid, nagu kaabli- või satelliidivõrgus pakutavate tasuliste televisiooniprogrammide vastuvõtmiseks mõeldud dekooder või vastuvõtja, on varustatud nii kaardi (mille puhul sageli kasutatakse nimetust „smartcard") kui ka seadmega, kuhu kõnealuse kaardi saab sisestada, et saada luba tasuliseks pääsemiseks sellisesse võrku.

60 Järelikult järeldas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 33 õigesti, et sõnamärkidel „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" on otsene ja konkreetne seos nende kaartidega. Üksnes asjaolu, et apellatsioonikoda on need kaubad vaidlustatud otsuste punktis 32 kvalifitseerinud „kiipkaartideks", ei saa mõjutada tema hinnangu põhjendatust, kuna neil kaartidel võib olla samu omadusi ja ülesandeid nagu magnetkaartidel ning need on tihti varustatud ka magnetribaga, ilma et keskmine

tarbija suudaks tingimata neil ning nende erinevatel tunnusjoontel ja ülesannetel vahet teha (vt selle kohta eespool punktis 44 viidatud kohtotsus SURFCARD, punkt 65).

61 See, et apellatsioonikoda on seega andnud hinnangu, mis puudutab põhiliselt taotletud kaubamärkide kirjeldavust kõnealuste kaupade omaduste ja ülesannete suhtes, ei saa seada kahtluse alla seda järeldust. Väljakujunenud kohtupraktikast nähtub, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktides b–d sätestatud absoluutsete keeldumispõhjuste vastavad kohaldamisalad ilmselt kattuvad, mis tähendab eelkõige seda, et kaupade või teenuste omadusi kirjeldaval sõnamärgil võib seetõttu puududa eristusvõime nende samade kaupade või teenuste suhtes, ilma et see piiraks siiski teiste põhjuste kohaldamist, mis võivad õigustada selle eristusvõime puudumist (vt selle kohta Euroopa Kohtu 12. veebruari 2004. aasta otsus kohtuasjas C-265/00: Campina Melkunie, EKL 2004, lk I-1699, punktid 18 ja 19 ning eespool punktis 31 viidatud kohtuotsus Eurohypo *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punktid 54 ja 69).

62 Järelikult tuleb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist käsitlev väide tagasi lükata osas, mis puudutab Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvaid kaupu, milleks on „mälu- või kiipkaardid, magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid, magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid" ja „telerite ettemakseseadmed".

63 Teiseks tuleb meeles pidada kaupade puhul, mida määratletakse „magnetandmekandjatena", et apellatsioonikoda leidis esiteks vaidlustatud otsuste punktis 32, et need on ka kiipkaardid, ja teisalt kõnealuste otsuste punktis 33, et nende kaupade konkreetne ja vajalik ülesanne on tagada kaugostutehingute sooritamiseks vajalike kommunikatsiooni- ja teabeedastamisteenuste rakendamine võrgus. Ühtlustamisamet on oma menetlusdokumentides lisanud, et kõnealused kaubad võivad esineda kaartide vormis ja võimaldada tasulist pääsemist Internetti või muusse kommunikatsioonivõrku.

64 Sõltumata sellest, kas apellatsioonikoda võis piirduda sellise üldise põhjendusega, nähtub klassi 9 kuuluvate kaupade loetelust, millest on lähtutud registreerimistaotluses, milles nimetatakse „mälu- või kiipkaarte, magnetkaarte" ja „magnetandmekandjaid" eraldi kaupadena, et vastupidise tõendamata jätmisel ei ole sellised andmekandjad üldiselt kiipkaardid ja neil ei ole tingimata selliste kaartide omadusi ja ülesandeid, mida on kirjeldatud eespool punktis 59. Seega tuleb ühtlustamisametil tõendada, et need andmekandjad võivad olla kaardi vormis, et neil võivad olla selle olulised tunnusjooned ja et asjaomane avalikkus võib neid sellisena tajuda, ning ühtlustamisamet peab esitama sel eesmärgil konkreetseid asjaolusid või isegi konkreetseid tõendeid, mille ta on jätnud tegemata. See on vajalik seda enam, kui näib vähe tõenäoline, et keskmine tarbija võiks seostada kaardi tunnusjooni magnetilise kõvaketta või audiovisuaalse magnetlindiga (vt selle kohta eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punktid 71 ja 72).

65 Kui arvestada, et taotletud kaubamärkide tähendus asjaomase avalikkuse seisukohast on maksekaart eelkõige Internetis toimuvateks elektroonilisteks tehinguteks või Internetti tasuliseks pääsemiseks, tuleb järeldada, et käesolevas asjas ei ole apellatsioonikoda õiguslikult piisavalt tõendanud, et sõnamärgid „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" ei ole suutelised täitma kaubamärgi peamist ülesannet ehk tähistama „magnetandmekandjateks" nimetatud kaupade kaubanduslikku päritolu.

66 Seega tuleb nõustuda väitega, mis käsitleb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist viimati nimetatud kaupade suhtes.

Klassi 9 kuuluvad muud kaubad

67 Eespool punktis 8 nimetatud klassi 9 kuuluvate muude kaupade kohta on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktides 30 ja 31 üldjoontes märkinud sisuliselt seda, et kuna taotletud kaubamärkidega üritatakse kõigepealt õhutada tarbijat kõnealuseid kaupu ostma ja kõnealuseid teenuseid kasutama, et ta saaks kaardi abil

võrgus makseid sooritada, on nende kõigi kaupade konkreetne ja vajalik ülesanne tagada selliste maksete toimumiseks vajalike side-, panga- ja finantsteenuste rakendamine.

68 Selle väga üldise ja ebamäärase põhjenduse alusel ning kuna eespool punktis 8 nimetatud kaubad, mille olulisi tunnusjooni ei ole vaidlustatud otsustes kirjeldatud, on väga erinevad ja heterogeensed, on võimatu kontrollida, kas nende erinevate kaupade ja eespool punktis 59 nimetatud ülesannete ja tunnusjoontega kaartide vahel on piisavalt otsene ja konkreetne seos, et otsustada, kas tegemist on kaupade homogeense rühmaga, mille kohta võib esitada sellise üldise põhjenduse, nagu näiteks vaidlustatud otsuste punktides 30 ja 31 olev põhjendus.

69 Vaidlustatud otsustes ei ole nimelt üldse põhjendatud esiteks seda, miks apellatsioonikoda näib arvavat, et kõnealustel kaupadel on siiski eespool punktis 62 nimetatud kaupadega ühised omadused, mis õigustab nende liigitamist ühte homogeensesse rühma, ning teiseks sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" eristusvõime puudumist seoses konkreetselt nende kaupadega. Igal juhul ei ole nende kaupade väidetavate ülesannete – mis seisnevad maksete sooritamiseks võrgus kaardi abil vajalike side-, panga- ja finantsteenuste rakendamise tagamises – väga üldine kirjeldus ilmselgelt asjakohane selliste kaupade puhul nagu „foto-, filmi-, signalisatsiooni-, kontrollivahendid ning seadmed"; „heliplaadid; elektroonilised märkmikud; müügiautomaadid; videolindid; sularaha-, pileti-, kontoteatise- ja kontoväljavõtte automaadid; kaamerad (kinoseadmed); videokaamerad"; „videokassetid; CD-ROMid; triipkoodilugejad; CDd (audio-video); optilised CDd; valerahadetektorid; disketid" ja „telefoniaparaadid, telerid", mille ülesanded ja omadused võivad oluliselt varieeruda. Kohtuistungi ajal ühtlustamisameti esitatud ebamäärane argument, – mida ühtlustamisamet ei ole esitanud kõnealuste klassi 9 kuuluvate muude kaupade kohta –, mille kohaselt on kõnealused kaubad „veebikaamera" eeskujul vajalikud lisatarvikud toimingute sooritamiseks kaardi abil võrgus, ei saa – isegi kui oletada, et see on põhjendatud – leevendada põhjenduste puudumist vaidlustatud otsustes, sest ühtlustamisamet ei saa esitada kohtumenetluse ajal täiendavaid põhjendusi otsusele, mille põhjendused on EÜ artiklist 253 tulenevalt puudulikud (Euroopa Kohtu 28. juuni 2005. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-189/02 P, C-202/02 P, C-205/02 P–C-208/02 P ja C-213/02 P: Dansk Rørindustri jt *vs*. komisjon, EKL 2005, lk I-5425, punkt 463; vt selle kohta ka

Esimese Astme Kohtu 15. septembri 1998. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-374/94, T-375/94, T-384/94 ja T-388/94: European Night Services jt *vs.* komisjon, EKL 1998, lk II-3141, punkt 95 ja seal viidatud kohtupraktika; vt selle kohta ka Esimese Astme Kohtu 18. jaanuari 2005. aasta otsus kohtuasjas T-93/02: Confédération nationale du Crédit mutuel *vs.* komisjon, EKL 2005, lk II-143, punkt 126).

70 Järelikult ei vasta vaidlustatud otsuste punktides 30 ja 31 sisalduv üldine põhjendus EÜ artikli 253 ja määruse nr 40/94 artikli 73 esimese lause nõuetele sellistena, nagu need tulenevad eespool punktis 54 viidatud kohtupraktikast, kuna need põhjendused ei võimalda vaidlustatud otsuste tõhusat kohtulikku kontrolli apellatsioonikoja hinnangu õiguspärasuse suhtes, mis puudutab taotletud kaubamärkide eristusvõime puudumist kõnealuste Nizza kokkuleppe klassi 9 kuuluvate kaupade osas.

71 Vastavalt eespool punktis 56 viidatud kohtupraktikale tuleb tõstatada omal algatusel avalikul huvil põhinev väide, mis tuleneb põhjenduse puudumisest, ja selles osas tuleb vaidlustatud otsused tühistada.

Klassidesse 36 ja 38 kuuluvad teenused

– Vaidlustatud otsuste põhjendused

72 Vaidlustatud otsustes sisalduva hinnangu ja põhjenduste puhul, mis puudutavad märkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" eristusvõime puudumist kõnealuste Nizza kokkuleppe klassidesse 36 ja 38 kuuluvate teenuste osas, tuleb meeles pidada, et

apellatsioonikoda märkis esiteks kõnealuste otsuste punktis 34 üldiselt, et need tähised on puhtalt informatiivsed ja reklaamilaadsed kõigi neisse klassidesse kuuluvate teenuste osas, mis apellatsioonikoja arvates takistab asjaomasel avalikkusel tajumast neid kõnealuste teenuste – mille kõigi pea- või kõrvaleesmärk on konkreetselt Interneti, intraneti või ekstraneti kaudu toimuvad elektroonilised sideteenused ning panga-, finants- ja kindlustusvaldkonna võrguteenused – kaubandusliku päritolu tähisena.

73 Seejärel leidis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 35, et sõnamärgid „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" kannavad klassi 36 kuuluvate teenuste osas selget informatiivset sõnumit ehk seda, et nimetatud teenustega seotud teavet on võimalik saada ja toiminguid sooritatakse kaugtoiminguna Interneti ja üldisemalt infotehnoloogilisse võrku ühendatud maksekaardi käsutusse andmisega. Klassi 38 kuuluvate teenuste kohta märkis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 36, et neil teenustel, mis on seotud elektroonilise teabe edastamisprotsessidega tervikuna, on vahetu seos Interneti ja uute infotehnoloogiate toimimise ja kasutamisega. Keskmise tarbija seisukohast see, et makseid saab sooritada võrgus kiipkaardiga, kujutab endast seega nende teenuste omadust.

74 Viimaseks järeldas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 37, et taotletud kaubamärke tervikuna tajutakse eelkõige kõnealuste kaupade ja teenuste kaubandusliku esitlusena ja et nende peamine või isegi ainus ülesanne on tõendada asjaomasele tarbijale, et tegemist on kauba või teenusega, mis võimaldab maksete sooritamist võrgus kaardi abil.

– Klassi 36 kuuluvad „krediitkaarditeenused” ja „deebetkaarditeenused”

75 Klassi 36 kuuluvate „krediitkaarditeenuste” ja „deebetkaarditeenuste” kohta tuleb märkida, et need on otseselt seotud eespool punktis 62 nimetatud kaartidega. Nagu Esimese Astme Kohus märkis (vt selle kohta eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punktid 75 ja 76), on need teenused väga mitmesugused ja mitmetahulised. Esiteks sisaldavad need teenused pangakaarti väljastava panga teenuseid oma klientidele, et võimaldada neil kõnealust kaarti vajaduse korral kasutada kommunikatsioonivõrgu kaudu. Teiseks hõlmavad need ka väga mitmesuguseid teisi teenuseid, mida pakutakse paljudes eri kaubandussuhetes, nimelt kaardi väljastanud pankade, sooritatud maksete toimumise eest vastutavate erinevate võrguhaldajate ja kaubandusettevõtjate, kelle klient võib kaardiga maksta, vahelistes kaubandussuhetes. Seega tuleb neid teenuseid selgelt eristada kaartide kui selliste omadustest ja ülesannetest – mida on kirjeldatud eespool punktis 59 – niivõrd, kuivõrd need on laiemad kui pelk kahepoolne kaubandussuhe kaardi väljastanud panga ja tarbija vahel.

76 Apellatsioonikoda on siiski vaidlustatud otsuste punktis 35 õigesti, kuigi küllaltki abstraktselt ja üldiselt rõhutanud üht olulist omadust, mis on ühine kõigile neile teenustele, märkides sisuliselt seda, et need teenused seonduvad eelkõige toimingutega, mis sooritatakse kaugtoiminguna Internetti ja infotehnoloogilisse võrku üldisemalt ühendatud maksekaardi käsutusse andmise abil ja mille suhtes sõnamärgid „P@YWEB CARD” ja „PAYWEB CARD” edastavad selge informatiivse sõnumi.

77 Kui arvestada neid ühiseid omadusi ja eesmärke, mis on seotud infotehnoloogia ja Interneti valdkonnaga, tuleb järeldada, et nende teenuste mitmekesisusele ja mitmetahulisusele vaatamata võib neid liigitada piisavalt homogeensesse teenuste rühma ja nende kohta võib seega esitada üldise põhjenduse. Lähtudes eelkõige taotletud kaubamärkide koostisosadest „payweb” ja „p@yweb”, mis osutavad elektroonilise või infotehnoloogilise kommunikatsioonivõrgu kaudu toimuvale maksmisele, oli apellatsioonikojal õigus järeldada, et tavapäraselt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja

arukas tarbija peab kõnealuseid kaubamärke ja nendega seotud teenuseid lahutamatuks tervikuks, mille eesmärk on võimaldada maksete tegemist võrgus nende kaartide abil.

78 Seega võis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 37 õiguspäraselt järeldada, et sõnamärke „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" võib põhimõtteliselt tajuda kõnealuste kaupade ja teenuste kaubanduslikuks esitlusena niivõrd, kuivõrd need näitavad asjaomasele avalikkusele, et tegemist on kauba või teenusega, mis võimaldab maksete tegemist võrgus kaardi abil. Kuna selle avalikkuse seisukohast on esiteks taotletud kaubamärkide ning teisalt klassi 36 kuuluvate „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenuste" vahel otsene ja konkreetne seos, on võimalik järeldada, et nende kaubamärkide ülesanne on kõnealuste teenuste kaubanduslik esitlus, ja järeldada, et neil puudub nende teenuste suhtes eristusvõime.

79 Järelikult põhjendas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuseid piisavalt ja kohaldas määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b õigesti, kui ta keeldus taotletud kaubamärkide registreerimisest Nizza kokkuleppe klassi 36 kuuluvate „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenuste" jaoks.

– Klassi 36 kuuluvad muud teenused

80 Muude klassi 36 kuuluvate teenuste kohta tuleb kõigepealt märkida, et neil puudub otsene ja konkreetne seos eespool punktis 62 nimetatud kaartidega „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenustena", sest need esindavad väga mitmesuguseid kinnisvara-, kindlustus-, panga-, rahandus- ja infotehnoloogiavaldkonda kuuluvaid kaubandustehinguid, isegi kui nende vahel tuleb möönda teatud sugulust. Järgmiseks tuleb meenutada, et eristusvõime puudumise tuvastamiseks piisab, kui asjaomase avalikkuse seisukohast viitavad taotletud kaubamärgid kõnealuste teenuste ülesandele

või konkreetsele omadusele. Kõigil neil teenustel on ühine omadus või sama eesmärk, nimelt kaubandustehingute sooritamine eespool mainitud valdkondades, kaasa arvatud maksmine kaardiga ja vajadusel elektrooniliselt. Neil tingimustel on võimalik järeldada, et need teenused kuuluvad homogeensesse teenuste rühma, selleks et saaks esitada üldise põhjenduse. Seega on vaidlustatud otsuste punktis 35 sisalduv põhjendus, et kõnealuste teenustega seotud toimingud võivad olla juurdepääsetavad ja neid saab sooritada kaugtoiminguna Internetti ja infotehnoloogilisse võrku üldisemalt ühendatud maksekaardi käsutusse andmise teel, tõesti lühike, kuid piisav, et võimaldada Esimese Astme Kohtul kontrollida selle õiguspärasust.

81 Esiteks sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" ja teisalt kõigi klassi 36 kuuluvate muude teenuste erilise omaduse, mis seisneb võimaluses sooritada kaardiga makseid kaugtoiminguna või elektrooniliselt kinnisvara-, kindlustus-, panga-, finants- ja infotehnoloogiavaldkonda kuuluvates kaubandustehingutes, vahel on keskmise tarbija seisukohast piisavalt otsene ja konkreetne seos. Seega tuleb märkida, et need tähised võivad kujutada endast üksnes kõnealuste teenuste kaubanduslikku esitlust, mis võimaldab järeldada, et neil puudub eristusvõime nimetatud teenuste suhtes.

82 Siiski tuleb täpsustada, et sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" eristusvõime puudumist saab tõdeda üksnes niivõrd, kuivõrd eespool punktis 80 nimetatud teenuste pakkumine eeldab tegelikult kaardi, nagu ravikindlustuskaardid, kasutamist. Kui nende teenuste osutamine saab toimuda kaardist sõltumata, puudub neil kaubamärkidel asjaomase avalikkuse seisukohast piisavalt otsene ja konkreetne seos kõnealuste teenustega, arvestades et kõnealuselt avalikkuselt eeldab selle seose tuvastamine keeruka arutluskäigu läbimist. Seega puudutab taotletud kaubamärkide eristusvõime puudumine üksnes klassi 36 kuuluvaid teenuseid, mis „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenuste" eeskujul eeldavad kaardi kasutamist või on sellega seotud (vt selle kohta ja analoogia alusel eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punkt 82).

83 Seega tuleb järeldada, et apellatsioonikoda põhjendas vaidlustatud otsuseid piisavalt ja kohaldas määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b õigesti, kui ta keeldus taotletud kaubamärkide registreerimisest kõikide kõnealuste Nizza kokkuleppe klassi 36 kuuluvate teenuste jaoks.

– Klassi 38 kuuluvad teenused

84 Mis puudutab klassi 38 kuuluvaid teenuseid nimetusega „side; arvutiterminaliside; telekommunikatsiooniteave; elektronpost; teadete edastamine; teabe- ja kuvaedastus arvuti abil; satelliitülekanded; teabe edastamine Interneti, intraneti ja ekstraneti kaudu; raalistatud interaktiivse teabe edastamine; raalistatud andmebaasist pärineva teabe edastamine; rahvusvaheline andmevahetus raalistatud võrgusüsteemide vahel; sidusandmevahetus", siis tuleb märkida, et klassi 36 kuuluvate „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenuste" eeskujul kuuluvad need teenused selliste teenuste homogeensesse rühma, mis on otseselt seotud infotehnoloogia ja Interneti valdkonnaga. Lisaks on need asjaomase avalikkuse seisukohast otseselt ja konkreetselt seotud sõnamärkidega „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" niivõrd, kuivõrd need tähistavad eelkõige ülesannet edastada Interneti või muude kommunikatsioonivõrkude vahendusel teavet näiteks eespool punktis 59 kirjeldatud tüüpi kaardi abil kaugostu sooritamiseks. Nende teenuste ühine omadus on võimalus pääseda kaardi abil Internetti või muusse kommunikatsioonivõrku ning võimalus teha seal teabeedastustoiminguid ja muid võrgutehinguid, nagu ostud ja maksed kaugtoimingutena. Nagu rõhutati eespool punktis 60, ei saa selle hinnangu põhjendatust seada kahtluse alla üksnes asjaolu, et apellatsioonikoda on oma analüüsi rajanud „kiipkaartidele" (vt selle kohta ja analoogia alusel eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punktid 79 ja 80).

85 Seega järeldas apellatsioonikoda vaidlustatud otsuste punktis 37 õigesti, et asjaomane avalikkus tajub sõnamärke „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" nii, et need tähistavad kaartide ja teenuste lahutamatu tervikut, mis võimaldab tal teha makseid võrgus. Järelikult ei täida taotletud kaubamärgid oma peamist ülesannet, mis seisneb kõnealuste teenuste kaubandusliku päritolu identifitseerimises.

86 Siiski tuleb täpsustada, et sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" eristusvõime puudumist saab tõdeda üksnes niivõrd, kuivõrd eespool punktis 84 nimetatud teenuste pakkumine eeldab tegelikult kaardi kasutamist. Kui nende teenuste osutamine saab toimuda kaardist sõltumata, puudub neil kaubamärkidel asjaomase avalikkuse seisukohast piisavalt otsene ja konkreetne seos kõnealuste teenustega, arvestades, et kõnealuselt avalikkuselt eeldab selle seose tuvastamine keeruka arutluskäigu läbimist. Seega puudutab taotletud kaubamärkide eristusvõime puudumine üksnes klassi 38 kuuluvaid teenuseid, mis klassi 36 kuuluvate „krediitkaarditeenuste" ja „deebetkaarditeenuste" eeskujul eeldavad kaardi kasutamist või on sellega seotud.

87 Seega niivõrd, kuivõrd eespool punktis 84 nimetatud klassi 38 kuuluvate teenuste pakkumine eeldab kaardi kasutamist, on apellatsioonikoda tuvastanud õigesti, et sõnamärkidel „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" puudub piisav eristusvõime nimetatud teenuste suhtes. Seega tuleb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist käsitlev etteheide lükata tagasi osas, milles see puudutab taotletud kaubamärkide registreerimisest keeldumist eespool viidatud teenuste suhtes.

88 Mis puudutab siiski klassi 38 kuuluvaid teisi teenuseid ehk teenuseid, milleks on „teabeagentuuride teenused (uudised) eelkõige pangandussektoris; raadioside; telefoniside; telegrammide saatmine; telegrammide edastamine; televisiooniprogrammi levi; raadiosaade; televisioonisaade; telekommunikatsiooniseadmete rent; teateedastamisseadmete rent; telefonide rent; mobiiltelefoniside; telefoniteenused", ei ole vaidlustatud otsustes üldse põhjendatud, miks apellatsioonikoda leiab, et need

teenused ja eespool punktis 84 viidatud teenused kuuluvad ühte homogeensesse rühma, mis võiks õigustada üldist põhjendust, nagu kõnealuste otsuste punktides 36 ja 37. Lisaks puudub neis otsustes selgitus, mis võimaldaks kontrollida, kas on põhjendatud apellatsioonikoja hinnang, et sõnamärgid „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" ei ole piisavalt eristusvõimelised nende muude teenuste suhtes.

89 Kuigi eespool punktis 84 nimetatud teenuste puhul on asjakohane vaidlustatud otsuste punktis 36 esitatud põhjendus, et kõnealused teenused on seotud elektrooniliste teabeedastusprotsessidega tervikuna ja neil on vahetu seos Interneti ning uute infotehnoloogiate toimimise ja kasutamisega nii, et võimalus teha makseid võrgus kiipkaardiga kujutab endast ühte nende teenuste omadust, ei ole see tingimata asjakohane muude klassi 38 kuuluvate teenuste suhtes. Igal juhul ei nähtu sellisest üldisest põhjendusest sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" osas põhjused, mille tõttu on neil teenustel tavapäraselt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka tarbija seisukohast piisavalt otsene ja konkreetne seos võrgus kaardiga tehtavate maksetega.

90 Lisaks on igal juhul tulemusetu kohtumenetluse ajal ühtlustamisameti esitatud täiendav argument, mille kohaselt on üldiselt teada, et Internet võimaldab raadio- ja televisioonisaadete ning telefoniside vastuvõttu, sest ühtlustamisamet ei või esitada selles staadiumis täiendavaid põhjendusi otsusele, mis on EÜ artikli 253 alusel puudulikult põhjendatud (vt eespool punktis 69 viidatud kohtupraktika).

91 Järelikult ei ole apellatsioonikoda põhjendanud piisavalt taotletud kaubamärkide piisava eristusvõime väidetavat puudumist eespool punktis 88 nimetatud teenuste

suhtes. Selles suhtes ei vasta vaidlustatud otsuste punktides 36 ja 37 sisalduv üldine põhjendus EÜ artikli 253 ja määruse nr 40/94 artikli 73 esimese lause nõuetele, sest need ei võimalda kõnealuste otsuste tõhusat kohtulikku kontrolli.

92 Vastavalt eespool punktis 56 viidatud kohtupraktikale tuleb tõstatada omal algatusel avalikul huvil põhinev väide, mis tuleneb põhjenduse puudumisest, ja selles osas tuleb vaidlustatud otsused ka tühistada.

Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatud keeldumispõhjusele tuginemata jätmine

93 Kuna apellatsioonikoda ei ole vaidlustatud otsustes tuginenud määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatud absoluutsele keeldumispõhjusele, mis puudutab taotletud kaubamärkide kirjeldavust (vt nimetatud otsuste punkt 40), ja kuna hageja taotleb üksnes vaidlustatud otsuste tühistamist (vt eespool punkt 14), ei ole määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamine selle määruse artikli 63 tähenduses käesoleva kohtuasja ese ega järelikult ühenduse kohtu poolt käesolevas asjas tehtava õiguspärasuse kohtuliku kontrolli ese (vt selle kohta eespool punktis 44 viidatud kohtuotsus SURFCARD, punkt 85 ja seal viidatud kohtupraktika).

94 Hageja argumendid taotletud kaubamärkide kirjeldavuse võimaliku puudumise kohta on seega tulemusetud ja Esimese Astme Kohtul ei tule neid hinnata.

95 Kõigist eespool esitatud kaalutlustest järeldub, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumist käsitleva väitega tuleb nõustuda ja vaidlustatud otsused tuleb tühistada osas, milles neis järeldatakse, et taotletud kaubamärkidel puudub eristusvõime järgmiste kaupade ja teenuste suhtes:

– eespool punktis 2 nimetatud klassi 9 kuuluvad kaubad, välja arvatud „mälu- või kiipkaardid; magnetkaardid, magnet- või kiipidentifitseerimiskaardid; magnet- või kiipmaksekaardid, magnet- või kiipkrediit- või deebetkaardid" ja „telerite ettemakseseadmed";

– klassi 38 kuuluvad teenused nimetusega „teabeagentuurid (uudised) eelkõige pangandussektoris; raadioside; telefoniside; telegrammide saatmine; telegrammide edastamine; televisiooniprogrammi levi; raadiosaade; televisioonisaade; telekommunikatsiooniseadmete rent; teateedastamisseadmete rent; telefonide rent; mobiiltelefoniside; telefoniteenused".

Kohtukulud

96 Kodukorra artikli 87 lõike 3 alusel võib Esimese Astme Kohus otsustada kulude jaotuse või jätta kummagi poole kohtukulud tema enda kanda, kui osa nõudeid rahuldatakse

ühe poole, osa teise poole kasuks. Arvestades vaidlustatud otsuste osalist tühistamist ja eelkõige seda, et puuduvad hageja nõuded kohtukulude kohta, tuleb kummagi poole kohtukulud käesolevas asjas jätta tema enda kanda.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (kolmas koda)

otsustab:

1. **Tühistada Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) esimese apellatsioonikoja 10. juuli 2007. aasta otsus (asi R 119/2007-1) ja 12. septembri 2007. aasta otsus (asi R 120/2007-1) osas, milles keelduti sõnamärkide „P@YWEB CARD" ja „PAYWEB CARD" registreerimisest ühenduse kaubamärgina 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 9 kuuluvate järgmiste kaupade jaoks: foto-, filmi-, signalisatsiooni-, kontrollivahendid ning seadmed; heli või kujutise salvestus-, edastus- ja taasesitusaparatuur; heliplaadid; elektroonilised märkmikud; müügiautomaadid; videolindid; sularaha-, pileti-, kontoteatise- ja kontoväljavõtte automaadid; kaamerad (kinoseadmed), videokaamerad; videokassetid; CD-ROMid; triipkoodilugejad; CDd (audio-video); optilised CDd, valerahadetektorid; disketid; magnetandmekandjad; optilised andmekandjad; videoekraanid; andmetöötlusseadmed; sidepidamisseadmed; arvutiliidesed; lugejad (andmetöötlusseadmed); tarkvara (salvestatud programmid); monitorid (arvutiprogrammid); arvutid; arvutite välisseadmed; salvestatud arvutiprogrammid; salvestatud operatsioonisüsteemi programmid (arvutitele); raadiotelefonid; vastuvõtjad (audio, video); telefoniaparaadid; telerid; ajakasutuse registree-**

rimise aparaadid; saatjad (side); kesktöötlusseadmed (protsessorid) ning klassi 38 kuuluvate järgmiste teenuste jaoks: teabeagentuuride teenused (uudised) eelkõige pangandussektoris; raadioside; telefoniside; telegrammide saatmine; telegrammide edastamine; televisiooniprogrammi levi; raadiosaade; televisioonisaade; telekommunikatsiooniseadmete rent; teateedastamisseadmete rent; telefonide rent; mobiiltelefoniside; telefoniteenused.

2. Jätta hagi ülejäänud osas rahuldamata.

3. La Caisse fédérale du Crédit mutuel Centre Est Europe (CFCMCEE) ja Siseturu Ühtlustamise Amet kannavad oma kohtukulud ise.

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 20. mail 2009 Luxembourgis.

Kohtusekretär Koja esimees Allkirjad