Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (neljas koda)

20. juuli 2016*

Euroopa Liidu kaubamärk — Kehtetuks tunnistamise menetlus — Euroopa Liidu sõnamärk SUEDTIROL — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c ja artikli 52 lõike 1 punkt a — Absoluutne keeldumispõhjus — Geograafiline tähis — Kirjeldavus

Kohtuasjas T-11/15,

Internet Consulting GmbH, asukoht Brunico (Itaalia), esindajad: advokaadid L. Miori ja A. Bertella,

hageja,

versus

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindaja: A. Schifko,

kostja,

teine pool EUIPO apellatsioonikoja laiendatud koosseisu menetluses, menetlusse astuja Üldkohtus oli

Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Itaalia), esindaja: advokaat C. Volkmann,

menetlusse astuja,

mille ese on nõue tühistada EUIPO apellatsioonikoja laiendatud koosseisu 10. oktoobri 2014. aasta otsus (asi R 574/2013-G), mis käsitleb Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige ja Internet Consultingu vahelist kaubamärgi kehtetuks tunnistamise menetlust,

ÜLDKOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja president M. Prek (ettekandja), kohtunikud I. Labucka ja V. Kreuschitz,

kohtusekretär: E. Coulon,

arvestades 9. jaanuaril 2015 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades EUIPO esitatud kostja vastust, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 19. juunil 2015,

arvestades menetlusse astuja seisukohti, mis saabusid Üldkohtu kantseleisse 8. juunil 2015,

arvestades asjaolu, et kolme nädala jooksul alates menetluse kirjaliku osa lõpetamisest teatamisest ei olnud kohtuasja pooled esitanud taotlust kohtuistungi määramiseks, ning otsustades Üldkohtu kodukorra artikli 106 lõike 3 alusel lahendada kohtuasi ilma menetluse suulise osata,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja, Internet Consulting GmbH esitas 19. augustil 2002 Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametile (EUIPO) nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 26/78, lk 1) (muudetud kujul) (asendatud nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1)) alusel ELi kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnaline tähis SUEDTIROL.

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) klassidesse 35, 39 ja 42 ning vastavad nendes klassides järgmisele kirjeldusele:

— klass 35: „ärijuhtimine, ettevõttehaldus, kontoriteenused“;

— klass 39: „kaupade pakendamine ja ladustus“;

— klass 42: „teaduslikud ja tehnoloogilised uurimused ja projekteerimine teenusena; tööstuslikud analüüsid ja uurimused teenusena; arvutiriistvara ja -tarkvara projekteerimine ja arendus; õigusteenused“;

4 Kõnealune ELi kaubamärgi taotlus avaldati 24. novembri 2003. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 83/2006. Kaubamärk registreeriti 16. detsembril 2011 numbriga 2826931.

5 Menetlusse astuja, Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Bolzano-Alto-Adige autonoomne provints, Itaalia) esitas 3. jaanuaril 2012 taotluse, et vaidlustatud kaubamärk tunnistataks kehtetuks kõikide sellega tähistatud teenuste osas. Ta tugines oma taotluses määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punktile a koosmõjus sama määruse artikli 7 lõike 1 punktiga c põhjendusel, et vaidlustatud kaubamägi puhul on tegemist geograafilise tähisega, mis tähistab Põhja-Itaalias asuvat Trentino-Alto Adige / Trentino-Südtiroli autonoomset maakonda (edaspidi „Lõuna-Tirooli provints“).

6 Tühistamisosakond jättis 15. veebruari 2013. aasta otsusega vaidlustatud kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse rahuldamata.

7 Menetlusse astuja esitas selle otsuse peale määruse nr 207/2009 artikli 58 ja järgmiste artiklite alusel kaebuse.

8 Tühistamisosakond suunas asja 3. aprilli 2014. aasta otsusega apellatsioonikoja laiendatud koosseisule.

9 Apellatsioonikoja laiendatud koosseis rahuldas 10. oktoobri 2014. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus“) menetlusse astuja kaebuse ja tunnistas vaidlustatud kaubamärgi määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti a alusel kehtetuks, põhjendusel et see on registreeritud sama määruse artikli 7 lõike 1 punkti c ja artikli 7 lõike 2 sätteid rikkudes.

10 Apellatsioonikoja laiendatud koosseis leidis kehtetuks tunnistamise taotluse vastuvõetavuse kohta, et nimetatud taotlus on vastuvõetav, kuna määruse nr 207/2009 artikli 56 lõike 1 punktis a on sätestatud, et iga füüsiline või juriidiline isik võib kasutada õiguskaitsevahendeid ja juriidilise isiku kontseptsioon hõlmab selliseid avalik-õiguslikke juriidilisi isikuid nagu menetlusse astuja.

11 Kehtetuks tunnistamise taotluse sisulise hindamise käigus märkis apellatsioonikoja laiendatud koosseis muu hulgas, et:

— mõiste „Südtirol“ on Itaalia põhjapoolseima provintsi saksakeelne üldnimetus; see on üks Itaalia rikkamaid provintse, mille autonoomiat tunnustatakse Itaalia konstitutsioonis;

— kuna sellise piirkonna olemasolust on teadlik asjaomane avalikkus, kes koosneb vähemalt Itaalia tarbijatest ja nendest Euroopa Liidu saksakeelsetest tarbijatest, kes on teadlikud Lõuna-Tirooli piirkonna olemasolust, siis võib asuda seisukohale, et vaidlustatud kaubamärk tähistab kõnealuse avalikkuse jaoks sellega hõlmatud teenuste geograafilist päritolu;

— kuna nende teenuste geograafilise päritolu puhul on tegemist määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses omadusega, siis kujutab mõiste „suedtirol“ endast geograafilist tähist, mida tuleb kaitsta üldistes huvides;

— tähistatud teenustel ei ole muid eriomadusi, mis võiksid asjaomasele tarbijale jätta mulje, et tähis „südtirol“ ei seostu nende geograafilise päritoluga;

— kui vaidlustatud kaubamärgi all pakutakse ärijuhtimise ja ettevõttehalduse teenuseid, kontoriteenuseid, kaupade pakendamise ja ladustusteenuseid, teaduslikke ja tehnoloogilisi teenuseid, tööstuslikke analüüse ja uurimusi teenusena, arvutiriistvara ja -tarkvara projekteerimise ja arendusteenuseid ja õigusteenuseid, siis jääb asjaomasele tarbijale mulje, et need pärinevad Lõuna-Tirooli provintsist, neid osutatakse selles provintsis ja neid pakuvad sellest provintsist pärit ettevõtjad;

— asjaolu, et paljud Lõuna-Tirooli provintsis tegutsevad ettevõtjad kasutavad sõnu „südtirol“ või „suedtirol“ oma ärinimes, kinnitab, et see sõna kujutab endast geograafilist tähist.

Poolte nõuded

12 Hageja palub Üldkohtul:

— tühistada või teise võimalusena muuta vaidlustatud otsus, jättes igal juhul rahuldamata vaidlustatud kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotlus;

— mõista kohtukulud välja EUIPO-lt.

13 EUIPO palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

14 Menetlusse astuja palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

15 Hageja põhjendab oma hagi kahe väitega, mille kohaselt on rikutud ja vääralt kohaldatud esiteks määruse nr 207/2009 artikleid 5 ja 56 ja teiseks määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ja artikleid 12 ja 52.

Esimene väide, et määruse nr 207/2009 artikleid 5 ja 56 on rikutud ja vääralt kohaldatud

16 Hageja väidab, et määruse nr 207/2009 artiklitest 5 ja 56 koostoimes nähtub, et menetlusse astujal, kes on avalik-õiguslik üksus, ei ole õigust esitada kehtetuks tunnistamise taotlust. Kuna määruse nr 207/2009 artiklis 5, mis käsitleb isikuid, kellel on õigus olla ELi kaubamärgi omanik, on pärast mõistet „füüsilised ja juriidilised isikud“ nimetatud otsesõnu „avaliku õiguse kohaselt loodud asutusi“, kuid sama määruse artiklis 56 on nimetatud üksnes füüsilisi ja juriidilisi isikuid, siis see välistab hageja väitel avalik-õiguslike üksuste õiguse esitada kehtetuks tunnistamise taotlus.

17 EUIPO ja menetlusse astuja vaidlevad nendele argumentidele vastu.

18 Määruse nr 207/2009 artikkel 5 määratleb üldiselt isikud, kes võivad olla ELi kaubamärgi omanikud. Artiklis on täpsustatud, et „[Euroopa Liidu] kaubamärgi omanikud võivad olla füüsilised ja juriidilised isikud, sealhulgas avaliku õiguse kohaselt loodud asutused“.

19 Sellest tuleneb, et avalik-õiguslikud asutused on seal ära toodud selgitava näitena juriidilistest isikutest, kes võivad olla sellise kaubamärgi omanikud, ja neil on õigus teostada oma õigusi vastavalt määruse nr 207/2009 artikli 56 lõike 1 punktidele b ja c. Samas ei esine mingit viidet sellele, et sama määruse artikli 56 lõike 1 punkti a, mis erinevalt selle määruse artiklist 5 piirdub üksnes „füüsiliste ja juriidiliste isikute“ nimetamisega, tuleks tõlgendada nii, et see ei hõlma avalik-õiguslikke üksusi. Nimelt võib tühistamise või kehtetuks tunnistamise põhjustele ja eelkõige absoluutsetele kehtetuks tunnistamise põhjustele määruse nr 207/2009 artikli 52 tähenduses tugineda iga isik, sõltumata sellest, kas ta on era- või avalik-õiguslik, kuna sama määruse artikli 56 lõike 1 punkti a lõpu kohaselt on nõutav üksnes, et see isik võib „olla kohtus hagejaks ja kostjaks“. Seega ei saa vastupidi hageja väidetele tõlgendada määruse nr 207/2009 artikli 56 lõike 1 punktis a avalik-õiguslikele üksustele viite puudumist nii, et selle eesmärk on nad välistada nimetatud sätte kohaldamisalast.

20 Järelikult ei rikkunud apellatsioonikoja laiendatud koosseis määruse nr 207/2009 artikleid 5 ja 56, kui ta asus seisukohale, et menetlusse astujal on õigus esitada vaidlustatud kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotlus.

21 Esimene väide tuleb seega tagasi lükata.

Teine väide, mille kohaselt on rikutud ja vääralt kohaldatud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ja artikleid 12 ja 52

22 Hageja väidab, et apellatsioonikoja laiendatud koosseis rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ja artikleid 12 ja 52, asudes seisukohale, et vaidlustatud kaubamärk kujutab endast geograafilist tähist, mis teavitab sellest, et asjaomased teenused on pärit asjaomasele avalikkusele tuntud kohast, mitte nende kaubanduslikust päritolust.

23 Hageja väitel keelab selle määruse artikli 7 lõike 1 punkt c eelkõige geograafilise tähise registreerimise üksnes siis, kui tähis viitab kohale, mis seondub praegu või võib tulevikus seonduda sellega tähistatavate kaupade või teenuste liigiga, mitte kohaga, kus neid teenuseid osutatakse, sest see viitab „geograafilisele päritolule“. Lisaks, erinevalt kaubast ei iseloomusta teenuseid iseenesest selle koha omadused, kus neid osutatakse või kus asub neid osutav ettevõtja. Nii on ainsad asjaolud, mis võivad teenuseid iseloomustada, viis kuidas neid osutatakse või nende osutaja omadused, mitte nende

geograafiline päritolu, ning erand on teatud piirkonnas „tüüpilised“ teenused. Kuna teenust osutava ettevõtja asukoht või teenuse osutamise koht võivad muutuda, siis ei saa need tekitada teenuse ja territooriumi vahelist lahutamatut seost. Lõpuks peab mõistlik tõenäosus, et teenus ja koht on seotud, esinema kaubamärgi registreerimise ajal, mida menetlusse astuja ei ole tõendanud.

24 Lisaks ei arvestanud apellatsioonikoja laiendatud kooseis määruse nr 207/2009 artikli 12 punkti b mõjuga, mis võimaldab kolmandal isikul lisada oma nimele või ärinimele sõna „suedtirol“ vaidlustatud kaubamärgi registreerimisest hoolimata. Nimetatud säte võimaldab tagada geograafiliste tähiste kättesaadavuse piisava säilimise kaubandustegevuses.

25 EUIPO ja menetlusse astuja leiavad, et need argumendid on alusetud.

26 Kõigepealt tuleb meenutada, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt ei registreerita „kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi“.

27 Lisaks on selle määruse artikli 7 lõikes 2 sätestatud, et „[l]õiget 1 kohaldatakse olenemata sellest, et registreerimata jätmise põhjused on ainult teatavas [liidu] osas“.

28 Määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punktis a on sätestatud, et „[Euroopa Liidu] kaubamärk tunnistatakse kehtetuks ametile esitatud taotluse või rikkumise suhtes algatatud menetluses esitatud vastuhagi põhjal, kui: [Euroopa Liidu] kaubamärk on registreeritud artikli 7 sätete vastaselt; […]“

29 Kohtupraktikast tuleneb, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c on järgitud üldise huvi eesmärki, mis nõuab, et nende kaupade või teenuste liiki kirjeldavad märgid ja tähised, mille jaoks registreerimist taotletakse, oleksid kõikide jaoks vabalt kasutatavad. Seega takistab see säte selliste märkide või tähiste kasutamise ainuõiguse ainult ühele ettevõtjale andmist põhjusel, et need on registreeritud kaubamärgina (vt kohtuotsus 15.10.2003, Nordmilch *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (OLDENBURGER), T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Mis täpsemalt puudutab kaubamärgi registreerimise taotlusega hõlmatud kaubaliikide geograafilist päritolu tähistada võivatesse märkidesse või tähistesse, iseäranis geograafilistesse nimetustesse, siis üldine huvi nende kättesaadavuse säilitamiseks ei ole tingitud mitte ainult nende võimest kajastada asjaomaste kauba- ja teenuseliikide võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi, vaid ka nende võimest mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad ja teenused positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga (vt selle kohta kohtuotsused 4.5.1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 26, ja 13.9.2013, Fürstlich Castell’sches Domänenamt *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Castel Frères (CASTEL), T-320/10, ei avaldata, EU:T:2013:424, punkt 43).

31 Vastupidi hageja väidetele saab viidatud kohtupraktikat ka kohaldada ka teenustele (vt selle kohta kohtuotsus 7.6.2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, punkt 32).

32 Lisaks tuleb välja tuua, et kaubamärgina ei registreerita esiteks geograafilisi nimetusi, kui need tähistavad teatavaid geograafilisi kohti, mis on juba omandanud maine või tuntuse asjaomase toodete või teenuste liigiga seoses ja mis huvitatud isikute silmis kujutavad endast vastavat seost; teiseks ei registreerita geograafilisi nimetusi, mida võivad soovida kasutada ettevõtjad, kes samuti peavad saama neid nimetusi kasutada asjassepuutuva kauba- või teenuseliigi geograafilise päritolu tähistamiseks (vt selle kohta kohtuotsused 15.10.2003, OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 31 ja seal viidatud kohtupraktika, ning 15.1.2015, MEM *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (MONACO), T-197/13, EU:T:2015:16, punkt 48).

33 Selles osas tuleb rõhutada, et liidu õiguslooja on erandina määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c sätestatust jätnud võimaluse registreerida geograafilist päritolu tähistada võivaid märke kollektiivkaubamärgina nimetatud määruse artikli 66 lõike 2 alusel; teatud kauba puhul – juhul, kui see täidab vajalikud tingimused – geograafilise tähise või päritolunimetusena vastavalt nõukogu 14. juuli 1992. aasta määrusele (EMÜ) nr 2081/92 põllumajandustoodete ja toiduainete geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta (EÜT L 208, lk 1) (kohtuotsus 15.10.2003, OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 32).

34 Sellegipoolest tuleb välja tuua, et põhimõtteliselt ei keela määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 207 punkt c kaubamärgina registreerimast geograafilisi nimetusi, mis on huvigrupi jaoks tundmatud või vähemalt tundmatud geograafilise koha tähistajana, või nimetusi, mille puhul tulenevalt tähistatud koha iseloomust ei ole tõenäoline, et huvitatud isikud võiks arvata, et asjaomane kauba- või teenuseliik sellest kohast pärineb (vt selle kohta kohtuotsused 15.10.2003, OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 33 ja seal viidatud kohtupraktika, ja 15.1.2015, MONACO, T-197/13, EU:T:2015:16, punkt 49).

35 Tähise kirjeldavat iseloomu võib üksnes hinnata esiteks asjaomaste kaupade või teenustega seoses ja teiseks lähtuvalt sellest, kuidas asjaomane avalikkus sellest aru saab (kohtuotsus 15.10.2003, OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 34).

36 Ühest küljest tuleb seoses asjaomase avalikkusega märkida, et nõustuda tuleb apellatsioonikoja laiendatud koosseisu tõlgendusega, mis on esitatud vaidlustatud otsuse punktides 36–42. Esiteks on vaidlustatud kaubamärgi puhul tegemist sõnalise tähisega SUEDTIROL, mida võib mõista nii Itaalia kui ka liidu saksakeelne avalikkus. Sõna „suedtirol“ ja saksakeelne sõna „südtirol“, mida kasutatakse tähistamaks Lõuna-Tirooli provintsi, on võrdväärsed, kuid esimeses on diftong, mis tavaliselt asendab saksa tähestiku tähte „ü“. Teiseks on teatud vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenused, see tähendab ärijuhtimise ja ettevõttehalduse teenused, kontoriteenused, teaduslikud ja tehnoloogilised teenused, tööstuslikud analüüsid ja uurimused teenusena, arvutiriistvara ja -tarkvara projekteerimise ja arendusteenused mõeldud mis tahes majandussektori ettevõtjatele, kelle puhul on tegemist asjatundjatest tarbijatega. Sellega seoses tuleb rõhutada, et kuigi võib mõelda, et need teenused on suunatud ka üksikettevõtjatele, tuleb ka neid pidada kutseala asjatundjateks, seega kuuluvad nad asjatundjatest avalikkuse hulka. Seoses õigusteenustega (klass 42) ja kaupade pakendamise ja ladustusteenustega (klass 39) olgu märgitud, et need on mõeldud nii keskmisele tarbijale kui ka asjatundjatele. Kõige suurem osa asjaomasest avalikkusest koosneb niisiis eriliselt tähelepanelikust avalikkusest.

37 Sellega seoses on Üldkohus juba asunud seisukohale, et piisab sellest, et tähis on hõlmatud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktides b või c sätestatud keeluga või sellest kui sihtrühma mõne osaga on seotud registreerimisest keeldumise põhjus ning seega ei ole olnud vaja uurida, kas teised asjaomase avalikkuse hulka kuuluvad tarbijad tunnevad samuti kõnealust tähist (vt kohtuotsus 25.11.2015, bd breyton-design *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (RACE GTP), T-520/14, ei avaldata, EU:T:2015:884, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Seega leidis apellatsioonikoja laiendatud koosseis õigesti, et käesoleval juhul arvesse võetav asjaomane avalikkus koosneb Itaalia ja liidu saksakeelsest ning Itaalia itaaliakeelsest avalikkusest, kelle tähelepanelikkuse aste on üsna kõrge.

39 Teisest küljest tuleb lähtudes eespool punktides 26–35 esitatud kaalutlustest märkida, et kui hinnatakse vaidlustatud kaubamärgi kirjeldavust määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses, siis tuleb välja selgitada esiteks, kas asjaomane avalikkus mõistab ja tunneb geograafilist nimetust, millest taotletud kaubamärk koosneb, ja teiseks, kas see geograafiline nimetus on asjaomase avalikkuse silmis seotud taotluses nimetatud teenustega või võib mõistlikult eeldada, et selline seos tekib tulevikus.

40 Tuleb aga esiteks sedastada, et nagu apellatsioonikoja laiendatud koosseis vaidlustatud otsuse punktides 15–19 ja 43 ja 44 õigesti märkis, mõistab asjaomane avalikkus sõna „Suedtirol“, mis on võrdväärne saksakeelse sõnaga „Südtirol“, kui geograafilist tähist, mis viitab Lõuna-Tirooli provintsile, mida tunti juba kaua aega enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamist tänu selle ajaloole, geograafilisele asukohale, selle autonoomiale, selle erilisele keelekasutusele ja majanduslikule tähtsusele. Üldkohus jagab apellatsioonikoja laiendatud koosseisu seisukohta, et need asjaolud kujutavad endast üldtuntud fakti, mida võib teada igaüks või mida võib teada saada üldiselt kättesaadavatest allikatest (kohtuotsus 22.6.2004, Ruiz-Picasso jt *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, EU:T:2004:189, punkt 29), ja need asjaolud olid olemas juba ammu enne registreerimistaotluse esitamist

41 Teiseks tuleb märkida seoses tingimusega, mille kohaselt peab esinema seos geograafilise nimetuse ja sellega tähistatud teenuste vahel, et apellatsioonikoja laiendatud koosseis rõhutas eelkõige vaidlustatud otsuse punktis 19 õigesti, et Lõuna-Tirooli provintsi on juba kaua peetud üldiselt jõukaks dünaamilise majandusega piirkonnaks, nagu on mainitud eespool punktis 40. Üldkohus leiab samuti, et asjaolu, et Lõuna-Tirooli provints kui majanduslikult jõukas dünaamilise majandusega piirkond on üldtuntud. Pealegi on tõsi, et nagu apellatsioonikoja laiendatud koosseis vaidlustatud otsuse punktis 50 õigesti märkis, pakutakse selliseid teenuseid, mida tähistatakse vaidlustatud kaubamärgiga, kõigis teatud majandusliku tähtsusega piirkondades. Teisalt ei sea seda hinnangut käesoleval juhul kahtluse alla hageja üldine kriitika, mis lisaks ei ole ka põhjendatud.

42 On pealegi tõsi, et asjaomane avalikkus võib vaidlustatud kaubamärki tajuda viitena nende teenuste konkreetsele kvaliteedile, näiteks asjaolule, et need teenused vastavad selles provintsis tegutsevate ettevõtjate erilistele vajadustele, mida iseloomustab eriline poliitiline, halduslik ja keeleline kontekst (vaidlustatud otsuse punkt 51). Niisiis võib sellise geograafilise tähise kasutamine levitada huvitatud isikute hulgas positiivset ideed või kujundit nende teenuste erilisest kvaliteedist kohtupraktika tähenduses (vt selle kohta kohtuotsus 15.12.2011, Mövenpick *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (PASSIONATELY SWISS), T-377/09, ei avaldata, EU:T:2011:753, punktid 44 ja 45) ja võib esile kutsuda positiivseid tundeid eespool punktis 30 viidatud kohtupraktika tähenduses, kui seda tähist kasutatakse vaidlustatud kaubamärgiga hõlmatud teenuste turustamisega seoses.

43 Sellest tuleneb, et vaidlustatud kaubamärki tajub asjaomane avalikkus mitte üksnes viitena geograafilisele piirkonnale, mis äratab positiivseid tundeid, aga ka silmas pidades selle provintsi jõukust ja dünaamilist majandust viitena sellele, et sellega tähistatud teenused pärinevad sellest provintsist. Tuleb veel lisada, et menetlusse astuja on apellatsioonikoja laiendatud koosseisule tõendanud, et mitu selles provintsis asuvat ettevõtjat pakub tõepoolest samalaadi teenuseid kui vaidlustatud kaubamärgiga hõlmatud (vaidlustatud otsuse punkt 55) ja, et hageja ei ole suutnud seda asjaolu kahtluse alla seada. Seetõttu arvab asjaomane avalikkus juhul, kui selliseid teenuseid osutatakse vaidlustatud kaubamärgi all, et see kaubamärki tähistab nende päritolu.

44 Lisaks piisab selles osas, milles hageja sisuliselt väidab, et geograafiline nimetus ei saa kirjeldada asjaomaste teenuste omadusi, kui märkida, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c eesmärk on vältida, et mõni majandustegevuses osaleja monopoliseerib geograafilise nimetuse oma konkurentide arvel. Kuigi vastab tõele, et apellatsioonikoja laiendatud kooseis on põhimõtteliselt kohustatud hinnates, kas geograafiline tähis on selle konkurentsisuhete suhtes asjakohane, kontrollima päritolu ja taotletud kauba ja teenuste vahelist seost, enne kui ta võib keelduda kaubamärgi registreerimisest määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel, võib selle kohustuse rangus muutuda sõltuvalt eri teguritest, näiteks asjaomase geograafiline tähise maist või laadist. Nimelt on tõenäosus, et geograafiline tähis võib mõjutada konkurentsisuhteid, suur juhul, kui tegemist on ulatusliku piirkonnaga, mis on mainekas kõrge kvaliteediga kauba ja teenuste poolest, ja see tõenäosus on väike, kui tegemist on konkreetse kohaga, mille maine piirdub väheste kaupade või teenustega (selle kohta kohtuotsus 15.12.2011, PASSIONATELY SWISS, T377/09, ei avaldata, EU:T:2011:753, punkt 41).

45 Käesoleval juhul ei ole vaidlust küsimuses, et seda tõenäosust tuleb pidada suureks, kui võtta arvesse positiivseid tundeid, mida võib kõnealuste teenuste turustamisel tekitada viide Lõuna-Tiroolile. EUIPO kohustust hinnata vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenuste ja päritolu seost ei saa seega pidada väga rangeks.

46 Selles osas olgu märgitud, et kohtupraktikast tuleneb, et niisugustel asjaoludel nagu käesolevas asjas, kus geograafilist tähist juba tuntakse või kui sellel on maine, võib EUIPO piirduda sellise seose olemasolu tuvastamisega, selle asemel et läbi viia selle seose üksikasjalik hindamine (vt selle kohta kohtuotsus 15.12.2011, PASSIONATELY SWISS, T-377/09, ei avaldata, EU:T:2011:753, punkt 43).

47 Igal juhul olgu märgitud, et apellatsioonikoja laiendatud koosseis viis vaidlustatud otsuse punktides 51–56 läbi geograafilise tähise ja vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud iga teenusliigi seoste üksikasjaliku hindamise ning selle hindamise käigus ei tehtud vigu.

48 Nagu apellatsioonikoja laiendatud koosseis pealegi vaidlustatud otsuse punktis 49 õigesti märgib, ei ole vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenustel mingeid erilisi omadusi, mis võiksid asjaomasele avalikkusele jätta mulje, et asjaomane geograafiline tähis nende teenustega ei seostu. Seega tuleb eespool punktis 34 viidatud kohtupraktikast lähtudes asuda seisukohale, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktiga c oli vastuolus sellise geograafilise tähise registreerimine, mida huvitatud isikud tunnevad geograafilise piirkonna tähistajana, kuna on tõenäoline, et neile huvitatud isikutele võib jääda mulje, et need teenused pärinevad sellest piirkonnast (vt vaidlustatud otsuse punkt 57).

49 Kõike eeltoodut arvesse võttes tuleb asuda seisukohale, et vaidlustatud kaubamärk registreeriti vastuolus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktiga c.

50 Seda järeldust ei lükka ümber hageja esitatud erinevad argumendid.

51 Esiteks on hageja vaidlustanud teenuste osutamise koha või ettevõtja asukoha päritolukriteeriumina arvessevõtmise asjakohasuse. Selles osas piisab märkimisest, et vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud teenuste liikide puhul on kohanime kasutamine tavaline ja seda mõistetakse kui viidet kõnealust teenust osutava äriühingu asukohale ja seega kohale, kust neid teenuseid põhimõtteliselt osutatakse. Selle geograafilise tähise muud võimalikud tähendused ei oma tähtsust, kuna kohtupraktika kohaselt piisab, kui kas või üks kõnealuse märgi võimalikest tähendustest tähistab asjaomase kauba või teenuse omadust (vt analoogia alusel kohtuotsus 7.6.2005, MunichFinancialServices, T-316/03, EU:T:2005:201, punkt 33).

52 Teiseks väidab hageja, et määruse nr 207/2009 artikli 12 punktist b piisab, et säiliks geograafiliste tähiste kättesaadavuse kaubandustegevuses, kuna see takistab kaubamärgi omanikul keelata kolmandatel isikutel nende tähiste kasutamist nende nimes või ärinimes või kaubanduslikus teabes.

53 Määruse nr 207/2009 artikli 12 punkti b kohaselt ei anna Euroopa Liidu „kaubamärk selle omanikule õigust takistada kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus […] tähiseid, mis näitavad sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi“.

54 Selle sätte eesmärk on küll koosmõjus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktiga c eelkõige kaubamärkide puhul, mis ei kuulu selle sätte kohaldamisalasse, sest need ei ole üksnes kirjeldavad, võimaldada muu hulgas seda, et geograafiline tähis, mis lisaks on kombineeritud kaubamärgi üheks elemendiks, ei läheks keelu alla, mida võib nõuda sellise kaubamärgi omanik selle määruse artikli 9 alusel, kui sellise tähise kasutamine toimub hea tööstus- ja äritava kohaselt (vt kohtuotsus 15.10.2003, OLDENBURGER, T-295/01, EU:T:2003:267, punkt 55 ja seal viidatud kohtupraktika).

55 Samas tuleb märkida, et käesoleva juhtumiga analoogsetel asjaoludel on Euroopa Kohus otsesõnu sedastanud, et eespool punktis 30 viidatud kohtupraktikast tulenev põhimõte, mis käsitleb määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c aluseks olevat üldist huvi ja mida näitab ka selle määruse artikli 66 lõikega 2 antud võimalus, et erandina kõnealuse artikli 7 lõike 1 punktist c võivad tähised ja märgid, mis võivad tähistada geograafilist päritolu, olla ühenduse kollektiivkaubamärgid, ei ole vastuolus selle määruse artikli 12 punktiga b, mis ei mõjuta pealegi olulisel määral esimesena nimetatud sätte tõlgendamist. Nimelt ei anna määruse nr 207/2009 artikli 12 punkt b, mille eesmärk on muu hulgas reguleerida küsimusi, mis tekivad, kui registreeritud on kombineeritud kaubamärk, mis koosneb tervikuna või osaliselt geograafilisest nimetusest, kolmandatele isikutele õigust sellist nimetust kasutada kaubamärgina, vaid piirdub selle tagamisega, et need isikud võivad seda kasutada kirjeldavalt, see tähendab tähistamaks geograafilist päritolu, tingimusel et neid kasutatakse hea tööstus- ja äritava kohaselt (vt selle kohta analoogia alusel kohtuotsus 4.5.1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punktid 26–28).

56 Sellest tuleb järeldada, et vastupidi hageja väidetele ei ole huvi säilitada geograafiliste tähiste kättesaadavus piisavalt kaitstud määruse nr 207/2009 artikli 12 punktis b sätestatuga. Seega tuleb hageja väide tagasi lükata.

57 Eelnevat arvestades tuleb teine väide tagasi lükata.

58 Seega tuleb hagi tervikuna jätta rahuldamata.

Kohtukulud

59 Kodukorra artikli 134 lõike 1 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud.

60 Kuna kohtuvaidluse on kaotanud hageja, tuleb kohtukulud vastavalt EUIPO ja menetlusse astuja nõuetele välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (neljas koda)

otsustab:

1. Jätta hagi rahuldamata.

2. Mõista kohtukulud välja Internet Consulting GmbH-lt.

Prek Labucka Kreuschitz

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 20. juulil 2016 Luxembourgis.

Allkirjad