ÜLDKOHTU OTSUS (neljas koda)

7. aprill 2011 *

Kohtuasjas T-84/08,

Intesa Sanpaolo SpA, asukoht Torino (Itaalia), esindajad: advokaadid A. Perani ja P. Pozzi,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: D. Botis,

kostja,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

teine menetluspool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikojas, menetlusse astuja Üldkohtus

MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG, asukoht Düsseldorf (Saksamaa), esindajad: advokaadid R. Kaase, J.-C. Plate ja M. Berger,

mille ese on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti neljanda apellatsioonikoja 19. detsembri 2007. aasta otsuse peale (asi R 138/2006-4), mis käsitleb MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG ja Intesa Sanpaolo SpA vahelist vastulausemenetlust,

ÜLDKOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja esimees O. Czúcz, kohtunikud I. Labucka ja K. O'Higgins (ettekandja),

kohtusekretär: ametnik N. Rosner,

arvestades 18. veebruaril 2008 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 9. juunil 2008 Üldkohtu kantseleisse saabunud Siseturu Ühtlustamise Ameti vastust,

arvestades 30. mail 2008 Üldkohtu kantseleisse saabunud menetlusse astuja seisukohti,

arvestades 21. septembril 2010 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja Intesa Sanpaolo SpA esitas 21. märtsil 2003 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) (asendatud nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusega (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1)) alusel ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, oli sõnamärk COMIT.

3 Kaubad ja teenused, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 16, 35, 36, 41 ja 42 ning vastavad nendes klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 16: „paber, papp (kartong) ja nendest valmistatud tooted, mis ei kuulu teistesse klassidesse; graafilised lehed; köitematerjal; fotod; kirjatarbed; majapidamis- ja kantseleiliimid (kleebid); kunstnikutarbed; pintslid; kirjutusmasinad ja kantseleitarbed (v.a mööbel); õppematerjalid ja näitvahendid (v.a aparaadid); plastist pakkematerjal, mis ei kuulu teistesse klassidesse; trükitüübid; klišeed”;

– klass 35: „reklaam; ärijuhtimine; kontoriteenused”;

– klass 36: „kindlustus; rahalised, finants- ja kinnisvaratehingud”;

– klass 41: „haridus; väljaõpe; meelelahutus; spordi- ja meelelahutusalane tegevus”;

– klass 42: „teaduslikud ja tehnoloogilised uurimused ja projekteerimine teenusena; tööstuslikud analüüsid ja uurimused teenusena; õigusteenused”.

4 Kaubamärgitaotlus avaldati 3. novembri 2003. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 80/2003.

5 Menetlusse astuja õiguseellane MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG esitas 29. jaanuaril 2004 vastulause taotletava kaubamärgi registreerimisele, viidates segiajamise tõenäosusele määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b (nüüd määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkt b) tähenduses.

6 Vastulause põhines varasemal Saksa kujutismärgil, mis on registreeritud numbri 39920459 all, ja on kujutatud järgmiselt:



7 Varasema kaubamärgiga hõlmatud kaubad kuuluvad klassidesse 9, 16, 35, 36, 41 ja 42 ning vastavad nendes klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 9: „heli või kujutise salvestus-, edastus- ja taasestusaparatuur; magnetandmekandjad, heliplaadid";

– klass 16: „paber, papp (kartong) ja nendest materjalidest valmistatud tooted (mis kuuluvad klassi 16); trükitooted; köitematerjal; fotod; kirjatarbed; majapidamis- ja kantseleiliimid (kleebid); kunstnikutarbed; pintslid; kirjutusmasinad ja kantseleitarbed (v.a mööbel); õppematerjalid ja näitvahendid (v.a aparaadid); plastist pakkematerjal (mis kuulub klassi 16); mängukaardid; trükimasina tähed; klišeed”;

– klass 35: „reklaam; ettevõttehaldus; kontoriteenused”;

– klass 36: „kindlustusteenused; finantsteenused, sularahatehingud ja kinnisvarateenused”;

– klass 41: „haridus; väljaõpe; meelelahutus; spordi- ja kultuurialane tegevus”;

– klass 42: „tehnoprojektide ja ehitiste planeerimine; ehituskonsultatsioonid; teenused kõikides sektorites (va. tööriistad ja tööpingid)”;

8 Vastulausete osakonna 12. jaanuari 2006. aasta otsusega rahuldati vastulause osaliselt. Vastulausete osakond lükkas tagasi ühenduse kaubamärgi taotluse klassi 16 kuuluvate kaupade osas, kuna Saksamaa territooriumil võidaks need kaubamärgid omavahel segi ajada.

9 Menetlusse astuja esitas 20. jaanuaril 2006 kaebuse vastulausete osakonna otsuse peale, kuna selle otsusega jäeti rahuldamata tema vastulause klassidesse 35, 36, 41 ja 42 kuuluvate teenuste osas. Hageja nõudis kaebuse kohta esitatud märkuses otsuse muutmist osas, milles sellega rahuldatakse vastulause klassi 16 kuuluvate kaupade osas.

10 Ühtlustamisameti neljas apellatsioonikoda leidis 19. detsembri 2007. aasta otsuses (edaspidi „vaidlustatud otsus"), et kaebus on põhjendatud ja lükkas ühenduse kaubamärgi registreerimistaotluse tagasi kõikide taotluses nimetatud teenuste osas. Apellatsioonikoja arvates olid võrreldud teenused identsed. Ta asus seisukohale, et vastulausete osakond alahindas mõlema käsitletud tähise foneetilise sarnasuse taset. Apellatsioonikoja arvates on vastandatud tähiste visuaalne ja eriti foneetiline sarnasus nii suur, et tarbijad võivad arvata, et taotletud kaubamärgi all osutatavate teenuste kaubanduslik päritolu on sama kui varasema kaubamärgiga kaitstud identsetel teenustel. Apellatsioonikoda märkis, et asjaomane avalikkus pöörab tähelepanu eelkõige sõna algusele, mis on neil mõlemal tähisel ühesugune. Apellatsioonikoda tunnistas vastuvõetamatuks hageja taotluse vastulausete osakonna otsuse muutmiseks, põhjusel et taotluse puhul on tegu kaebusega, mis erineb käesoleval juhul menetlusse astuja esitatud kaebusest, mis ei ole kooskõlas määrusega nr 40/94.

Poolte nõuded

11 Hagiavalduses palub hageja Üldkohtul:

– muuta vaidlustatud otsus;

– kinnitada vastulausete osakonna otsus osas, millega lubati taotletava kaubamärgi registreerimist klassidesse 35, 36, 41 ja 42 kuuluvate teenuste jaoks;

– muuta vaidlustatud otsus osas, millega jäeti taotletav kaubamärk klassi 16 kuuluvate kaupade jaoks registreerimata;

– lubada taotletava kaubamärgi registreerimist kõigi klassidesse 16, 35, 36, 41 ja 42 kuuluvate kaupade ja teenuste jaoks;

– mõista käesoleva menetluse kohtukulud ning vastulausete osakonnas ja apellatsioonikojas toimunud menetluses kantud kulud välja ühtlustamisametilt.

12 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:

– jätta hagi rahuldamata;

– teise võimalusena, juhul kui esimese väitega nõustutakse, muuta vaidlustatud otsus osas, mis käsitleb „alternatiivse kaebuse" vastuvõetavust;

– määrata mõlema võimaluse või teise võimaluse puhul, et ühtlustamisamet kannab üksnes oma kulud vastavalt Üldkohtu kodukorra artikli 136 lõikele 1.

13 Menetlusse astuja palub Üldkohtul jätta hagi rahuldamata.

14 Kohtuistungil teatas hageja, et ta nõuab üksnes vaidlustatud otsuse tühistamist ja Üldkohtu menetluses ning ühtlustamisameti apellatsioonikoja menetluses kantud kulude väljamõistmist ühtlustamisametilt. Üldkohus kandis eelnimetatu kohtuistungi protokolli.

Õiguslik käsitlus

15 Hageja esitab oma hagi põhjenduseks kaks väidet, millest esimeses viidatakse komisjoni 5. veebruari 1996. aasta määruse (EÜ) nr 216/96, mis näeb ette siseturu harmoneerimisameti apellatsioonikomisjonide protseduurireeglid (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (EÜT L 28, lk 11; ELT eriväljaanne 17/01, lk 221) (muudetud kujul) artikli 8 lõike 3 rikkumisele, ja teises määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisele.

Esimene väide, mis käsitleb määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 rikkumist

16 Apellatsioonikoja menetluses heitis hageja kaebuse kohta esitatud märkustes ette, et apellatsioonikoda muutis vastulausete osakonna otsust klassi 16 kuuluvate kaupade osas. Hageja leidis, et apellatsioonikojal ei olnud õigust keelduda „alternatiivse kaebuse" hindamisest ning ta rikkus sellega määruse nr 216/96 artikli 8 lõiget 3.

17 Hageja arvates võib vastustaja nimetatud sätte alusel esitada apellatsioonikojas „alternatiivse kaebuse". Mitu ühtlustamisameti apellatsioonikoda on eelnimetatud sätte alusel seda õigust tunnustanud. Kohtuistungil täpsustas hageja, et tal on õigus asja läbivaatamisele kahe ühtlustamisameti instantsi poolt ja apellatsioonikoda rikkus nimetatud õigust, kui ta keeldus „alternatiivse kaebuse" läbivaatamisest.

18 Ühtlustamisameti arvates jäävad apellatsioonikoja põhjendused määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 kohaldamise kohta segaseks. Ühtlustamisameti arvates soovis apellatsioonikoda näidata, et selline „alternatiivne kaebus" nagu käesoleval juhul on vastuvõetav ainult siis, kui see puudutab fakti- või õigusküsimust, mis on juba esitatud põhimenetluses, või et selline kaebus ei ole vastuvõetav, kui selles viidatud küsimused ei ole seotud põhimenetlusega ja kui vastustaja oleks võinud apellatsioonikojas esitada nendes küsimustes eraldi kaebuse.

19 Ühtlustamisamet märgib, et kõnealust sätet tuleb tõlgendada laialt, ilma selliste piiranguteta, nagu apellatsioonikoda käesoleval juhul tegi. Niisiis on hageja etteheited põhjendatud. See ei tähenda siiski, et vaidlustatud otsus tuleb tühistada, kuna selle põhjendused käsitlevad ka „alternatiivses kaebuses" nimetatud kaupu.

20 Menetlusse astuja märkis oma seisukohtades, et kuigi määruse nr 216/96 artikli 8 lõige 3 võimaldab „alternatiivse kaebuse" esitamist, ei muuda segaajamise tõenäosuse olemasolu kohta antud hinnangut asjaolu, et ühtlustamisameti neljas apellatsioonikoda seda kaebust ei hinnanud.

21 Kõigepealt tuleb märkida, et kohtuistungil menetlusse astuja esitatud väide, et määruse nr 216/96 artikli 8 lõige 3 ei luba hagejal esitada apellatsioonikojas mingeid täiendavaid nõudeid, on vastuvõetamatu, kuna see ei ole menetlusse astuja seisukohtades esitatud väidete ja argumentidega seostatav (vt selle kohta Euroopa Kohtu määrus kohtuasjas C-481/08 P: Alcon *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet ja *Acri.Tec, kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punkt 17).

22 Määruse nr 216/96 artikli 8 lõige 3 sätestab:

„*Inter partes* menetlustes võib vastaspool oma vastuses kaebuse põhjendustele taotleda vaidlustatava otsuse tühistamist või muutmist küsimuses, mida kaebuses ei olnud tõstatatud. Kaebusest loobumise korral muutub vastaspoole vastav taotlus tühiseks."

23 Selle sätte sõnastusest ilmneb, et apellatsioonikoja menetluses võib vastustaja oma seisukohtade esitamisel kasutada vaidlusaluse otsuse vaidlustamise õigust. Seega on vastustajal ainuüksi tulenevalt oma vastaspoole staatusest õigus vaidlustada vastulausete osakonna otsuse kehtivus, nagu hageja õigesti on märkinud. Pealegi ei piira määruse nr 216/96 artikli 8 lõige 3 seda õigust ainult väidetega, mis on juba kaebuses esitatud. Tegelikult näeb see säte ette, et nõuded puudutavad küsimust, mida kaebuses ei olnud tõstatatud. Pealegi ei viita see säte üldse asjaolule, et vastustaja oleks pidanud ise esitama kaebuse vaidlusaluse otsuse peale. Neid mõlemaid õiguskaitsevahendeid on võimalik kasutada otsuse vastu, millega rahuldatakse vastulause ja lükatakse tagasi ühenduse kaubamärgi registreerimistaotlus.

24 Võttes arvesse eeltoodut, oli hagejal käesoleval juhul määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 alusel õigus vaidlustada kaubamärgi registreerimisest keeldumine klassi 16 kuuluvate kaupade jaoks ja apellatsioonikoda eksis, kui ta jättis selle nõude vastuvõetamatuse tõttu rahuldamata.

25 Seega tuleb nõustuda esimese väitega, mis puudutab määruse nr 216/96 artikli 8 lõike 3 rikkumist.

Teine väide, mis käsitleb määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist

26 Hageja vaidleb vastu sellele, et vastandatud kaubamärkide vahel esineb sarnasus, ja leiab, et puudub igasugune tõenäosus, et asjaomased teenused võidakse segi ajada, ning et seega apellatsioonikoda eksis, kui ta tühistas selles osas vastulausete osakonna otsuse. Hageja väidab, et:

– varasem kaubamärk sisaldab kujutavaid elemente ja värve, mis eristavad seda sõnalisest tähisest COMIT;

– mõlemad tähised on erinevad ka foneetilisest küljest, sest Saksa tarbijad hääldavad nende sõnade lõppu erinevalt seetõttu, et teised täishäälikud („e” ja „i”) erinevad üksteisest;

– mõlemad tähised on kontseptuaalselt erinevad; taotletud kaubamärk COMIT on väljamõeldud sõna, mis osutab itaaliakeelsetele sõnadele „commerciale" ja „italiana", samas kui varasem kaubamärk Comet, mis tähendab inglise keeles komeeti, meenutab saksakeelset sõna „Komet", millel on sama tähendus;

– nende erinevuste tõttu on need kaks tähist täiesti erinevad; puudub tõenäosus, et avalikkus ajaks segi klassi 16 kuuluvad kaubad või klassidesse 35, 36, 41 ja 42 kuuluvad teenused, sest eeldatakse, et keskmine tarbija on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas.

27 Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja vaidlevad hageja argumentidele vastu.

28 Määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada. Segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et kaubamärki seostatakse varasema kaubamärgiga.

29 Lisaks tähendab määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkti a alapunkti ii (nüüd määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 8 lõike 2 punkt a alapunkt ii) kohaselt varasem kaubamärk liikmesriikides registreeritud kaubamärke, mille registreerimise taotluse kuupäev on varasem ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse kuupäevast.

30 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on segiajamine tõenäoline, kui avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad ja teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Samast kohtupraktikast tuleneb, et segiajamise tõenäosust tuleb hinnata igakülgselt, vastavalt sellele, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ning kaupu või teenuseid tajub, ning pidades silmas kõiki antud juhtumit iseloomustavaid asjaolusid, eelkõige tähiste sarnasuse ning nendega tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust (vt Üldkohtu 9. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-162/01: Laboratorios RTB *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet - Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), EKL 2003, lk II-2821, punktid 30–33 ja seal viidatud kohtupraktika).

31 Määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b seisukohast eeldab segiajamise tõenäosus samal ajal nii vastandatud kaubamärkide identsust või sarnasust kui ka tähistatud kaupade või teenuste identsust või sarnasust. Tegemist on kumulatiivsete tingimustega (vt Üldkohtu 22. jaanuari 2009. aasta otsus kohtuasjas T-316/07: Commercy *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet - easyGroup IP Licensing (easyHotel), EKL 2009, lk II-43, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

32 Kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosuse igakülgse hindamise raames arvestada asjaomase kaubaliigi keskmise tarbijaga, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Samuti tuleb arvestada asjaoluga, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse tase võib vastavalt kõnealusele kauba- või teenuseliigile erineda (vt Üldkohtu 13. veebruari 2007. aasta otsus kohtuasjas T-256/04: Mundipharma *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet - Altana Pharma (RESPICUR), EKL 2007, lk II-449, punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Lähtudes käesolevas asjas asjaolust, et kõnealuste teenuste puhul on tegemist üldsusele pakutavate teenustega ja et varasem kaubamärk on registreeritud Saksamaal, siis

tuleb asjaomaseks avalikkuseks pidada keskmist Saksa tarbijat. Eeldatakse, et keskmine tarbija on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas (Euroopa Kohtu 22. juuni 1999. aasta otsus kohtuasjas C-342/97: Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, lk I-3819, punkt 26).

34 Vaidlustatud otsuse kohaselt on klassidesse 35, 36, 41 ja 42 kuuluvad teenused identsed. Tuleb märkida, et pooled ei ole seda järeldust vaidlustanud.

Tähiste võrdlus

35 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine vastandatud tähiste visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse osas rajanema neist jääval tervikmuljel, võttes eelkõige arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi. Segiajamise tõenäosuse igakülgsel hindamisel on otsustav roll sellel, kuidas selle kauba- või teenuseliigi keskmine tarbija kaubamärke tajub. Selles osas tuleb märkida, et keskmine tarbija tajub tavaliselt kaubamärki kui tervikut ega uuri selle eri detaile (vt Euroopa Kohtu 12. juuni 2007. aasta otsus kohtuasjas C-334/05 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs*. Shaker, EKL 2007, lk I-4529, punkt 35 ja seal viidatud kohtupraktika).

36 Esiteks, mis puudutab visuaalset võrdlemist, siis märkis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 15 õigesti, et kõne all olevad tähised on sarnased.

37 Selles osas tuleb ka meenutada, et miski ei takista kontrollida sõna- ja kujutismärgi visuaalset sarnasust, kui neil kaubamärgiliikidel on visuaalselt tajutav graafiline kujutis (vt Üldkohtu 4. mai 2005. aasta otsus kohtuasjas T-359/02: Chum *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet - Star TV (STAR TV), EKL 2005, lk II-1515, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Tuleb märkida, et käsitletava kahe tähise visuaalsed erinevused on väikesed. Taotletud sõnamärk on sõna „comit". Varasem kujutismärk on sõna „comet", mis on trükitud pakus punases kirjas ning on alla joonitud punase ja rohelisega. Tähiste viiest tähest neli on identsed. Ainus erinevus kahe sõna vahel on eelviimane täht, vastavalt „i" ja „e". Erinevalt sellest, mida väidab hageja, on kahe tähise kujutiste erinevus väike ega muuda sarnast muljet, mis jääb nendest kahest peaaegu identsest sõnast, mis moodustavad kõnealused tähised ja domineerivad nendes tähistes.

39 Teiseks, mis puudutab foneetilist võrdlemist, siis tuleb märkida, nagu tõdes apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 15, et kõnealused tähised on ka foneetiliselt sarnased. Tegelikult on esimene silp „com", mida märgatakse ja mõistetakse esimesena, mõlema tähise alguses ühesugune. Lisaks sisaldavad tähiste teised silbid, vastavalt „it" ja „et", lühikest täishäälikut ja mõlemad lõppevad „t" tähega.

40 Seega tuleb sedastada, et kõnealused tähised on visuaalselt ja foneetiliselt sarnased.

41 Kolmandaks leidis apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 15 kontseptuaalse võrdlemise käigus, et tähiste vahel esineb erinevus, mis seisneb asjaolus, et osa Saksa

avalikkusest peab varasemat kaubamärki inglisekeelseks sõnaks, millele vastab saksa sõna „Komet" (mis tähendab komeeti), kuid see erinevus ei ole piisavalt ilmne ega oluline, et see kaaluks üles tugeva visuaalse ja foneetilise sarnasuse kahe tähise vahel.

42 Tuleb märkida, et käsitletavad kaubamärgid on kontseptuaalselt erinevad. Tegelikult toob varasema kaubamärgi seos sõnaga „komeet" endaga kaasa teatud erinevuse. Taotletud kaubamärgi puhul, nagu märkis ka ühtlustamisamet, kujutab sõna „comit" Saksa avalikkuse jaoks väljamõeldud sõna, millel ei ole seega mingit tähendust. Sellegipoolest tuleb arvestada asjaoluga, et mõlemas tähises esinev eesliide „com" tähistab „äri" või „kommertslikkust", mis on ärielus väga levinud lühend, nagu hageja kohtuistungil märkis. Kuna tähiste algustel on ühesugune tähendus, siis ei ole kõnealune kontseptuaalne erinevus niivõrd oluline, et sellest piisaks visuaalsete ja foneetiliste sarnasuste neutraliseerimiseks.

43 Neil asjaoludel tuleb tõdeda, et käsitletavad kaubamärgid on igakülgselt hinnatuna sarnased. Järelikult tuleb sedastada, et apellatsioonikoda märkis vaidlustatud otsuse punktis 16 õigesti, et asjaomastest kaubamärkidest jääb sarnane üldmulje.

Segiajamise tõenäosus

44 Segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine eeldab arvestamist asjaomaste teguri-te teatud vastastikuse sõltuvusega, eriti asjaomaste kaubamärkide ning nendega tähistatavate kaupade ja teenuste sarnasusega. Nii võib tähistatavate kaupade või teenuste vähese sarnasuse kompenseerida kaubamärkide suur sarnasus ning vastupidi

(Euroopa Kohtu 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, punkt 17, ja Üldkohtu 14. detsembri 2006. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-81/03, T-82/03 ja T-103/03: Mast-Jägermeister *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet – Licorera Zacapaneca (VENADO raamiga jm), EKL 2006, lk II-5409, punkt 74).

45 Käesoleval juhul, kus nii asjaomased teenused kui ka tähised on sarnased, leidis apellatsioonikoda õigesti, et asjaomane avalikkus võib need segi ajada.

46 Käsitletavate tähiste tugeva sarnasuse tõttu ning eriti nende visuaalse ja foneetilise sarnasuse tõttu ja kuna kõnealused teenused on identsed, on tõenäoline, et avalikkus võib need kaubamärgid omavahel segi ajada, sest tarbijal on harva võimalik erinevaid kaubamärke otseselt võrrelda, vaid ta peab usaldama neist jäänud ebatäiuslikku mälupilti (vt eespool viidatud kohtuotsus Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 26).

47 Kõigist eeltoodud kaalutlustest järeldub, et olenemata teatud kontseptuaalsest erinevusest ja Saksa keskmise tarbija tähelepanelikkuse astmest, ei rikkunud apellatsioonikoda käesoleva asja asjaoludel määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b, kui ta järeldas, et on tõenäoline, et avalikkus võib arvata, et kõnealused teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

48 Niisiis tuleb teine väide põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

49 Eeltoodust tulenevalt tuleb vaidlustatud otsus tühistada osas, millega apellatsioonikoda lükkas tagasi hageja taotluse klassi 16 kuuluvate kaupade osas.

Kohtukulud

50 Vastavalt kodukorra artikli 87 lõikele 3 võib Üldkohus juhul, kui osa nõudeid rahuldatakse ühe poole, osa teise poole kasuks või kui tegemist on eriliste põhjustega, otsustada kulude jaotuse või jätta kummagi poole kohtukulud tema enda kanda. Käesoleval juhul on hageja nõuded osaliselt rahuldatud.

51 Kodukorra artikli 87 lõike 4 teise lõigu alusel võib Üldkohus otsustada, et menetlusse astuja kannab ise oma kohtukulud.

52 Sellega seoses tuleb meenutada, et vastavalt kodukorra artikli 136 lõikele 2 käsitletakse apellatsioonikoja menetluses poolte kantud vältimatuid kulusid hüvitatavate kuludena.

53 Kõnealustest asjaoludest lähtudes tuleb otsustada, et ühtlustamisamet kannab ise oma kohtukulud, ning temalt tuleb välja mõista pool hageja kohtukuludest, sealhulgas ka apellatsioonikoja menetlusega kaasnenud kulud.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (neljas koda)

otsustab:

1. **Tühistada Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) neljanda apellatsioonikoja 19. detsembri 2007. aasta otsus (asi R 138/2006-4) osas, millega lükati tagasi Intesa Sanpaolo SpA taotlus klassi 16 kuuluvate kaupade osas.**

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

3. **Jätta Siseturu Ühtlustamise Ameti kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja pool Intesa Sanpaolo kohtukuludest.**

4. **Jätta MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG kohtukulud tema enda kanda.**

Czúcz Labucka O'Higgins

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 7. aprillil 2011 Luxembourgis.

Allkirjad