ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (teine koda)

8. juuli 2004 *

Kohtuasjas T-270/02,

MLP Finanzdienstleistungen AG, asukoht Heidelberg (Saksamaa), esindaja: advokaat W. Göpfert,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: G. Schneider,

kostja,

mille esemeks on kaebus Siseturu Ühtlustamise Ameti kolmanda apellatsioonikoja 26. juuni 2002. aasta otsuse (asi R 206/2002-3) peale, millega lükati tagasi sõnamärgi „bestpartner" registreerimine,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

EUROOPA ÜHENDUSTE ESIMESE ASTME KOHUS
(teine koda),

koosseisus: koja esimees J. Pirrung, kohtunikud A. W. H. Meij ja N. J. Forwood,
kohtusekretär: ametnik D. Christensen,

arvestades hagiavaldust, mis saabus Esimese Astme Kohtu kantseleisse 28. augustil 2002,

arvestades kostja vastust, mis saabus Esimese Astme Kohtu kantseleisse 19. detsembril 2002,

arvestades 16. detsembri 2003. aasta menetlust korraldavaid meetmeid,

3. veebruari 2004. aasta kohtuistungi järel,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

1 20. juunil 2001 esitas hageja nõukogu 20. detsembri 1993. aasta muudetud määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1) alusel Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") ühenduse kaubamärgitaotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnamärk „bestpartner".

3 Teenused, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (läbi vaadatud ja muudetud) klassidesse 36, 38 ja 42 ning vastavad järgmisele kirjeldusele:

— klassi 36 kuuluvad „kindlustus, kindlustuskonsultatsioonid; kindlustusvahendus; finantsteenused, finantskonsultatsioonid; konsultatsioonid hoiustamise ja kapitalimahutuste kohta, investeerimiskonsultatsioonid; finantsanalüüsid, kapitalipaigutuste vahendamine, eriti investeerimisfondidesse; kapitalimahutused; varahaldus kolmandatele osapooltele; konsultatsioonid kinnisvara soetamise kohta; kinnisvara planeerimine kolmandatele osapooltele";

— klassi 38 kuuluvad „internetiteenused, nimelt Interneti teel andmete tootmine, töötlemine ja pakkumine";

— klassi 42 kuuluvad „andmete töötlemine kolmandate osapooltele; tekstitöötlus-, andmetöötlus- ja protsessi kontrolli programmide väljaarendamine, loomine, parendamine ja kaasajastamine; arvutialased ja andmetöötlusprogrammide alased tehnilised ja kasutamisnõuanded; internetiteenuste pakkuja teenused, nimelt programmeerimine Interneti erinevate sektorite spetsiifiliste probleemide lahendamiseks, koduleheküIgede loomine ja lahendused, nimelt internetiühenduse ja modemite pakkumine, ülalpidamine ja hooldus."

4 2. jaanuari 2002. aasta otsusega lükkas kontrollija registreerimistaotluse määruse nr 40/94 artikli 38 alusel tagasi, toetudes nimetatud määruse artikli 7 lõike 1 punktidele b ja c ning artikli 7 lõikele 2, põhjendusega, et taotletud kaubamärk on igapäevane väljend, mida mõistetakse kui kirjeldavat reklaamlauset ja millel puudub eristusvõime vähemalt Euroopa Liidu ingliskeelses osas. 27. veebruaril 2002 esitas taotleja määruse nr 40/94 artikli 59 alusel ühtlustamisametile kaebuse kontrollija otsuse peale.

5 26. juuni 2002. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus") ei rahuldanud kolmas apellatsioonikoda kaebust põhjendusega, et taotletud kaubamärgil ühelt poolt puudub täielikult eristusvõime ja teiselt poolt koosneb see ainult kirjeldavatest elementidest.

Poolte nõuded

6 Hageja palub Esimese Astme Kohtul:

— tühistada vaidlustatud otsus;

— mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

7 Ühtlustamisamet palub Esimese Astme Kohtul:

— jätta kaebus rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

Poolte argumendid

8 Esiteks toetub hageja määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumisele, kuna apellatsioonikoda ei ole tunnistanud taotletud kaubamärgi eristusvõimet, ning teiseks nimetatud direktiivi artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumisele, sest apellatsioonikoda on ebaõigesti kohaldanud tingimust, mis on seotud vaba kasutamise vajadusega.

9 Hageja väidab, et mõlemast mõistest „best" ja „partner" võib mitut moodi aru saada. Nende mõistete kombinatsioonist tulenev sõna „bestpartner" ei oma ühest tähendust ning lubab asjaomasel avalikkusel, mis koosneb küll keskmistest tarbijatest, kuid tundlikus kindlustus- ja finantsteenuste valdkonnas eriti informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikest isikutest, eristada hageja poolt pakutud tooteid. Hageja rõhutab, et sõna „bestparner" on uudiskeelend, mis sõnaraamatutes eraldi sõnana ei esine ning mida tuleb seda moodustavatest elementidest lahus käsitleda.

10 Hageja arvates tuleneb nendest asjaoludest, et tähis, mille registreerimist ta finants-, kindlustus- ja Internetis andmetöötlusega seotud teenustele taotles, ei ole neid teenuseid kirjeldav tähis. Seega puudub vaba kasutamise vajadus, mis seda registreerimist takistaks. Selles osas toob hageja välja Esimese Astme Kohtu 31. jaanuari 2001. aasta otsuse kohtuasjas T-135/99: Taurus-Film *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Cine Action) (EKL 2001, lk II-379, punkt 29) ning leiab, et

tähisel ei ole teenuste suhtes kirjeldavat iseloomu, kui tähise ja teenuste vaheline seos on liiga ebaselge ning ebamäärane. Hageja väidab, et ainult tähised, mis on selgelt ning ühemõtteliselt otseselt kirjeldavad, peavad määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt vabaks kasutamiseks jääma. Käesoleval juhul peaks tähist „bestpartner" pidama reklaamlauseks.

11 Mis puudutab vaidlustatud otsuse punktis 4 mainitud Interneti-otsingu tulemusi, siis hageja väidab, et vaidlusaluse väljendi sagedane kasutamine äritegevuses ei ole määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel piisav põhjus kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks. Hageja toob vaidlusaluse tähise kasutamise näidetena välja domeeninimed Internetis ning leiab, et selle tähise kasutamine äritegevuses osutab selle sobivusele, näitamaks, et teenused pärinevad teatud ettevõttelt.

12 Lisaks tuleneb samadest asjaoludest, et tähisel „bestpartner" on kohtupraktikast tulenevalt vajalik minimaalne eritusvõime (Esimese Astme Kohtu 27. veebruari 2002. aasta otsus kohtuasjas T-34/00: Eurocool Logistik *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (EUROCOOL), EKL 2002, lk II-683, punkt 39). Hageja rõhutab selles osas, et eristusvõimet ei saa lugeda puuduvaks ainult sellepärast, et asjaomasel tähisel puudub fantaasia-, ebatavalisuse või tähelepanu äratav element (Esimese Astme Kohtu 5. aprilli 2001. aasta otsus kohtuasjas T-87/00: Bank für Arbeit und Wirtschaft *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (EASYBANK), EKL 2001, lk II-1259, punkt 39).

13 Muuhulgas näitab asjaolu, et ühtlustamisametis on sarnaseid kaubamärke, näiteks „bestpartner classic" ja „bestpartner topinvest", juba registreeritud ning seda on tehtud ka liikmesriikides, et taotletud kaubamärki võib samuti kaubamärgina registreerida.

14 Lõpuks viitab hageja ühtlustamisametile esitatud argumentidele ning väidab, et need on tema hagiavalduse lahutamatu osa.

15 Ühtlustamisamet vaidlustab kõik hageja poolt esitatud väited ja argumendid. Ühtlustamisameti arvates on just vajaliku minimaalse eristusvõime puudumise tõttu õige see, et apellatsioonikoda keeldus taotletud kaubamärgi registreerimisest.

Esimese Astme Kohtu hinnang

16 Alustuseks tuleb mainida, et hageja on hagiavalduse lõpus esitanud nõude, et „asjatu kordamise vältimiseks" loetaks tema ühtlustamisametile esitatud seisukohti käesoleva hagiavaldusega esitatud väidete ja argumentidega lahutamatult seotuks. Kuigi väljakujunenud kohtupraktika kohaselt võib Esimese Astme Kohtu kodukorra artikli 44 lõike 1 alusel, mida kodukorra artikli 130 lõike 1 ja artikli 132 lõike 1 alusel kohaldatakse intellektuaalse omandi asjadele, hagiavaldus tugineda lisatud dokumentide konkreetsetele lõikudele ning seda võib neile viidates täiendada, ei saa üldine viide teistele dokumentidele asendada õigusliku argumentatsiooni olulisi elemente, mis ülalnimetatud sätete kohaselt peavad hagiavalduses endas sisalduma (Esimese Astme Kohtu 20. aprilli 1999. aasta otsused liidetud kohtuasjades T-305/94–T-307/94, T-313/94–T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 ja T-335/94: LVM *v.* komisjon, EKL 1999, lk II-931, punkt 39). Seega on hagiavaldus osas, milles see viitab ühtlustamisametile esitatud seisukohtadele, vastuvõetamatu, kuna selles sisalduv üldine viide ei ole seotud hagiavalduses esitatud väitega.

17 Sisu osas tuleb kõigepealt meelde tuletada, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita „kaubamärke, millel puudub eristusvõime".

18 Lisaks sellele sätestab määruse nr 40/94 artikli 7 lõige 2, et „lõiget 1 kohaldatakse olenemata sellest, et registreerimata jätmise põhjused on ainult teatavas ühenduse osas".

19 Nii saab eristusvõimet hinnata ainult nende kaupade või teenuste osas, millele tähise registreerimist on taotletud, ja teiselt poolt osas, milline on asjaomase avalikkuse arusaam sellest tähisest (vt nt Esimese Astme Kohtu 20. märtsi 2002. aasta otsus kohtuasjas T-355/00: DaimlerChrysler *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (TELE AID), EKL 2002, lk II-1939, punkt 51).

20 Lisaks sellele ei saa võtta arvesse ainult mitmest sõnast moodustuva tähise otsest ja vältimatut tähendust, vaid ka nende sõnade võimalikke kõrvaltähendusi.

21 Käesoleval juhul on pooled oma argumentatsioonis keskendunud sellele, et need kaks sõna „best" ja „partner" on ingliskeelsed, kuid peab sedastama, et need sõnad esinevad võimalike väikeste muudatustega muuhulgas ka teistes ühenduse keeltes, näiteks hollandi ja saksa keeles. Igal juhul piisab selleks, et kaubamärgi registreerimisest keeldutakse, kui registreerimata jätmise põhjused on ainult teatavas ühenduse osas; seega on selge, et kui registreerimata jätmise põhjused on ühenduse ingliskeelses osas, mis koosneb kahest liikmesriigist, siis ei omaks käesoleva asja lahendamisel tähtsust nende põhjuste olemasolu ka teistes liikmesriikides. Seega võib käesoleva menetluse suhtes sedastada, et asjaomane avalikkus on ingliskeelne.

22 Lisaks peab siinkohal silmas pidama, et arvestades kaubamärgi taotlusega seotud teenuste spetsiifilist iseloomu, koosneb asjaomane avalikkus eriti informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikest tarbijatest.

23 Käesoleval juhul koosneb tähis ainult sõnadest „best" ja „partner", mis on mõlemad ingliskeelsed sõnad. Sõna „best" viitab kvaliteedile ja asjaomane avalikkus võib sellest aru saada nii, et kaup või teenus on parima kvaliteediga. Sõna „partner" kasutatakse erinevates valdkondades, mille hulka kuulub ka teenuste osutamine, et kirjeldada assotsieerumis- või partnerlussuhteid, tekitades positiivseid seoseid usaldatavuse ja järjepidevusega. Apellatsioonikoda märgib vaidlustatud otsuse punktis 24 õigesti, et tänapäeva reklaamikeeles kasutatakse seda sõna teenuseosutaja ja kliendi suhte kirjeldamiseks, kus esimest loetakse viimase „äripartneriks".

24 Seega on selge, et sõnad „best" ja „partner" on üldnimetused, mis viitavad ettevõtte poolt klientidele teenuste osutamise kvaliteedile (vt selle kohta Euroopa Kohtu 19. septembri 2002. aasta otsus kohtuasjas C-104/00 P: DKV *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2002, lk I-7561, punktid 13–25, mis jättis kehtima apellatsiooni korras edasi kaevatud Esimese Astme Kohtu 12. jaanuari 2000. aasta otsuse kohtuasjas T-19/99: DKV *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (COMPANYLINE), EKL 2000, lk II-1, punkt 26).

25 Niiviisi eraldi võttes kirjeldavad need sõnad vaatluse all olevaid teenuseid. Sõnadel, mis kirjeldavad teatud kaupu või teenuseid, puudub samade kaupade ja teenuste osas samuti eristusvõime (Esimese Astme Kohtu 2. juuli 2002. aasta otsus kohtuasjas T-323/00: SAT.1 *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (SAT.2), edasikaebamisel, EKL 2002, lk II-2839, punkt 40). Situatsioon oleks teine ainult siis, kui nendest kahest sõnast liitsõna moodustamisel oleks sellel tähisel mingi muu tähendus kui nendel kahel sõnal lihtsalt teineteise kõrvale asetatuna.

26 Pannes need kaks sõna ilma väiksemagi graafilise või semantilise muudatuseta kokku, ei anta sellele tähisele mitte mingisugust lisatunnust, mille abil võiks tähis tervikuna teha asjaomase avalikkuse silmis võimalikuks hageja teenuste eristamise teiste ettevõtete omadest (vt selle kohta eespool punktis 24 viidatud kohtuotsus COMPANYLINE, punkt 26). Liitsõna „bestpartner" puhul on ilme, et seda

moodustava kahe sõna tähenduseks on „parim partner", samas kui need kaks sõna eraldi — „best partner" — tähendab täpselt seda sama. Asjaolu, et see sõna ei esine sõnaraamatutes — olgu siis kas liitsõnana või mõnel muul kujul —, ei muuda seda hinnangut mitte mingil viisil.

27 Seega puudub tähisel „bestpartner" asjaomase avalikkuse silmis kohtupraktikast (vt nt eespool punktis 12 viidatud kohtuotsus EUROCOOL, punkt 39) tulenev vajalik minimaalne eristusvõime ning apellatsioonikoda on õigesti leidnud, et määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis b sätestatud keeldumispõhjusel ei saa registreerimistaotlust käesoleval juhul rahuldada.

28 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõikest 1 tuleneb, et tähist ei saa ühenduse kaubamärgina registreerida, kui esineb kasvõi üks loetletud absoluutsest keeldumispõhjusest (eespool punktis 24 viidatud kohtuotsus COMPANYLINE, punkt 30). Seega tuleneb ülaltoodust, et kaebus jäetakse rahuldamata, ilma et oleks vajalik käsitleda hageja argumentatsiooni määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c osas.

Kohtukulud

29 Esimese Astme Kohtu kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud kandma kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, jäetakse ühtlustamisameti nõuetest tulenevad kõik kohtukulud hageja kanda.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (teine koda)

otsustab:

1. Jätta kaebus rahuldamata.

2. Mõista kohtukulud välja hagejalt.

Pirrung Meij Forwood

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 8. juulil 2004 Luxembourgis.

Kohtusekretär

H. Jung

Koja esimees

J. Pirrung