# ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (kolmas koda)

14. juuli 2005 *

Kohtuasjas T-312/03,

**Wassen International Ltd,** asukoht Leatherhead (Ühendkuningriik), esindajad: *barrister* M. Edenborough ja *solicitor* S. Mayer,

hageja,

*versus*

**Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused),** esindajad: S. Laitinen ja M. Capostagno,

kostja,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

teine menetluspool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikojas oli

**Stroschein Gesundkost GmbH,** asukoht Hamburg (Saksamaa),

mille esemeks on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) neljanda apellatsioonikoja 18. juuni 2003. aasta otsuse peale (asi R 121/2002-4), mis käsitleb Wassen International Ltd ja Stroschein Gesundkost GmbH vahelist vastulausemenetlust,

EUROOPA ÜHENDUSTE ESIMESE ASTME KOHUS (kolmas koda),

koosseisus: koja esimees M. Jaeger, kohtunikud V. Tiili ja O. Czúcz,

kohtusekretär: kohtusekretäri abi B. Pastor,

arvestades 12. septembril 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 18. detsembril 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud kostja vastust,

arvestades 14. märtsil 2005 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

**otsuse**

## Vaidluse taust

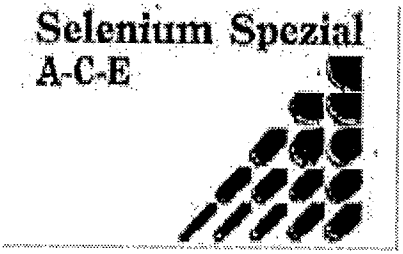
1 Wassen International Ltd esitas 16. veebruaril 1999 nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1) muudetud redaktsiooni alusel Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused, edaspidi „ühtlustamisamet") ühenduse kaubamärgi taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnamärk SELENIUM-ACE.

3 Kaubad, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta kaubamärkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 3 („kosmeetikavahendid; näokreemid; seebid, vananemisvastased kreemid ja emulsioonid"), 5 („toidulisandid; vitamiinid ja mineraalid") ja 42 („ilusalongid").

4 Kaubamärgi registreerimise taotlus avaldati 11. oktoobri 1999. aasta Ühenduse Kaubamärgibülletäänis nr 81/99.

5 Stroschein Gesundkost GmbH (edaspidi „vastulause esitaja") esitas 16. detsembril 1999 määruse nr 40/94 artikli 42 lõike 1 alusel taotletud kaubamärgi registreerimisele vastulause, tuginedes Saksamaal 27. septembril 1995 numbri all 39 519 649 registreeritud järgmisele kujutismärgile:




6 Nimetatud kaubamärk oli registreeritud nii klassi 5 kui klassi 30 kuuluvate järgmiste kaupade jaoks:

„Preparaadid tärklise, kaltsiumisoolade, magneesiumstearaadi ja pärmi baasil või loetletud ainete kombinatsioonina kasutamiseks toidulisandina."

7 Vastulause tugines kõikidele kaupadele, mille jaoks varasem kaubamärk oli registreeritud ja oli suunatud klassidesse 3 ja 5 kuuluvate kõikide kaupade vastu, mille jaoks ühenduse kaubamärgitaotlus oli esitatud. Põhjendus, mis vastulause toetuseks välja toodi, oli segiajamise tõenäosus vastavalt määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punktile b.

8 Vastulausete osakond rahuldas oma 30. novembri 2001. aasta otsusega vastulause ning seega keeldus taotletava kaubamärgi registreerimisest. Sisuliselt leidis ta, et

kõnealused märgid on visuaalselt väga sarnased ja foneetiliselt sarnased või identsed. Arvestades kaupade, mille jaoks ühenduse kaubamärki taotleti, ja varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade identsust klassi 5 kuuluvat kaupade osas ja teatavat sarnasust klassi 3 kuuluvate kaupade osas, leidis vastulausete osakond, et segiajamise tõenäosus on olemas.

9 30. jaanuaril 2002 esitas hageja ühtlustamisametile kaebuse vastulausete osakonna otsuse peale.

10 Neljas apellatsioonikoda jättis 18 juuni 2003. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus") hageja kaebuse rahuldamata. Apellatsioonikoda leidis sisuliselt, et varasema kaubamärgi domineerivateks osadeks on sõnalised osad; täpsemalt, et sõna „selenium" moodustab kõige eristavama osa, et tähtede „a", „c" ja „e" eraldamine sidekriipsudega ei muuda seda, kuidas neid tajutakse, ja et tarbijad tajuvad sõna „spezial" teatavat tootesarja kirjeldava tähisena. Apellatsioonikoda järeldas, et vastulausete osakond on õigesti leidnud, et tähised on sarnased ning asjaomased kaubad identsed või sarnased, ning on põhjendatult jõudnud järeldusele, et kõikide kõnealuste kaupade puhul esineb segiajamise tõenäosus.

**Poolte nõuded**

11 Hageja palub Esimese Astme Kohtul

— hagi rahuldada;

— saata ühenduse kaubamärgitaotluse asi tagasi ühtlustamisametile kaubamärgi registreerimiseks;

— tühistada vastulausete osakonna otsus;

— tühistada vaidlustatud otsus;

— mõista ühtlustamisametilt välja hageja poolt käesoleva hagiavalduse menetluses, apellatsioonikoja menetluses ja vastulausete osakonna menetluses kantud kulud.

12 Ühtlustamisamet palub Esimese Astme Kohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

**Asja ühtlustamisametile kaubamärgi registreerimiseks saatmise taotluse vastuvõetavus**

13 Hageja palub, et Esimese Astme Kohus saadaks asja tagasi ühtlustamisametile ja kohustaks ühtlustamisametit registreerima kõnealuse ühenduse kaubamärgi.

14 Määruse nr 40/94 artikli 63 lõike 6 kohaselt peab ühtlustamisamet võtma vajalikud meetmed ühenduse kohtu otsuse täitmiseks. Samas ei ole Esimese Astme Kohus pädev andma korraldusi ühtlustamisametile. Seega peab ühtlustamisamet tegema järeldusi käesoleva otsuse resolutiivosast ja põhjendustest (Esimese Astme Kohtu 27. veebruari 2002. aasta otsus kohtuasjas T-106/00: Streamserve *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (STREAMSERVE), EKL 2002, lk II-723, punkt 18). Kõnealune nõue on seega vastuvõetamatu.

**Põhiküsimus**

15 Hageja tugineb ühele väitele, mis tuleneb määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisest.

*Poolte argumendid*

16 Hageja väitel on vastulausete osakond ja apellatsioonikoda mõlemad teinud asjaomaste kaubamärkide hindamisel hindamisvea. Ta rõhutab, et varasemat kaubamärki ja ühenduse kaubamärki tuleks hinnata igakülgselt, uurides kaubamärke tervikuna, sealhulgas koos nende võimalike kujutisosadega. Analüüs ei tohi piirduda kaubamärgi üksikute osadega, eelkõige kuna ei ole esitatud ühtegi asjaolu, mis tõendaks, et sihtgrupp tugineb ainult teatavatele osadele, ja kuna kõnealused kaubamärgid koosnevad teatavatest osadest, millel eraldi võetuna on ainult nõrk eristusvõime, nii et kaubamärkide eristusvõime saab selguda alles nende igakülgse hindamise tulemusel.

17 Hageja hinnangul on ekslik jätta kõrvale mõju, mis on sõnal „spezial", tähti „a", „c" ja „e" eraldavatel sidekriipsudel ja varasema kaubamärgi kujutisosal, sest isegi kui igal loetletud osal eraldivõetuna võib olla ainult piiratud mõju, ei ole igakülgselt hinnates nende koosmõju sugugi tähtsusetu.

18 Hageja väitel on apellatsioonikoda teinud vea, pidades sõna „selenium" varasema kaubamärgi kõige eristavamaks osaks. Nii vastulausete osakond kui apellatsioonikoda on eiranud või ei ole piisavalt arvesse võtnud asjaolu, et kõnealuste kaupade ostmine ei ole juhuslik, vaid, vastupidi, toimub pärast kõnealuste kaubamärkidega tähistatud kaupade koostisosade tähelepanelikku uurimist. Nende kaupade sihtgruppi ei huvita muu kui seleeni sisaldavad tooted, ilma et nad omistaks tähtsust asjaolule või teaks seda, et sõna „selenium" võib olla nii võõrsõna kui soovitava toote teaduslik nimetus. Seetõttu ei pea asjaomane avalikkus sõna „selenium" „piisavalt eristavaks".

19 Hageja juhib tähelepanu, et tühiku või sidekriipsu puudumisel tähtede „a", „c" ja „e" vahel on loomulik, et tarbija hääldab neid ühe sõnana. Ja vastupidi, kui tähed on ühendatud, kaldutakse neid lugema nagu iseseisvaid sõnu, isegi kui moodustuv sõna ei kuulu antud tarbija emakeelde. Seetõttu koosneb varasem kaubamärk tähtede grupist „ace", mida hääldatakse ükshaaval, samal ajal kui taotletav märk sisaldab sõna „ace", mida hääldatakse ühe sõnana.

20 Hageja hinnangul tuleks vaidlusaluste kaubamärkide võrdlemiseks nad seetõttu esitada järgnevalt: taotletav kaubamärk „SELENIUM ACE" ja sõnaline osa „Selenium Special A-C-E" seotuna kujutisosaga, kui kõne all on varasem kaubamärk. Isegi kui need on ainult vähesel määral eristavad, tuleks sõna „spezial" ja kujutisosa arvesse võtta. Veelgi enam, sõna „selenium" on tarbija jaoks, kes tahab osta seleeni

sisaldavat toodet, samuti vaid vähesel määral eristav. Mis puutub sõnasse „ace" ja sidekriipsudega eraldatud tähtede gruppi „ace", siis hindab hageja, et esimene neist on uudissõna, millel tõenäoliselt ei ole keskmise Saksa tarbija jaoks mingit tähendust, ja teine koosneb ilmselgelt lihtsatest tähestiku tähtedest.

21 Hageja järeldab sellest, et kõnealuste kaubamärkide sõnalised osad on foneetiliselt erinevad, sest taotletav kaubamärk hõlmab sidekriipsuga eraldatud sõna ja varasem märk kahte sõna, millega on ühendatud kolm eraldi tähte. Visuaalselt on kaubamärgid samuti erinevad, kuivõrd varasem kaubamärk sisaldab kujutisosa ja eraldiseisvaid tähti, aga mitte võõr- või uudissõna „ace". Kontseptuaalselt ei ole taotletaval kaubamärgil muud tähendust peale selle, mida antakse edasi sõnaga „selenium", mis on sihtrühma poolt otsitav koostisosa, samal ajal kui varasemal kaubamärgil on tähtede grupist „ace" tulenev lisatähendus.

22 Hageja osutab, et Saksa kaubamärgi- ja patendiamet jõudis oma 21. augusti 2002. aasta otsuses samale järeldusele. Vastulausete osakond ja apellatsioonikoda oleks pidanud järgima sedasama otsust, mille kohaselt kaubamärkide vahel on võimalik vahet teha, isegi kui nendega kaitstud kaubad on identsed.

23 Lõpuks toob hageja välja, et nii vastulausete osakond kui apellatsioonikoda on ebaõigesti pannud hagejale kohustuse tõendada, et segiajamise tõenäosus puudub. Vastulause esitaja on see, kes väidab, et segiajamise tõenäosus on olemas ja kellel lasub kohustus selle kohta tõendeid esitada. Käesolevas asjas ei ole vastulause esitaja esitanud ühtegi tõendit, mis kinnitaks tema väidet, et Saksamaa turul on segiajamine tõenäoline. Seetõttu oleks sellekohaste või vastupidiste tõendite puudumisel pidanud küsimuse lahendama vaidlusaluste kaubamärkide hüpoteetilise võrdluse põhjal.

24 Ühtlustamisamet on seisukohal, et apellatsioonikoda on õigesti leidnud, et kõnealuseid kaubamärke igakülgselt hinnates on olemas segiajamise tõenäosus nende sarnasuse tõttu, samuti loetletud kaupade vahelise identsuse ja sarnasuse tõttu.

*Esimese Astme Kohtu hinnang*

25 Määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita taotletavat kaubamärki varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga või 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. Lisaks sellele tähendab määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkti a alapunktide i ja ii kohaselt varasem kaubamärk ühenduse kaubamärke ning kaubamärke, mis on registreeritud liikmesriikides, mille registreerimistaotluse kuupäev on varasem ühenduse kaubamärgi registreerimistaotluse kuupäevast.

26 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt seisneb segiajamise tõenäosus selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

27 Sama kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosust hinnata igakülgselt, võttes aluseks selle, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ning kaupu või teenuseid tajub, ja arvestades kõiki asjakohaseid tegureid, iseäranis tähiste sarnasuse ja nendega tähistatavate kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust (vt Esimese Astme Kohtu 9. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-162/01: Laboratorios RTB *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), EKL 2003, lk II-2821, punktid 31–33 ning viidatud kohtupraktika).

28 Käesolevas asjas on varasem kaubamärk, millele vastulause tugineb, registreeritud Saksamaal. Lisaks on kõnealused kaubad esmatarbekaubad. Seepärast koosneb sihtrühm, kellega seoses tuleks segiajamise tõenäosust hinnata keskmistest Saksa tarbijatest.

29 Peale selle, kuigi määruse nr 40/94 artikkel 8 ei sisalda sarnast sätet nagu artikli 7 lõige 2, mille kohaselt kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks piisab absoluutse keeldumispõhjuse olemasolust ainult teatavas ühenduse osas, tuleb järeldada, et käesolevas asjas tuleb kohaldada sama lähenemist. Sellest järeldub, et registreerimisest tuleb keelduda isegi siis, kui suhteline keeldumispõhjus esineb ainult teatavas ühenduse osas (Esimese Astme Kohtu 3. märtsi 2004. aasta otsus kohtuasjas T-355/02: Mülhens *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet — Zirh International (ZIRH), EKL 2004, lk II-791, punkt 36).

30 Arvestades eelnevaid kaalutlusi, tuleb analüüsida võrdlust, mille apellatsioonikoda on ühelt poolt läbi viinud seoses asjaomaste kaupadega ja teiselt poolt seoses vaidlusaluste kaubamärkidega.

Kaupade võrdlus

31 Kõigepealt on kohane märkida, et hageja ei esita ühtegi argumenti apellatsioonikoja poolt antud hinnangu kohta. Teisalt selgitas hageja kohtuistungil pärast kohtu sellekohast küsimust, et ta ei ole esitanud oma kaubamärgi registreerimistaotluse piiramise taotlust. Edasi tuleb meenutada, et vastulause põhines kõikidel kaupadel, mille jaoks varasem kaubamärk on registreeritud, ja oli suunatud kaubamärgitaotluses loetletud, klassidesse 3 ja 5 kuuluvate kaupade vastu. Apellatsioonikoda leidis,

et taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaubad on osaliselt identsed varasema kaubamärgiga kaitstud kaupadega ja nendega osaliselt sarnased. Antud asjaoludel tuleb tõdeda, et kaubamärgitaotluses loetletud kaubad on varasema kaubamärgiga kaitstud kaupadega osaliselt identsed ja nendega osaliselt sarnased.

Kaubamärkide võrdlus

32 Nagu nähtub väljakujunenud kohtupraktikast, peab segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine vastandatud tähiste visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse osas rajanema neist jäävale tervikmuljele, arvestades eelkõige nende eristavaid ja domineerivaid osi (vt Esimese Astme Kohtu 14. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas T-292/01: Phillips-Van Heusen *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), EKL 2003, lk II-4335, punkt 47 ning viidatud kohtupraktika).

33 Mis puutub hageja väidetesse seoses kõnealustele kaubamärkidele igakülgse hinnangu andmata jätmisega apellatsioonikoja poolt, tuleb kaaluda, kas viimane on läbi viinud kõnealuste kaubamärkide iga konkreetse osa analüütilise uurimise ja kas ta seejärel tõlgendas saadud tulemusi õigesti kõikide andmete sünteesil põhineva igakülgse hindamise teel.

34 Selles suhtes tuleb märkida, et esiteks ei jätnud apellatsioonikoda vastupidi hageja väidetele tähelepanuta ei sõna „spezial" mõju, tähtede „a", „c" ja „e" eraldamist sidekriipsudega ega ka varasema kaubamärgi kujutisosa.

35 Seetõttu tuleb kõigepealt tõdeda, et apellatsioonikoda on õigesti leidnud, et sõna „spezial" vastab saksakeelsele omadussõnale, mis tähendab „erilist" ja mida tõenäoliselt tajutakse antud piirkonna tarbijate poolt teatavat tooteliini kirjeldava tähisena.

36 Järgnevalt tuleb märkida, et apellatsioonikoda on uurinud ka tähtede grupi „ace" mõju. Ta on leidnud, et sihtrühm mõistab neid tähti kui viidet teistele ainetele, mida toidulisandid tavapäraselt sisaldavad, milleks on näiteks vitamiinid. Lisaks on ta leidnud, et asjaolu, kas tähed on esitatud sidekriipsudega või ilma, ei oma tähendust; käesoleval juhul ei muuda sidekriipsu puudumine märkimisväärselt kolme, samas järjekorras asuva tähe tajumist tarbija poolt.

37 Lõpuks on apellatsioonikoda seoses kujutisosaga vaidlustatud otsuses täheldanud, et kui kaubamärk koosneb sõnalistest ja kujutisosadest, tuleb esimesi pidada eristusvõimelisemateks kui viimaseid, kuna keskmisel tarbijal on antud kaubale lihtsam viidata selle nime välja öeldes, kui selle kujutisosa kirjeldades. Apellatsioonikoda on õigesti leidnud, et seda üldist arutluskäiku saab käesoleval juhul mõistlikult rakendada. Apellatsioonikoda leiab, et on mõistlik eeldada, et keskmine tarbija tajub sõnalist osa kaubamärgina ja kujutisosa dekoratiivse elemendina. Veel võib märkida, et kujutisosa asub sõnalise osa all, st vähem märgataval kohal.

38 Sellest järeldub, et hageja väited, mille kohaselt apellatsioonikoda ei ole käsitlenud muid kaubamärgi osi peale sõna „selenium", tuleb tagasi lükata.

39 Teiseks on oluline märkida, et apellatsioonikoda on vaidlustatud otsuses õigesti leidnud, et sõna „selenium" on varasema kaubamärgi domineeriv osa.

40 Kuna varasem kaubamärk koosneb sõnalistest osadest (sõnad „selenium", „spezial" ja tähtede grupp „ace") ja kujutisosast, tuleb meenutada, et apellatsioonikoda on õigesti leidnud, et sõnaline osa on eristavam kui kujutisosa. Tuleb lisada, et sõna „selenium" on inglisekeelne sõna, mille saksa keeles vastab nimisõna „Selen", mis tähistab keemilist elementi. Seda arvesse võttes tuleb märkida, et kui asjaomased tarbijad ei ole võimelised aru saama, et sõna „selenium" tähistab üht koostisosa kaubast, mida nad soovivad osta, on see sõna iseäranis eristav, sest seda tajutakse kui kauba nime, mitte kui selle koostist kirjeldavat tähist. Isegi kui lisaks on võimalik, et tarbijad võivad seda osa määratleda kui varasema kaubamärgi all turustatavate toodete koostisosa, nagu märgib apellatsioonikoda, ei tulene sellest siiski, et sõnal „selenium", tänu oma kohale varsemas kaubamärgis ja võrreldes varasema kaubamärgi teiste osadega, ei oleks kõige olulisemat osa selles, kuidas asjaomane avalikkus kaubamärki tajub ja meelde jätab.

41 Seepärast tuleb selles osas märkida, et varasema kaubamärgi visuaalsel ja foneetilisel hindamisel on sõnal „selenium" tähtis osa, kui võtta arvesse selle asumist esimesel kohal, s.o kõige märgatavamal kohal. Seetõttu tajutakse seda esimesena. Teisalt on oluline meeles pidada, et sõna „spezial" tähendab saksa keeles „erilist". Seega sai apellatsioonikoda õigustatult leida, et sihtrühm tajuks seda kui puhtalt kiitvat ja kirjeldavat osa. Lõpuks, tarbijad võivad tajuda tähtede „ace" kombinatsiooni kui viidet teatavatele toidulisandites, nagu näiteks vitamiinidides, tavapäraselt sisalduvatele ainetele.

42 Sellest järeldub, et hageja väited, mille kohaselt apellatsioonikoda on eksinud, leides, et sõna „selenium", on varasema kaubamärgi kõige eristavam osa, tuleb tagasi lükata.

43 Kolmandaks tuleb välja tuua, et apellatsioonikoda on läbi viinud oma hindamise tulemusel saadud andmete sünteesil põhineva igakülgse analüüsi. Seega oli tal võimalik põhjendatult leida, et taotletav kaubamärk ja varasem kaubamärk on väga sarnased, kuivõrd esimene kordab peaaegu täielikult viimase sõnalist osa.

44 Seetõttu on apellatsioonikoda õigesti leidnud, et tervikuna võetuna on vastandatud kaubamärgid sarnased ning nendevahelised sarnasused kaaluvad üles erinevused. Tuleb sedastada, et varasem kaubamärk on peaaegu identsel kujul taasesitatud ühenduse kaubamärgitaotluses; tähised erinevad üksteisest ainult varasema kaubamärgi vähem eristavate osade tasemel, milleks on sõna „spezial", kujutisosa ja kaks sidekriipsu, mis eraldavad kolme tähte „a", „c" ja „e", mis asuvad kaubamärgitaotluses samas järjekorras. Lisaks, kuivõrd taotletav kaubamärk on sõnamärk, võib taotluse esitaja seda kasutada ükskõik millise kirjaliigiga kirjutatult, sealhulgas samaga, mida kasutab varasem kaubamärk. Seega tuleb järeldada, et kõnealused tähised loovad nii visuaalselt, foneetiliselt kui kontseptuaalselt sarnase tervikmulje.

45 Järelikult tuleb samuti tagasi lükata väide, mis põhineb apellatsioonikoja poolt kõnealuste kaubamärkide igakülgse hindamise läbi viimata jätmisel.

46 Seoses hageja argumendiga, et apellatsioonikoda ei ole järginud Saksa kaubamärgi- ja patendiameti otsust samade kaubamärkide ja toodete kohta, hoolimata sellest, et Saksamaa Liitvabariik oli vastulausega seotud riik, piisab, kui meelde tuletada, et vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale on ühenduse kaubamärgi kord iseseisev süsteem, mis koosneb normide kogumist ja edendab sellele omaseid eesmärke ning selle kohaldamine on sõltumatu kõigist siseriiklikest süsteemidest (Esimese Astme Kohtu 5. detsembri 2000. aasta otsus kohtuasjas T-32/00: Messe München *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet (electronica), EKL 2000, lk II-3829, punkt 47). Seetõttu, isegi kui apellatsioonikoda võib siseriiklike ametiasutuste otsuseid arvesse võtta, ei vabasta see võimalus apellatsioonikoda kohustusest anda oma hinnang üksnes ühenduse asjaomase õigusnormi alusel. Seepärast ei ole ühtlustamisamet ja antud juhul ka ühenduste kohus seotud siseriiklikul tasandil tehtud otsusega. Seetõttu ei saa hageja argumenti toetada.

47 Seoses hageja argumendiga, mille kohaselt apellatsioonikoda on ebaõigesti pannud hagejale kohustuse tõendada, et segiajamise tõenäosus puudub, tuleb märkida, et tulenevalt määruse nr 40/94 artikli 74 lõike 1 lõpuosast piirdub ühtlustamisamet registreerimisest keeldumise suhteliste põhjustega seotud menetluses ainult osapoolte esitatud väidete ning nõuete kontrollimisega. Sellest sättest tulenevalt peavad nii vastulause esitaja kui hageja esitama ühtlustamisametile oma nõuete aluseks olevad asjaolud. Sellega seoses tuleneb vastulausete osakonna otsusest, et vastulause esitaja on väitnud, et kõnealuste kaubamärkide segiajamine on tõenäoline, kuna kaubamärkide eristavad osad on identsed, ja et kaubamärgitaotluses loetletud, s.o klassidesse 3 ja 5 kuuluvad kaubad on identsed ning sarnased varasema kaubamärgiga kaitstud vastavate kaupadega. Sellest tuleneb, et vastulause esitaja on oma vastulause alusena esitanud üheainsa väite, s.o segiajamise tõenäosuse olemasolu, mille toetuseks on ta esile toonud mitu argumenti, mida ühtlustamisamet on arvesse võtnud, nii et viimane ei tugine ainult hageja väidetel. Seetõttu tuleb hageja väide tagasi lükata.

48 Eelnevaid kaalutlusi silmas pidades tuleb järeldada, et apellatsioonikoda ei teinud hindamisviga, leides, et esineb segiajamise tõenäosus määruse (EÜ) nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkt b tähenduses; esiteks asjaomaste märkide sarnasuse tõttu, mida on hinnatud igakülgselt, ja teiseks asjaomaste märkidega hõlmatud kaupade identsuse ja sarnasuse tõttu. Seoses sellega on kohane meenutada, et vaatamata kaubamärkide vähesele sarnasusele võib segiajamine olla tõenäoline, kui kaubamärkidega kaitstud kaubad või teenused on väga sarnased (vt analoogia põhjal Euroopa Kohtu 22. juuni 1999. aasta otsus kohtuasjas C-342/97: Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, I-3819, punkt 19). Käesolevas asjas on kaubad osaliselt identsed ja osaliselt sarnased. Selle identsuse ja sarnasuse tõttu vähenevad erinevused kõnealuste tähiste vahel, kui segiajamise tõenäosust igakülgselt hinnata.

49 Seetõttu, ilma et Esimese Astme Kohus peaks tegema otsuse hageja taotluse kohta tühistada vastulausete osakonna otsus, tuleb hageja poolt esitatud üksainus väide tagasi lükata ja hagi tervikuna rahuldamata jätta.

## Kohtukulud

50 Kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, tuleb kohtukulud vastavalt ühtlustamisameti nõudele välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (kolmas koda)

otsustab:

**1. Jätta hagi rahuldamata.**

**2. Mõista kohtukulud välja hagejalt.**

Jaeger Tiili Czúcz

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 14. juulil 2005 Luxembourgis.

Kohtusekretär

H. Jung

Koja esimees

M. Jaeger