EUROOPA KOHTU OTSUS (esimene koda)

12. jaanuar 2006 *

Kohtuasjas C-173/04 P,

mille esemeks on Euroopa Kohtu põhikirja artikli 56 alusel 6. aprilli 2004. aasta apellatsioonkaebus,

Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG, asukoht Eppelheim (Saksamaa), esindajad advokaadid H. Eichmann, G. Barth, U. Blumenröder, C. Niklas-Falter, M. Kinkeldey, K. Brandt, A. Franke, U. Stephani, B. Allekotte, E. Pfrang, K. Lochner ja B. Ertle,

hageja,

teine menetluspool:

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

kostja Esimese Astme Kohtus,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

EUROOPA KOHUS (esimene koda),

koosseisus: koja esimees P. Jann, kohtunikud K. Schiemann, K. Lenaerts, E. Juhász ja M. Ilešič (ettekandja),

kohtujurist: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
kohtusekretär: ametnik K. H. Sztranc,

arvestades kirjalikus menetluses ja 16. juunil 2005 toimunud kohtuistungil esitatut,

olles 14. juuli 2005. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG palub oma apellatsioonkaebuses tühistada Euroopa Ühenduste Esimese Astme Kohtu 28. jaanuari 2004. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-146/02–T-153/02: Deutsche SiSi-Werke *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (lameda põhjaga kotike) (EKL 2004, lk II-447; edaspidi „vaidlustatud kohtuotsus"), millega jäeti rahuldamata Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") teise apellatsioonikoja 28. veebruari 2002. aasta otsuste peale (asjades R 719/1999-2–R 724/1999-2, R 747/1999-2 ja R 748/1999-2), millega keelduti registreerimast kaheksat ruumilist kaubamärki, mis kujutasid endast erinevaid jookide jaoks

mõeldud kotikesi, mis püsivad püsti (edaspidi „vaidlusalused apellatsioonikoja otsused"), esitatud tühistamishagid.

Õiguslik raamistik

2 Nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) artikli 7 lõike 1 punktid b ja c sätestavad:

„Ei registreerita:

[...]

b) kaubamärke, millel puudub eristusvõime;

c) 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".

Vaidluse taust

3 Hageja esitas ühtlustamisametile 8. juulil 1997 määruse nr 40/94 alusel kaheksa ühenduse ruumilise kaubamärgi registreerimistaotlust.

4 Need kaubamärgid vastavad jookide jaoks mõeldud erinevate püsti püsivate kotikeste kujule. Kotikesed on kumerad, alt laieneva põhjaga ning sõltuvalt taotlusest sarnaneb nende esikülg kas pikisuunas venitatud kolmnurgaga või ovaaliga, millel teatavatel juhtudel võivad olla nõgusad küljed.

5 Arvestades hageja esitatud muudatustega, on kaubad, mille jaoks kõnealuste kaubamärkide registreerimist taotletakse, „puuviljajoogid ja -mahlad", mis kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbivaadatud ja parandatud kujul) klassi 32.

6 Ühtlustamisameti kontrollija jättis 24. ja 27. septembri 1999. aasta otsustega need kaheksa taotlust rahuldamata taotletavate kaubamärkide eristusvõime puudumise tõttu.

7 Vaidlusaluste otsustega jättis ühtlustamisameti teine apellatsioonikoda kontrollija otsused muutmata. Apellatsioonikoda leidis sisuliselt, et tarbijad ei tunne püsti püsivates kotikestes ära mingisugust vihjet kaubanduslikule päritolule, vaid näevad neis ainult pakendi kuju. Ta lisas, et konkurentide — pakendi- ja joogitootjate — huvides ei saa sellise pakendiliigi osas anda ainuõigust.

Menetlus Esimese Astme Kohtus ja vaidlustatud otsus

8 Hageja esitas Esimese Astme Kohtule vaidlusaluste otsuste peale tühistamishagid.

9 Vaidlustatud kohtuotsuses otsustas Esimese Astme Kohus, et ühtlustamisameti teine apellatsioonikoda leidis õigesti, et puuviljajookide ja -mahladega seoses puudub taotletavatel kaubamärkidel eristusvõime.

10 Vaidlustatud kohtuotsuse punktides 39–43 lükkas Esimese Astme Kohus tagasi hageja väite, mille kohaselt on puuviljajookide ja -mahlade pakendamine püsti püsivatesse kotikestesse iseenesest ebatavaline.

11 Kuna hageja oli väitnud ka seda, et taotletavates kujutistes esineb selliseid kujunduselemente, mis ei piirdu ainult harilike ja praktiliste omadustega, siis uuris Esimese Astme Kohus pärast kasutatud esituselementide kontrollimist vaidlustatud kohtuotsuse punktides 44–51 sama kohtuotsuse punktis 52 ka asjaomaste kotikeste välimusest jäävat tervikmuljet ning tegi järelduse, et kõnealustel kujutistel puudub eristusvõime.

12 Seega, olles tagasi lükanud hageja teised väited, jättis Esimese Astme Kohus tema hagid rahuldamata ning otsustas mõista kohtukulud välja hagejalt.

Apellatsioonkaebus

13 Hageja palub apellatsioonkaebuses, mille toetuseks ta esitab kolm väidet, Euroopa Kohtul tühistada vaidlustatud kohtuotsus ning mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

14 Ühtlustamisamet palub jätta hagi rahuldamata ning mõista kohtukulud välja hagejalt.

Esimese väite esimene osa

Poolte argumendid

15 Oma esimese väite esimeses osas väidab hageja, et Esimese Astme Kohus ei arvestanud ei nende kaupade sektoriga, millega seoses registreerimist taotletakse, ega järelikult ka pakendi kujudega, mida tuleb kasutada võrdluse alusena taotletavate kaubamärkide eristusvõime hindamisel.

16 Hageja väidab, et vastupidi vaidlustatud otsuse punktis 38 esitatud suvalisele oletusele on jookide sektoris tarbijad juba ammu harjunud nägema kauba pakendis kauba päritolu tähist. Joogipakendite kuju on identifitseerimise viis, mida keskmine tarbija mõistab päritolutähisena ja seega kaubamärgina.

17 Hageja väiteil järeldub sellest vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale, et joogipakendi kuju, mis erineb oluliselt selle sektori normist ja tavadest, täidab päritolu tähistamise peamise ülesande.

18 Hageja sõnul väitis Esimese Astme Kohus ise, et puuviljajookide ja -mahlade jaoks mõeldud püsti püsivate kotikeste kasutamise kohta puuduvad tõendid. Tegelikult pakendatakse Euroopa turul, välja arvatud hageja toodete puhul, puuviljajooke ja -mahlu ainult klaasist pudelitesse või kartongpakendisse. Järelikult ei ole nende kotikeste puhul tegemist nende jookide pakendi tavalise kujuga, mistõttu tuleb tunnistada nende eristusvõimet.

19 Hageja väidab, et Esimese Astme Kohus kohaldas õigust valesti, kui ta kõnealuste kotikeste tavalisust hinnates puuviljajookide ja -mahlade sektori tavadega Euroopa tasemel arvestamise asemel arvestas vedelate toiduainete sektori tavadega üldiselt või maailma tasemel.

20 Esimese Astme Kohus kohaldas õigust valesti samuti seoses sellega, et ta klassifitseeris asjaomased püsti püsivad kotikesed „geomeetriliste põhivormide" hulka. Kuna Euroopa puuviljajookide ja -mahlade turul ei kasuta mitte keegi peale hageja püsti püsivat kotikest, siis ei saa kõnealuste kaupade jaoks mõeldud taolisel kotikesel olla mingisugust „põhivormi".

21 Ühtlustamisamet meenutab, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb pakendi kuju eristusvõime hindamisel kontrollida, kas keskmine tarbija on tõepoolest võimeline kõnealuse kuju puhul lisaks selle mahutamise ülesandele tajuma seda ka asjaomase kauba kaubandusliku päritolu tähisena. Kaubamärk täidab päritolu tähistamise ülesande, kui ta erineb oluliselt kõrvale sektori normist ja tavadest.

22 Ühtlustamisamet leiab, et juhul, kui tegemist on kuju erinevusega sektori normist ja tavadest, näeb kohtupraktika ette palju laiemad võrdlusraamid kui kaubamärgi taotluses äratoodud kaupade tavalised kujud. Ühtlustamisameti seisukoht on, et kui tarbija on juba harjunud antud kaubaga seoses pakendi teatava kujuga, siis juhul, kui ta esimest korda näeb sama pakendikuju kasutamist seoses muu kaubaga, peab ta siiski seda ainult pakendi kujuks ja mitte selle teise kauba päritolu tähiseks. Järelikult ei ole õige hinnata avalikkuse taju, arvestades ainult olemasolevate pakenditega, mis on mõeldud kõigest kaubamärgi registreerimistaotluses äratoodud kaupade jaoks.

23 Ühtlustamisamet väidab, et Esimese Astme Kohus ei kohaldanud õigust valesti, kui ta arvestas selliste vedelate toiduainete pakenditega, mis erinevad kaupadest, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse.

24 Ka leiab ühtlustamisamet, et pealegi on see, kuidas Esimese Astme Kohus konkreetselt piiritles avalikkuse taju hindamise eesmärgil vajalikku võrdlusmaterjali, faktiliste asjaolude tuvastamise ja hindamise küsimus ning Euroopa Kohus ei saa seda apellatsiooni korras kontrollida.

Euroopa Kohtu hinnang

25 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb eristusvõimet määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b mõttes hinnata ühest küljest seoses kaupade ja teenustega, mille jaoks registreerimist taotletakse, ning teisest küljest seoses sellise asjaomase avalikkuse tajuga, mis koosneb nende kaupade ja teenuste piisavalt informeeritud,

mõistlikult tähelepanelikust ja arukast tarbijast (vt 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 35 ja viidatud kohtupraktika).

26 Antud asjas ei ole vaidlust selles, et asjaomaste kaubamärkide registreerimist taotletakse puuviljajookide ja -mahlade jaoks ning et asjaomane avalikkus koosneb kõikidest lõpptarbijatest, nagu Esimese Astme Kohus väitis vaidlustatud kohtuotsuse punktides 34 ja 36.

27 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale ei erine kauba enda kujust koosnevate ruumilise kaubamärkide hindamiskriteeriumid nendest, mida kohaldatakse teiste kaubamärgi liikide suhtes (vt eespool viidatud kohtuotsus Henkel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 38 ja 7. oktoobri 2004. aasta otsus kohtuasjas C-136/02 P: Mag Instrument *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-9165, punkt 30).

28 Ometi, nagu Esimese Astme Kohus vaidlustatud otsuse punktis 37 õigesti meenutas, ei pruugi nende kriteeriumide kohaldamisel asjaomane avalikkus tajuda kauba enda kujust koosnevat ruumilist kaubamärki samamoodi kui sõna- või kujutismärki, mis koosneb tähisest, mis ei sõltu selle kauba välimusest, mida ta tähistab. Harilikult ei tee keskmised tarbijad mistahes graafilise või sõnalise elemendi puudumise korral kauba päritolu kohta järeldusi selle põhjal, mis kuju neil kaupadel või nende kaupade pakendil on, mistõttu võib ruumilise kaubamärgi eristusvõime määratlemine olla raskem kui sõna- või kujutismärgi puhul (vt eespool mainitud kohtuotsused Henkel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 38 ja Mag Instrument *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 30).

29 Seoses iseäranis ruumiliste kaubamärkidega, mis koosnevad selliste kaupade pakendist, nagu seda on vedelikud, mis turustamise eesmärgil on kauba olemusest

tulenevatel põhjustel pakendatud, on Euroopa Kohus leidnud, et need peavad võimaldama kõnealuste kaupade keskmisel tarbijal, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas, eristada asjaomast kaupa teiste ettevõtjate kaupadest ilma analüüsita või võrdlemiseta ja erilist tähelepanu pööramata (vt selle kohta nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1) artikli 3 lõike 1 punkt b, mis on identne määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktiga b ning Euroopa Kohtu 12. veebruari 2004. aasta otsus kohtuasjas C-218/01: Henkel, EKL 2004, lk I-1725, punkt 53).

30 Seega ei kohaldanud Esimese Astme Kohus õigust valesti, kui ta vaidlustatud kohtuotsuse punktis 38 otsustas, et keskmine tarbija tajub joogipakendi kuju kauba kaubandusliku päritolu tähisena ainult siis, kui see kuju on vahetult tajutav sellise tähisena. Pealegi ei leidnud Esimese Astme Kohus vaidlustatud kohtuotsuse selles punktis, et tarbija on põhimõtteliselt ükskõikne kuju kui päritolutähise suhtes või et vedela kauba pakend ei saa kunagi olla eristusvõimeline määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b mõttes.

31 Vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale omab määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses eristusvõimet ainult selline kaubamärk, mis erineb oluliselt asjaomase sektori normist või tavadest ja seega täidab oma peamise ülesande päritolutähisena (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsused Henkel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 39 ja Mag Instrument *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 31).

32 Ühest küljest ei tulene sellest kohtupraktikast, et sektorit, mille raames võrdlemine toimub, oleks alati vaja piiritleda ainult nende kaupadega, mille jaoks registreerimist taotletakse. Ei saa välistada, et teataval juhul mõjutavad seda, kuidas antud kauba tarbijad tajuvad seda kaupa tähistavat kaubamärki, teiste kaupade, mille tarbijad nad

samuti on, jaoks välja töötatud turustamisviisid. Seega, tulenevalt asjaomaste kaupade ja taotletava kaubamärgi olemusest võib olla vajalik võtta eristusvõime olemasolu või selle puudumise hindamisel arvesse palju laiem sektor.

33 Iseäranis sellisel juhul, kui taotletav kaubamärk kujutab endast asjaomaste kaupade pakendi ruumilist kuju nagu antud asjaski — ennekõike siis, kui kaupade olemusest tulenevalt on nende turustamiseks vajalik pakend selline, et see väljavalitud pakend annab sellele kaubale kuju ning kauba registreerimistaotluse uurimisel tuleb see pakend samastada kaubaga (eespool viidatud kohtuotsus Henkel, punkt 33) —, võivad asjaomased normid ja tavad olla samad, mis kehtivad kaupadega, mille jaoks registreerimist taotletakse, sama olemusega ja samadele tarbijatele mõeldud kaupade pakendamise sektoris.

34 Tegelikult ei ole välistatud, et keskmine tarbija, kes on harjunud nägema erinevatelt ettevõtjatelt pärinevaid mitmesuguseid ühtmoodi pakendatud kaupu, ei tunne ettevõtja poolt antud kauba turustamise eesmärgil seda tüüpi pakendi kasutamises vahetult ära päritolutähist isegi siis, kui selle ettevõtja konkurendid turustavad seda kaupa teistsugustes pakendites. Sellega seoses tuleb rõhutada, et keskmine tarbija, kes ei tegele turu uurimisega, ei tea ette, et teatud kaupa turustab teatud tüüpi pakendis ainult üks äriühing, samas kui selle äriühingu konkurendid kasutavad selle toote puhul muid pakendamise viise

35 Teisest küljest on sektori, mille raames võrdlus tuleb läbi viia, piiritlemise puhul tegemist faktiliste asjaolude hindamise küsimusega. Nagu on sätestatud EÜ artiklis 225 ja Euroopa Kohtu põhikirja artikli 58 esimeses lõigus, võib Esimese Astme Kohtu otsuste peale edasi kaevata ainult õigusküsimustes. Seega on Esimese Astme Kohtul ainupädevus määratleda ja hinnata antud asjas olulisi faktilisi asjaolusid ning analüüsida tõendeid. Kõnealuste faktiliste asjaolude hindamine ja tõendite analüüs — välja arvatud juhul, kui neid on moonutatud — ei ole seega

niisugune õigusküsimus, mida Euroopa Kohus saaks apellatsiooni korras kontrollida (vt Euroopa Kohtu 19. septembri 2002. aasta otsused kohtuasjas C-104/00 P: DKV *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2002, lk I-7561, punkt 22 ja eespool viidatud kohtuotsus Mag Instrument *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 39).

36 Seega sai Esimese Astme Kohus õigust valesti kohaldamata arvestada üldiselt Euroopa turul kasutatavate vedelate toiduainete pakendamisviisidega selleks, et kindlaks teha, kas mõni asjaomastest püsti püsivatest kaheksast kotikesest võimaldab puuviljajookide ja -mahlade keskmisel tarbijal eristada hageja kaupu teiste ettevõtjate kaupadest ilma analüüsita või võrdlemiseta ja erilist tähelepanu pööramata.

37 Samuti võis Esimese Astme Kohus vaidlustatud otsuse punktides 47, 48 ja 50 õiguspäraselt viidata püsti püsivate kotikeste „standardkujule", „põhikujule", „peamisele vormile" või „tüüpilisele välimusele", mida tal oli võimalik määratleda Euroopa turul vedelate toiduainete turustamiseks kasutatavate püsti püsivate kotikeste alusel.

38 Seega tuleb esimese väite esimene osa tagasi lükata.

Teine väide

Poolte argumendid

39 Apellatsioonkaebuse teise väite teises osas väidab hageja, et Esimese Astme Kohus esitas seoses ruumiliste kaubamärkidega liiga kõrged nõudmised minimaalsele

eristusvõimele, mis on vajalik määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis b sätestatud tingimuste täitmiseks. Esimese Astme Kohus oleks pidanud kohaldama sama praktikat, mida ta kohaldab tasapinnaliste kaubamärkide puhul ja mille kohaselt saab siiski registreerida ka kaubamärke, mis kalduvad vaid vähesel määral kõrvale lihtsatest geomeetrilistest kujunditest.

40 Hageja leiab, et isegi juhul, kui püsti püsivad kotikesed oleksid Euroopa turul tavaliseks puuviljajookide ja -mahlade pakendi kujuks, oleks ruumilistel kotikestel, mille registreerimist kaubamärkidena taotletakse, piisavalt kujunduselemente, mis võivad täita päritolutähise ülesannet.

41 Sama väite teises osas märgib hageja, et kuna ühtlustamisamet on seoses sama valdkonnaga kord juba heaks kiitnud sellist liiki kaubamärkide registreeringud, millega on tegemist käesolevas asjas, ning taotletavad kaubamärgid on juba siseriiklike kaubamärkidena mitmetes liikmesriikides registreeritud, siis peavad ühtlustamisamet ja Esimese Astme Kohus põhjendama, miks keskmine tarbija ei pruugi kõnealuseid kaubamärke kaupade päritolutähisena tajuda. Esimese Astme Kohus ei esitanud vaidlustatud otsuses vastavat põhjendust.

42 Vastusena teise väite esimesele osale väidab ühtlustamisamet, et Esimese Astme Kohus ei kohaldanud ruumiliste kaubamärkide osas rangemaid nõudeid, vaid üksnes tuletas meelde väljakujunenud kohtupraktikat, mille kohaselt avalikkus ei pruugi kauba välimuses seisnevat ruumilist kaubamärki tajuda samal viisil kui sõna- või kujutismärki.

43 Ühtlustamisamet lisab, et hageja ei saa õiguspäraselt apellatsiooni korras vaidlustada vaidlustatud kohtuotsuse punktis 52 esitatud Esimese Astme Kohu hinnangut faktiliste ajaolude kohta, mille kohaselt on taotletavate kaubamärkide kujunduselemendid liiga ebaolulised selleks, et asjaomane avalikkus need meelde jätaks.

44 Seoses sama väite teise osaga leiab ühtlustamisamet, et etteheide põhjendamata jätmise kohta on ilmselgelt põhjendamata. Asjaolust, et kaubamärk on siseriikliku tasandil registreeritud, ei tulene Esimese Astme Kohtule mitte mingisugust erilist põhjendamiskohustust, kui ta kavatseb teha liikmesriigi asutuse otsusest erineva otsuse. Esimese Astme Kohus peab põhjendama üksnes seda, kuidas tema õigust kohaldab.

Euroopa Kohtu hinnang

45 Seoses väite esimese osaga näitab kaubamärgi eristusvõime määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses seda, et kaubamärk võimaldab määratleda kaupu või teenuseid ühelt kindlalt ettevõtjalt pärinevatena ning seega eristada neid teiste ettevõtjate kaupadest või teenustest (eespool viidatud kohtuotsused Henkel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 34 ja Mag Intstrument *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 29).

46 Esiteks mis puutub väite sellesse osasse, milles hageja heidab Esimese Astme Kohtule ette, et viimane otsustas vaidlustatud kohtuotsuse punktides 37 ja 38, et asjaomane avalikkus ei pruugi kauba välimuses seisnevat ruumilist kaubamärki tajuda samal viisil kui sõna- või kujutismärki ning et keskmine tarbija tajub joogipakendi kuju kaubandusliku päritolu tähisena ainult siis, kui see kuju on vahetult tajutav sellise tähisena, siis on see põhjendamata käesoleva kohtuotsuse punktides 28–30 äratoodud põhjustel.

47 Teiseks seatakse väite selles osas, kus hageja heidab Esimese Astme Kohtule ette, et viimane otsustas vaidlustatud otsuse punktides 44–52, et nende kotikeste ruumilise kuju puhul, mille registreerimist ühenduse kaubamärkidena taotletakse, ei ole kujunduselemendid piisavad päritolutähise ülesande täitmiseks, kahtluse alla Esimese Astme Kohtu hinnang faktilistele asjaoludele ning väite see osa tuleb tunnistada vastuvõetamatuks käesoleva kohtuotsuse punktis 35 ära toodud põhjustel.

48 Seoses teise väite teise osaga tuleb rõhutada esiteks seda, et apellatsioonikoja poolt määruse nr 40/94 alusel tähise ühenduse kaubamärgina registreerimise kohta käivate otsuste vastuvõtmise puhul on tegemist piiratud pädevuse, mitte aga kaalutlusõiguse teostamisega. Järelikult, nagu otsustas Esimese Astme Kohus vaidlustatud otsuse punktis 55, tuleb nende otsuste seaduslikkust hinnata ainult nimetatud määruse alusel ja mitte apellatsioonikodade varasema otsustuspraktika alusel (15. septembri 2005. aasta otsus kohtuasjas C-37/03 P: BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2005, lk I-7975, punkt 47).

49 Teiseks otsustas Esimese Astme Kohus sama otsuse punktis 56 õigesti, et liikmesriikide varasemad registreeringud on üksnes sellised asjaolud, mida võib küll arvesse võtta ühenduse kaubamärgi registreerimisel, kuid mis ei ole otsustava tähendusega (vt selle kohta seoses direktiivi 89/104 alusel mitmetes liikmesriikides tehtud siseriiklike registreeringutega eespool viidatud kohtuotsus Henkel, punktid 62 ja 63). Tuleb lisada, et mitte ükski määruse nr 40/94 säte ei kohusta ühtlustamisametit ega Esimese Astme Kohut tegema sarnases olukorras samasuguseid järeldusi, milleni jõudis liikmesriigi ametiasutus (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus DKV *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 39).

50 Seega tuleb tõdeda, et Esimese Astme Kohus, kes esitas üksikasjaliku põhjenduse, miks taotletavate kaubamärkide suhtes tuleb kohaldada määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis b sätestatud absoluutset keeldumispõhjust, on oma otsust põhjendanud piisavalt.

51 Apellatsioonkaebuse teine väide tuleb tagasi lükata.

Esimese väite teine osa ja kolmas väide

Poolte argumendid

52 Seoses apellatsioonkaebuse esimese väite teise osaga ja kolmanda väitega, mida tuleb käsitleda koos, märgib hageja sisuliselt seda, et Esimese Astme Kohus hindas ekslikult taotletavate kaubamärkide eristusvõimet määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses, lähtudes nende võimalike konkurentide huvidest, kes võivad oma kaupade jaoks kasutada püsti püsivaid kotikesi.

53 Hageja meenutab, et vastavalt Euroopa Kohtu kohtupraktikale on kõik määruse nr 40/94 artikli 7 lõikes 1 nimetatud keeldumispõhjused teineteisest sõltumatud ning neid tuleb hinnata eraldi. Lisaks tuleb neid keeldumispõhjuseid tõlgendada lähtuvalt keeldumispõhjuste aluseks olevast üldisest huvist.

54 Hageja leiab, et antud asjas hindas Esimese Astme Kohus taotletavate kaubamärkide eristusvõimet lähtuvalt fiktiivsest põhikujust ja püsti püsivate kotikeste võimalikust kasutamisest tulevikus seoses asjaomaste kaupadega. Küsimus, kas tulevikus võivad konkurendid kasutada puuviljajookide ja -mahlade jaoks püsti püsivaid kotikesi on määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b mõttes eristusvõime hindamisel asjakohatu, puudutades ainult sama lõike punkti c.

55 Hageja sõnul hõlmab määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b aluseks olev üldine huvi tegelikult keskmise tarbija huvi omada võimalust ära tunda kaubamärgiga tähistatud kaupu ning seostada neid kindla tootjaga. Konkurentide huviga on omakorda piisavalt arvestatud määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c, millele asjaomaste kaubamärkide registreerimisest keeldumisel ei tuginetud.

56 Teise võimalusena märgib hageja, et Esimese Astme Kohus jättis siis, kui ta hindas võimalike konkurentide huvi kasutada oma toodete jaoks püsi püsivaid kotikesi, ekslikult tähelepanuta asjaolu, et hageja kasutab juba aastaid oma kaupade pakendamiseks selliseid kotikesi, ilma et neid oleks järgi tehtud.

57 Ühtlustamisamet märgib, et juhul, kui kaubamärgil puudub eristusvõime, siis tarbijate üldise huvi kaalutlused ei ole takistuseks määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b alusel kaubamärgi registreerimisest keeldumisele. Nimelt eeldatakse, et sellisel juhul ei määratle tarbijad seda kaubamärki kauba päritolutähisega. Seega puudub hageja sellekohastel väidetel igasugune õiguslik põhjendus ning need väited tuleb ilmselge põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

58 Vaidlustatud otsuse punktist 54 tuleneb, et Esimese Astme Kohus ei ole püsti püsivate kotikeste kasutamise ainuõiguse tekkimise riski pidanud määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b kohaldamise kriteeriumiks, nii et antud juhul ei teki küsimust, kas selline risk tegelikult on olemas või mitte.

Euroopa Kohtu hinnang

59 Kohtupraktika kohaselt on kõik määruse nr 40/94 artikli 7 lõikes 1 nimetatud registreerimisest keeldumise põhjused teineteisest sõltumatud ning neid tuleb hinnata eraldi. Samuti tuleb nimetatud keeldumispõhjuseid tõlgendada lähtuvalt nende kõigi aluseks olevast üldisest huvist. Iga keeldumispõhjuse hindamisel arvesse võetud üldine huvi võib või isegi peab väljendama erinevaid kaalutlusi vastavalt asjaomasele keeldumispõhjusele (eespool viidatud kohtuotsus Henkel *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punktid 45 ja 46; 16. septembri 2004. aasta otsus kohtuasjas C-329/02 P: SAT.1 *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-8317, punkt 25 ja eespool viidatud kohtuotsus BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 59).

60 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b eesmärk on hoida ära eristusvõimeta kaubamärkide registreerimine, kuna ainult eristusvõime on see, mis võimaldab kaubamärkidel täita nende peamist ülesannet, milleks on tarbijale või lõppkasutajale kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse päritolu tagamine, võimaldades tarbijal võimaliku segiajamiseta eristada seda kaupa või teenust teise päritoluga kaubast või teenusest (vt eelkõige 23. mai 1978. aasta otsus kohtuasjas 102/77: Hoffmann-La Roche, EKL 1978, lk 1139, punkt 7; 18. juuni 2002. aasta otsus kohtuasjas C-299/99: Philips, EKL 2002, lk I-5475, punkt 30 ja eespool viidatud kohtuotsus SAT.1 *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 23).

61 Kui silmas pidada kaubamärgile määruse nr 40/94 kohaselt antava õigusliku kaitse ulatust, siis on määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b aluseks olev üldine huvi kaubamärgi peamisest ülesandest lahutamatu (eespool viidatud kohtuotsused SAT.1 *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 27 ja BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 60).

62 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkt c, keelates registreerida ühenduse kaubamärgina selliseid märke või tähiseid, mis kaubanduses tähistavad kauba või teenuse omadusi, täidab üldise huvi eesmärki, mille kohaselt peavad sellised märgid või tähised olema kõikide jaoks vabalt kasutatavad. Seega takistab kõnealune säte märkide või tähiste kasutamise ainuõiguse andmist ainult ühele ettevõtjale põhjusel,

et need on kaubamärgina registreeritud (vt 23. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-191/01 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, EKL 2003, lk I-12447, punkt 31; 5. veebruari 2004. aasta määrused kohtuasjas C-326/01 P: Telefon & Buch *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-1371, punkt 27 ja kohtuasjas C-191/01 P: Streamserve *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-1461, punkt 25).

63 Nagu Euroopa Kohus on varem osundanud, on kriteerium, mille kohaselt ei saa registreerida selliseid kaubamärke, mida võidakse tavaliselt kaubanduses asjaomaste kaupade ja teenuste tähistamiseks kasutada, asjakohane määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c puhul, kuid selle alusel ei saa tõlgendada selle lõike punkti b (eespool viidatud kohtuotsused SAT.1 *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 36 ja BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 62).

64 Vaidlustatud kohtuotsuse punktis 31 leidis Esimese Astme Kohus, et kaubamärgid, millel puudub eristusvõime määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti b mõttes, „on eelkõige kas sellised, mida asjaomase avalikkuse seisukohalt vaadatuna tavaliselt kasutatakse kaubanduses asjaomaste kaupade või teenuste tähistamiseks, või sellised, mille puhul on olemas konkreetsed asjaolud, mis viitavad sellele, et neid võib selliselt kasutada". Lisaks on Esimese Astme Kohus sama otsuse punkti 41 viimases lauses tõdenud, et esinevad konkreetsed faktilised asjaolud, mis viitavad sellele, et püsti püsivaid kotikesi „võidakse kasutada" kaubanduses asjaomaste kaupade esitamiseks, ning nimetatud otsuse punkti 42 viimases lauses, et „sellise pakendamise viisi eeldatav areng kinnitab [...] selle kasutuse tavapärasust".

65 Kindlasti tuleb mainida seda, et vaatamata vaidlustatud kohtuotsuses esitatud väidetele ei tuginenud Esimese Astme Kohus oma otsuses kriteeriumile, mida on mainitud käesoleva otsuse punktis 63.

66 Tegelikult tuleneb vaidlustatud kohtuotsuse punkti 42 esimesest ja teisest lausest, et sõltumata vastusest küsimusele, kas püsti püsivaid kotikesi võidakse kasutada puuviljajookide ja -mahlade jaoks, tegi Esimese Astme Kohus otsuse taotletavate kaubamärkide eristusvõime puudumise kohta seetõttu, et selline pakendamise viis on juba ühenduses laialdaselt kasutusel vedelate toiduainete jaoks, mistõttu sellel puudub piisavalt rõhutatult ebatavaline olemus, mille tõttu keskmine tarbija tajuks seda pakendit ennast asjaomast liiki kauba kaubandusliku päritolu tähisena.

67 Seega ei jõudnud Esimese Astme Kohus sellele järeldusele mitte tuginedes võimalusele, et tulevikus võidakse neid püsti püsivaid kotikesi kasutada laialdaselt vedelate toiduainete valdkonnas — mida ta kasutas uurimise raamistikuna —, vaid asjaolule, et neid juba kasutatakse laialdaselt. Sellega tugines Esimese Astme Kohus oma järelduses õigele kriteeriumile.

68 Lisaks väitis Esimese Astme Kohus vaidlustatud kohtuotsuse punktide 41 ja 42 viimastes lausetes kõigest täiendavalt seda, et tulevikus võivad hageja konkurendid kasutada püsti seisvaid kotikesi puuviljajookide ja -mahlade jaoks.

69 Tuleb mainida, et Esimese Astme Kohus märkis õigesti vaidlustatud kohtuotsuse punktis 32, et „kauba kujus seisneva ruumilise kaubamärgi taotleja konkurentide võimalik huvi vabalt valida oma kaupade vormi ja kujundust ei ole iseenesest ei sellise kaubamärgi registreerimisest keeldumise alus ega ka kaubamärgi eristusvõime piisav hindamiskriteerium".

70 Tegelikult ei tuginenud Esimese Astme Kohus vaidlustatud kohtuotsuse punktides 44–54 äratoodud taotletavate kaubamärkide analüüsis mitte võimalike konkurentide huvile, vaid hoopis sellele, kas kõnealused kaubamärgid võimaldavad puuviljajookide ja -mahlade keskmisel tarbijal ilma võimaliku segiajamiseta eristada hageja kaupu teise päritoluga kaupadest.

71 Järelikult tuleb tagasi lükata nii esimese väite teine osa kui ka kolmas väide ning seega jätta apellatsioonkaebus rahuldamata.

Kohtukulud

72 Vastavalt kodukorra artikli 69 lõikele 2, mida kodukorra artikli 118 alusel kohaldatakse apellatsioonkaebuste suhtes, on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna ühtlustamisamet on kohtukulude hüvitamist nõudnud ja hageja on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud mõista välja hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (esimene koda) otsustab:

1. **Jätta apellatsioonkaebus rahuldamata.**

2. **Mõista kohtukulud välja Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG-lt.**

Allkirjad