Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (neljas koda)

7. oktoober 2015*

Ühenduse kaubamärk — Ühenduse sõnamärkide ΧΑΛΛΟΥΜΙ ja HALLOUMI taotlused — Absoluutne keeldumispõhjus — Eristusvõime puudumine — Kirjeldavus — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktid b ja c

Liidetud kohtuasjades T-292/14 ja T-293/14,

Küprose Vabariik, esindajad: *barrister* S. Malynicz ja *solicitor* V. Marsland,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: P. Geroulakos,

kostja,

mille ese on kaks hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti neljanda apellatsioonikoja 19. veebruari 2014. aasta kahe otsuse (asi R 1849/2013-4 ja asi R 1503/2013-4) peale, mis puudutavad vastavalt sõnalise tähise ΧΑΛΛΟΥΜΙ ja sõnalise tähise HALLOUMI ühenduse kaubamärgina registreerimise taotlusi,

ÜLDKOHUS (neljas koda),

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

kohtusekretär: ametnik I. Dragan,

arvestades 28. aprillil 2014 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldusi,

arvestades 16. septembril 2014 Üldkohtu kantseleisse saabunud kostja vastust,

arvestades 28. augusti 2014. aasta kohtumäärust, millega liideti kohtuasjad T-292/14 ja T-293/14 menetluse kirjaliku osa, menetluse suulise osa ja lahendi huvides,

arvestades 20. mail 2015 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: inglise.

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja Küprose Vabariik esitas 13. ja 15. veebruaril 2013 vastavalt nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrusele (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1) Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") kaks ühenduse kaubamärgi registreerimise taotlust.

2 Kaubamärgid, mille registreerimist taotleti, on sõnalised tähised HALLOUMI ja ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

3 Kaubad, mille jaoks registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 29 ning vastavad järgmisele kirjeldusele: „juust; piim ja piimatooted".

4 Ühtlustamisameti kontrollija teatas 1. ja 14. märtsil 2013 hagejale, et tema arvates ei saa asjaomaseid tähiseid registreerida, kuna esinevad absoluutsed registreerimisest keeldumise põhjused, mis on ette nähtud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktides b ja c ning artikli 7 lõikes 2.

5 Hageja esitas 26. aprilli ja 14. mai 2013. aasta kirjades oma argumendid kontrollija nimetatud seisukohale vastu vaidlemiseks.

6 Kontrollija lükkas 21. juuni ja 24. juuli 2013 otsustega ühenduse kaubamärgi taotlused määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktide b ja c ning artikli 7 lõike 2 alusel tagasi.

7 Hageja esitas 2. augustil ja 20. septembril 2013 ühtlustamisametile määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel kontrollija otsuste peale kaebuse.

8 Ühtlustamisameti neljas apellatsioonikoda jättis 19. veebruari 2014. aasta kahe otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsused") kaebused rahuldamata. Ta leidis esiteks, et taotletavad kaubamärgid on määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses asjaomaseid kaupu kirjeldavad, ning teiseks, et neil puudub sama määruse artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses eristusvõime.

9 Esiteks rõhutas ta, et suurtähtedega kirjutatud mõisted „HALLOUMI" ja „ΧΑΛΛΟΥΜΙ" tähistavad Küprose juustutoodet ning kirjeldavad seega vähemalt Küprose avalikkuse silmis otseselt asjaomaste juustu, piima ja piimatoodete sorti ja geograafilist päritolu. Nii leidis ta, et inglise keelt kõneleva avalikkuse tajupildil – mille kohta märkis ta, et *Oxford English Dictionary* võrguväljaanne määratleb mõistet „halloumi" (kirjutatuna ladina tähtedega) kui registreeritud kaubamärki (omaniku nimi) – puudub asjas tähtsus. Mis puutub suurtähtedega kirjutatud mõistesse „ΧΑΛΛΟΥΜΙ", siis leidis ta, et keskmine Inglise tarbija ei oska kreeka tähestikku kasutades lugeda. Teiseks meenutas apellatsioonikoda, et kuna määrus nr 207/2009 ei näe ette garantiimärkide registreerimist, siis tuleb nende kaubamärkide kohta esitada individuaalse kaubamärgi taotlus ning need saab registreerida üksnes siis, kui ükski määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikes 1 nimetatud absoluutne keeldumispõhjus ei ole kohaldatav. Ta rõhutas selles osas, et kontrollija oli tuginenud registreerimistaotluste tagasi lükkamisel suurtähtedega kirjutatud mõistete „HALLOUMI" ja „ΧΑΛΛΟΥΜΙ" kirjeldavale tähendusele, mitte asjaolule, et hageja rakendas neid sõnu kasutades garantiimehhanisme. Kolmandaks ei oma apellatsioonikoja arvates käesolevas asjas tähtust asjaolu, et tähised INTEL INSIDE ja FAIRTRADE on individuaalse ühenduse kaubamärgina registreeritud ning need on seejärel vastavate kaupade ja teenuste omaduste edasiandmiseks litsentseeritud. Neljandaks asus ta seisukohale, et kuna taotletavad kaubamärgid kirjeldavad kaubamärgitaotlusega hõlmatud kaupade omadusi, puudub neil paratamatult eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses.

Poolte nõuded

10 Hageja palub Üldkohtul:

— tühistada vaidlustatud otsused,

— mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

11 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

12 Hageja põhjendab oma hagi ühe väitega, mille kohaselt on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkte b ja c. Kõigepealt tuleb uurida väidet määruse artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumise kohta.

13 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. Lisaks sätestab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõige 2, et lõiget 1 kohaldatakse olenemata sellest, et registreerimata jätmise põhjused on ainult teatavas Euroopa Liidu osas.

14 Määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktiga c hõlmatud märgid ja tähised on sellised, mis võivad asjaomase avalikkuse seisukohalt tavapärases kasutuses tähistada kas otseselt või ühe selle olulise omaduse mainimise kaudu kaupa või teenust, mille jaoks kaubamärgi registreerimist on taotletud (kohtuotsused, 20.9.2001, Procter & Gamble *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-383/99 P, EKL, EU:C:2001:461, punkt 39, ja 22.6.2005, Metso Paper Automation *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (PAPERLAB), T-19/04, EKL, EU:T:2005:247, punkt 24).

15 Seetõttu eeldab tähise kuulumine nimetatud sättes sisalduva keelu kohaldamisalasse seda, et tähisel on kõnealuste kaupade või teenustega piisavalt otsene ja konkreetne seos, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on kõnealuste kaupade või teenuste või mõne omaduse kirjeldusega (kohtuotsused PAPERLAB, punkt 14 eespool, EU:T:2005:247, punkt 25, ja 30.11.2011, Hartmann *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Complete), T-123/10, EU:T:2011:706, punkt 21).

16 Seetõttu tuleb tähise kirjeldavust hinnata üksnes ühelt poolt kõnealuste kaupade ja teenuste suhtes ning teiselt poolt arusaama suhtes, mis asjaomasel avalikkusel sellest tekib (kohtuotsused, 16.3.2006, Telefon & Buch *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, EKL, EU:T:2006:87, punkt 90, ja 15.1.2015, MEM *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (MONACO), T-197/13, EKL, EU:T:2015:16, punkt 50).

17 Poolte argumente vaidlustatud otsustes esitatud apellatsioonikoja hinnangu kohta tuleb uurida neid põhimõtteid arvestades.

18 Esiteks, nagu vaidlustatud otsuste punktis 13 märgitud, on asjaomased kaubad suunatud laiale avalikkusele, millele hageja ei ole ka vastu vaielnud. Samuti tuleb heaks kiita apellatsioonikoja lähenemine – millele hageja ei ole vastu vaielnud – tugineda taotletavate kaubamärkide kirjeldavuse analüüsimisel Küprose avalikkusele.

19 Apellatsioonikoda on määruse nr 207/2009 artikli 7 lõiget 2 kohaldades absoluutset keeldumispõhjust õigesti hinnanud üksnes Küprose avalikkuse suhtes. Nagu apellatsioonikoda kohtuasjas T-292/14 vaidlustatud otsuse punktis 11 rõhutas, on sõna „ΧΑΛΛΟΥΜΙ" kirjutatud kreeka suurtähtedega ning selle registreeritavuse saab kindlaks teha Küprose avalikkuse põhjal, kes kasutab kreeka tähestikku standardtähestikuna. Samuti, mis puutub suurtähtedega kirjutatud mõistetesse „HALLOUMI" ja „ΧΑΛΛΟΥΜΙ", siis nendib hageja, et need tähistavad Küprose juustutoodet. Sellest põhjusest piisab ka õigustamaks asjaolu, et kohtuasjas T-293/14 tugines apellatsioonikoda absoluutse keeldumispõhjuse hindamisel üksnes Küprose avalikkusele.

20 Teiseks leidis apellatsioonikoda, et suurtähtedega kirjutatud mõisted „HALLOUMI" ja „ΧΑΛΛΟΥΜΙ" tähistavad teatavat Küprose juustutoodet ning seega kirjeldavad need Küprose avalikkuse silmis otseselt juustu, piima ja piimatoodete sorti ning geograafilist päritolu (vaidlustatud otsuste punkt 14).

21 Selle järeldusega tuleb nõustuda. Tegelikult on hageja ise oma menetlusdokumentides seda kinnitanud. Ta rõhutab, et suurtähtedega kirjutatud mõisted „HALLOUMI" ja „ΧΑΛΛΟΥΜΙ" tähistavad teatavat konkreetset Küproselt eksporditava juustu sorti, mida toodetakse teataval kindlal viisil ning millel on teatavad konkreetsed maitse, tekstuur ja kulinaarsed omadused.

22 Samuti tuleb meenutada, et Üldkohus on juba asunud seisukohale, et suurtähtedega kirjutatud sõna „HALLOUMI" viitab Küprose teatavale juustutootele ning see mõiste kirjeldab asjaomast kaupa (vt selle kohta kohtuotsus, 13.6.2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Garmo (HELLIM), T-534/10, EKL, EU:T:2012:292, punktid 41 ja 55).

23 Kohtuistungil vaidles hageja kohtuotsuse HELLIM, punkt 22 eespool (EU:T:2012:292) sellisele tõlgendusele vastu, väites, et kohtuotsuse punktis 41 ei otsustanud Üldkohus varasema kaubamärgi HALLOUMI eristusvõime üle, vaid hindas üksnes kreekakeelset sõna tõlgituna türgi keelde, nentides vaid seda, et mõiste „halloumi" tõlgitakse türgi keelde „hellim" ning tarbijad teavad, et need kaks mõistet viitavad samale kaubale. Hageja väitis ka, et Üldkohus on kohtuotsuse HELLIM punktis 52, punkt 22 eespool (EU:T:2012:292), sedastanud, et varasemal kaubamärgil HALLOUMI on eristusvõime.

24 Need argumendid tuleb ainetuse tõttu tagasi lükata. Üldkohus nendib, et hageja ei vaidle vastu asjaolule, et suurtähtedega kirjutatud mõiste „HALLOUMI" on asjaomast kaupa kirjeldav, nimelt et tegemist on erilise Küprose juustuga, nagu on sedastatud ka kohtuotsuse HELLIM punktis 55, punkt 22 eespool (EU:T:2012:292).

25 Kui tähis aga on neid kaupu või teenuseid, mille jaoks selle registreerimist kaubamärgina taotletakse, määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses kirjeldav, puudub sellel asjaomaste kaupade ja teenustega seoses eristusvõime, välja arvatud juhul, kui on kohaldatav kõnealuse artikli lõige 3 (vt kohtuotsused, 10.3.2011, Agencja Wydawnicza Technopol *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-51/10 P, EKL, EU:C:2011:139, punkt 33 ja seal viidatud kohtupraktika, ja 11.5.2005, Naipes Heraclio Fournier *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – France Cartes (Mõõk mängukaartidel), T-160/02–T-162/02, EKL, EU:T:2005:167, punkt 59 ja seal viidatud kohtupraktika).

26 Samas ei ole hageja tuginenud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikele 3 ega tõendanud, et tema tähis on kasutamise käigus nimetatud sätte tähenduses muutunud neid kaupu eristavaks, mille jaoks registreerimist taotletakse.

27 Asjaolu, et kohtuotsuses HELLIM, punkt 22 eespool (EU:T:2012:292) tunnistas Üldkohus selle tulemusel, et kaubamärkide HALLOUMI ja HELLIM segiajamise tõenäosusele oli vaieldud vastu, et ühenduse varasemal kollektiivsel sõnamärgil HALLOUMI on vähene eristusvõime – mida temalt nõuab ka kohtupraktika (vt kohtuotsus, 24.5.2012, Formula One Licensing *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-196/11 P, EKL, EU:C:2012:314, punkt 47) –, ei sea kahtluse alla eelmises punktis antud hinnangut. Tegelikult märgib Üldkohus selles kohtuotsuses esiteks, et kaubamärk HALLOUMI ei ole eriti eristusvõimeline ja see on kirjeldav (kohtuotsus HELLIM, punkt 22 eespool, EU:T:2012:292, punkt 55). Nii on selle nentimine, et ühenduse kollektiivsel sõnamärgil HALLOUMI on vähene eristusvõime, ebapiisav, et kummutada selle kaubamärgi kirjeldavat olemust. Teiseks ei nähtu kõnealusest kohtuotsusest, et vähene eristusvõime on omandatud kasutamise käigus, nagu näeb ette määruse nr 207/2009 artikli 7 lõige 3.

28 Eeltoodut arvestades tuleb märkida, et tähise HALLOUMI kirjeldav tähendus, nagu seda on nentinud apellatsioonikoda, on vähemalt Küprose avalikkuse osas tuvastatud. Identsetel põhjustel võib sama järelduse teha tähise ΧΑΛΛΟΥΜΙ kohta.

29 Sellest tuleneb, et apellatsioonikoda ei teinud kaalutlusviga, kui leidis, et taotletavaid kaubamärke ei saa registreerida, kuna need kirjeldavad vähemalt Küprose avalikkuse silmis kaupu, mille jaoks registreerimist taotletakse.

30 Hageja esitab viis osaväidet, millega ta soovib need kaalutlused ümber lükata.

Esimene osaväide, et määrus nr 207/2009 ei välista garantiimärke

31 Hageja väidab, et määrus nr 207/2009 lubab selliste garantiimärkide registreerimist, mis täidavad ühenduse kaubamärgi kriteeriume. Ta heidab apellatsioonikojale ette selle märkimata jätmist, et määrus nr 207/2009 ei keela tavalise ühenduse kaubamärgina selliste garantiimärkide registreerimist, mis on kõnealuse määruse üldnormidega kooskõlas.

32 Ühtlustamisamet väidab, et garantiimärke võib individuaalsete ühenduse kaubamärkidena registreerida, kui need täidavad määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 tingimusi.

33 Esiteks tuleb märkida, et vaidlustatud otsuste punktis 16 rõhutas apellatsioonikoda, et kaubamärgi registreerimisest ei saa keelduda seetõttu, et seda kasutatakse garantiimärgina. Siiski täpsustas ta, et määrus nr 207/2009 ei näe ette garantiimärkide registreerimist, vaid nende registreerimist tuleb taotleda individuaalsete kaubamärkidena ning neid saab registreerida üksnes siis, kui ükski kõnealuse määruse artikli 7 lõikes 1 nimetatud absoluutne keeldumispõhjus ei ole kohaldatav.

34 Nii rõhutas apellatsioonikoda sõnaselgelt, et garantiimärke võib ühenduse kaubamärgina registreerida juhul, kui ei esine absoluutset keeldumispõhjust määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 tähenduses, mis takistaks nende registreerimist. Hageja argument, et apellatsioonikoda ei ole märkinud, et määrus nr 207/2009 ei keela garantiimärkide registreerimist, tuleb aga igal juhul tagasi lükata.

35 Teiseks rõhutas ühtlustamisamet õigesti, et määrus nr 207/2009 ei näe ette garantiimärkide kaitset. Selles on nähtud ette üksnes individuaalsete ja kollektiivsete ühenduse kaubamärkide kaitse.

36 Käesoleval juhul on hageja esitanud kaks individuaalse kaubamärgi taotlust ning neid individuaalse kaubamärgi registreerimise taotlusi on uuritud määruses nr 207/2009 ette nähtud kriteeriumide, nende seas artikli 7 lõikes 1 nimetatud kriteeriumide suhtes.

37 Sellest järeldub, et esimene osaväide tuleb tagasi lükata.

Teine osaväide, et taotletavate kaubamärkide kirjeldavuse hindamisel on kohaldatud väärasid kriteeriume

38 Hageja väidab, et alates 1992. aastast kuuluvad talle kaks siseriiklikku garantiimärki, nimelt kaubamärgid HALLOUMI ja ΧΑΛΛΟΥΜΙ, ning vähemalt sellest aastast tajuvad Küprose tarbijad asjaomaseid tähiseid garantiimärkidena, mis tagavad kõigi spetsifikaadis nimetatud täpsete normide järgimist.

39 Ühtlustamisamet väidab, et taotletavate kaubamärkide registreerimisest keeldumine põhineb individuaalsete kaubamärkide kirjeldaval laadil, mitte garantiimärkidega seotud kriteeriumidel, ning toob välja asjaolu, et hageja ise tunnistab, et taotletavad kaubamärgid kirjeldavad asjaomaste kaupade sorti ja päritolu.

40 Kõigepealt tuleb nentida, et hageja tunnistab asjaolu, et Küprose ja kogu liidu tarbijad on alati tajunud taotletavaid kaubamärke kui teatavat konkreetset Küproselt eksporditava juustu sorti, mida toodetakse teataval kindlal viisil ning millel on teatavad eriomased maitse, tekstuur ja kulinaarsed omadused.

41 Seega ei teinud apellatsioonikoda kaalutlusviga, kui ta rõhutas vaidlustatud otsuste punktis 14, et tähised kirjeldavad vähemalt Küprose avalikkuse silmis otseselt vastava juustu sorti ja geograafilist päritolu.

42 Nagu ühtlustamisamet märgib, põhineb taotletavate kaubamärkide registreerimisest keeldumine individuaalsete kaubamärkide kirjeldaval laadil, mitte garantiimärkidega seotud kriteeriumidel.

43 Sellest tulenevalt ei oma asjaolu, et hageja on alates 1992. aastast identsete garantiimärkide omanik, tähiste kirjeldavuse osas tähtust.

44 Siinkohal tuleb uurida hageja argumenti, mille kohaselt on sisuliselt see, et vastavad garantiimärgid on alates 1992. aastast olemas olnud, muutnud Küprose tarbijate tajupilti asjaomastest tähistest viisil, mis ületab nende käsitlemist pelgalt asjaomaseid kaupu kirjeldavatena. Sellest ajast alates tajuvad nad asjaomaseid tähiseid nii, et need tagavad kõigi spetsifikaadis nimetatud täpsete normide järgimist.

45 Seega puudub sellel argumendil õiguslik mõju. Tegelikult puudutavad hageja osutatud kriteeriumid, mis on seotud kauba geograafilise päritoluga, nende olemusega ja omadustega, garantiimärke. Neile tuginedes ei saa tõendada, et Küprose tarbija ei taju asjaomaseid tähiseid – mis on individuaalsete kaubamärkide registreerimise taotluste ese – asjaomaseid kaupu kirjeldavana.

46 Kui nii isegi eeldada, et teatavad Küprose tarbijad tajuvad juba palju aastaid asjaomaseid tähiseid garantiimärkidena, mis tagavad kõigi täpsete õiguslike nõuete järgimise, ei mõjuta selline tajupilt asjaomaste kaubamärkide kirjeldavust määruse nr 207/2009 artikli 7 punkti 1 alapunkti c tähenduses nende tarbijate silmis, ja veelgi enam muude tarbijate silmis, kes ei näe garantiimärgiga seost.

47 Lõpuks väidab hageja, et apellatsioonikoja lähenemine tähendab seisukohta, et kõigi garantiimärkide kui selliste registreerime on välistatud. Tema sõnul ei saa neid ühenduse kaubamärgina registreerida üksnes juhul, kui kaubamärk ei kujuta endast enamat kui üldist laadi teavet, milles antakse otseselt ja üksnes teada asjaomaste kaupade või teenuste omadused. Ta viitab näitena eelkõige väljendile „100% loomaliha”.

48 Nagu ühtlustamisamet õigesti rõhutab, ei saa hageja seisukohaga nõustuda, kuna see vastab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c nimetatud kirjeldavuse mõistet kitsendavale määratlusele.

49 Tuleb märkida, et kriteeriumid, millele hageja tugineb, väites, et asjaomased tähised kujutavad endast erinevalt väljendist „100% loomaliha” enamat kui üldist laadi teavet, milles antakse otseselt ja üksnes teada asjaomaste kaupade või teenuste omadused, puudutavad garantiimärke, mis on just kirjeldavad, kuna need on seotud kauba geograafilise päritoluga, selle olemuse ja omadustega.

50 Seetõttu tuleb teine osaväide tagasi lükata.

Kolmas osaväide, et puudub avalik huvi hoida taotletavaid kaubamärke vabana

51 Hageja väitel puudub avalik huvi, mis õigustaks taotletavate kaubamärkide hoidmist kolmandate isikute jaoks vabalt kasutatavana. Ta meenutab, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikes 1 loetletud registreerimisest keeldumise põhjuste tõlgendamisel tuleb lähtuda nendest igaühe aluseks olevast üldisest huvist. Siinkohal tugineb ta 4. mai 1999. aasta kohtuotsusele Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EKL, EU:C:1999:230, punktid 29 ja 30), milles on tema sõnul selgesti märgitud, et avalik huvi on määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c nurgakivi. Ta leiab, et apellatsioonikoda oleks pidanud esitama endale küsimusele, kas on mõistlik eeldada, et kolmandad isikud soovivad asjaomast kaubamärki tulevikus kasutada. Ta märgib seejuures, et ainus põhjus, miks kaupmehed võivad soovida taotletavaid kaubamärke garantiimärkidest tulenevaid õigusnorme rikkudes kasutada, on eesmärk üldust eksitada. Seega puudub avalik huvi, et kaupmehed saaksid oma kaupa vääralt kirjeldada. Seevastu esineb garantiimärkide kaitse suhtes ülekaalukas avalik huvi. Ta lisab, et garantiimärkide registreerimine ei too kaasa kuritarvitusi ega lihtsusta kirjeldavate kaubamärkide registreerimist, kuna nendel ei ole garantiimärkide „templit” ega mainet.

52 Ühtlustamisamet vaidleb nendele argumentidele vastu.

53 Tuleb meenutada, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c aluseks olev üldine huvi nõuab, et registreerimistaotlusega hõlmatud kauba või teenuse omadusi kaubanduses tähistavad tähised või märgid peavad olema kõikide jaoks vabalt kasutatavad. See säte takistab märkide või tähiste kasutamise ainuõiguse andmist ainult ühele ettevõtjale põhjusel, et need on kaubamärgina registreeritud (kohtuotsused, 23.10.2003, Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, C-191/01 P, EKL, EU:C:2003:579, punkt 31, ja 12.1.2006, Deutsche SiSi-Werke *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-173/04 P, EKL, EU:C:2006:20, punkt 62), ning kirjeldava mõiste monopoliseerimist teatava ettevõtja poolt muude ettevõtjate, sealhulgas konkurentide kahjuks, nii et nende endi kaupade kirjeldamiseks kasutatav sõnavara seega kahaneb (kohtuotsus, 6.3.2007, Golf USA *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (GOLF USA), T-230/05, EU:T:2007:76, punkt 32, ja 30.4.2013, ABC-One *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (SLIM BELLY), T-61/12, EU:T:2013:226, punkt 18).

54 Sellega seoses märgib hageja esiteks, et apellatsioonikoda oli kohustatud endalt küsima, kas esineb avalik huvi hoida taotletavad kaubamärgid kolmandate isikute jaoks vabalt kasutatavana, seda ta aga ei teinud. Teiseks väidab ta, et käesoleval juhul tuleb sellele küsimusele vastata, et avalikku huvi hoida taotletavad kaubamärgid vabalt kasutatavana ei esine. Nende argumentidega ei saa nõustuda.

55 Eespool punktis 53 viidatud kohtupraktikast nähtub, et üldine või avalik huvi hoida kirjeldavad kaubamärgid kolmandate isikute jaoks vabalt kasutatavana on kindlaks määratud ja seda tuleb eeldada. Sellest tuleneb, et kui taotletav kaubamärk on kirjeldav, piisab, kui apellatsioonikoda nimetatud kirjeldavat laadi nendib, ilma et ta peaks kontrollima, kas hoolimata sellest kirjeldavast laadist esineb tegelikult avalik huvi hoida taotletav kaubamärk kolmandate isikute jaoks vabalt kasutatavana. Nii tuleb määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamisega seoses asjaomasele sõnamärgile antava tähenduse põhjal üksnes kontrollida, kas asjaomase avalikkuse seisukohalt on seos kõnealuse sõnamärgi ning kaupade või teenuste vahel, mille jaoks selle registreerimist taotletakse, piisavalt otsene ja konkreetne (kohtuotsused, 3.12.2003, Audi *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (TDI), T-16/02, EKL, EU:T:2003:327 punkt 29, ja 23.10.2007, BORCO-Marken-Import Matthiesen *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Caipi), T-405/04, EU:T:2007:315, punkt 44). Siinkohal tasub ka meenutada, et määruse

nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamine ei sõltu sellest, kas vabalt kasutatavana hoidmise vajadus on konkreetne, tegelik ja tõsine (vt selle kohta kohtuotsused, 27.2.2002, Streamserve *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (STREAMSERVE), T-106/00, EKL, EU:T:2002:43, punkt 39; 9.2.2010, PromoCell bioscience alive *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (SupplementPack), T-113/09, EU:T:2010:34, punkt 27, ja 8.7.2010, Trautwein *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (Hobuse kujutis), T-386/08, EU:T:2010:296, punkt 45).

56 Nagu eespool punktides 18–29 märgitud, on vaidlustatud otsustes käesoleval juhul otsese ja konkreetse seose olemasolu taotletavate kaubamärkide ja nende kaupade omaduste vahel, mille jaoks on registreerimist taotletud, piisaval määral tuvastatud.

57 Peale selle väidab hageja tulemusetult, et sellise avaliku huvi olemasolu tunnistamine, mis õigustab taotletavate kaubamärkide vabalt kasutatavana hoidmist, tähendaks võimaldada kaupmeestel nende kasutamist, järgimata seejuures garantiimärkidest tulenevaid norme ja eksitades avalikkust.

58 Nagu ühtlustamisamet õigesti märgib, ei ole taotletavate kaubamärkide kasutust tulevikus puudutavad kaalutlused või sellest tulenevad võimalikud riskid asjakohased selle hindamisel, kas asjaomased kaubamärgid on kirjeldavat laadi.

59 Lõpuks ei oma käesoleva juhtumi lahendamisel tähtsust asjaolu, et teatavad Euroopa õiguse instituudid on väljendanud toetust garantiimärkide kaitse vajadusele. Tuleb meenutada, et kohtupraktika kohaselt tuleb apellatsioonikodade otsuste õiguspärasust hinnata üksnes määruse nr 207/2009 alusel, nagu liidu kohus on seda tõlgendanud (kohtuotsused, 15.9.2005, BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-37/03 P, EKL, EU:C:2005:547, punkt 47; Deutsche SiSi-Werke *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 53 eespool, EU:C:2006:20, punkt 48, ja PAPERLAB, punkt 14 eespool, EU:T:2005:247, punkt 39). Ühenduse kaubamärki reguleerivad kehtivad õigusnormid aga ei näe garantiimärkide registreerimise võimalust ette.

60 Arvestades eeltoodut, tuleb kolmas osaväide tagasi lükata.

Neljas osaväide garantiimärkide ühenduse kaubamärkidena registreerimise kohta

61 Hageja arvates ei ole apellatsioonikoja praktika olnud järjekindel, kuna ta on lubanud tavalise ühenduse kaubamärgina registreerida garantiimärke nagu FREEDOM FOOD, ENERGY STAR, FAIRTRADE ja ka UNDERWRITERS LABORATORIES. Ta heidab apellatsioonikojale sisuliselt ette seda, et viimane ei ole selgitanud põhjust, miks on keeldumispõhjusele, millele ei ole nende kaubamärkide suhtes tuginetud, viidatud taotletavate kaubamärkide suhtes.

62 Ühtlustamisamet vaidleb nendele argumentidele vastu.

63 Ühtlustamisameti varasemate otsustega seoses piisab, kui meenutada, et isegi kui ühtlustamisameti varasemas otsuses esitatud õiguslikud ja faktilised asjaolud võivad endast kujutada argumente määruse nr 207/2009 sätte rikkumisele osutava väite toetuseks, on otsuste puhul, mida apellatsioonikojad võtavad nimetatud määruse alusel vastu tähiste ühenduse kaubamärgina registreerimise kohta, tegemist piiratud pädevuse, mitte kaalutlusõiguse teostamisega. Järelikult tuleb apellatsioonikoja otsuste seaduslikkust hinnata ainult nimetatud määruse alusel, nagu liidu kohus on seda tõlgendanud, mitte apellatsioonikoja varasema otsustuspraktika alusel (kohtuotsused BioID *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 59 eespool, EU:C:2005:547, punkt 47; Deutsche SiSi-Werke *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 53 eespool, EU:C:2006:20, punkt 48, ja PAPERLAB, punkt 14 eespool, EU:T:2005:247, punkt 39). Ilmselgelt ei välista see aga võimalust, et liidu kohus nõustub mõne ühtlustamisameti otsustuspraktikas väljendatud argumendiga ja kasutab seda.

64 Tegelikult on kaks oletuslikku võimalust. Juhul kui apellatsioonikoda tunnistas varasemas otsuses tähise ühenduse kaubamärgina registreeritavust ning kohaldas määruse nr 207/209 asjakohaseid sätteid õigesti ja esimesega sarnases hilisemas otsuses võttis apellatsioonikoda vastu vastupidise otsuse, siis tuleb liidu kohtul viimati nimetatud otsus määruse nr 207/2009 asjakohaste sätete rikkumise tõttu tühistada. Seega on esimese oletuse puhul väide diskrimineerimiskeelu põhimõtte rikkumise kohta ainetu (kohtuotsus STREAMSERVE, punkt 55 eespool, EU:T:2002:43, punkt 67).

65 Seevastu juhul, kui apellatsioonikoda rikkus varasemas otsuses, tunnistades, et tähise saab ühenduse kaubamärgina registreerida, õigusnormi ning esimese otsusega sarnases hilisemas otsuses võttis apellatsioonikoda vastu vastupidise otsuse, siis ei saa viimase otsuse tühistamisnõudes esimesele otsusele tõhusalt tugineda. Euroopa Kohtu praktikast nähtub, et võrdse kohtlemise põhimõttele saab tugineda ainult kooskõlas õiguspärasuse põhimõttega (kohtuotsused, 13.7.1972, Besnard jt *vs.* komisjon, 55/71–76/71, 86/71, 87/71 ja 95/71, EKL, EU:C:1972:66, punkt 39, ja 28.9.1993, Magdalena Fernández *vs.* komisjon, T-90/92, EKL, EU:T:1993:78, punkt 38) ning keegi ei saa enda huvides tugineda teise isiku kasuks toime pandud õigusvastasele teole (kohtuotsus, 9.10.1984, Witte *vs.* parlament, 188/83, EKL, EU:C:1984:309, punkt 15). Seega ei ole teise oletuse puhul ka diskrimineerimiskeelu põhimõttest tulenev väide tulemuslik (kohtuotsus STREAMSERVE, punkt 55 eespool, EU:T:2002:43, punkt 67).

66 Nagu nähtub käesoleva väite analüüsist osas, mis puudutab artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumist, ning eelkõige eespool punktidest 13–29, leidis apellatsioonikoda õigesti, et taotletavaid kaubamärke ei saa registreerida, kuna need on asjaomaseid kaupu kirjeldavad.

67 Seega tuleb neljas osaväide tagasi lükata.

Viies osaväide, et on rikutud siseriiklike kaubamärkide kaitset

68 Hageja sõnul on vaidlustatud otsuste tulemusena nõrgendatud siseriiklike kaubamärkide kaitset. Siinkohal rõhutab ta, et siseriiklikele kaubamärkidele, sealhulgas garantiimärkidele võib ühenduse kaubamärke puudutavas menetluses tugineda. Vaidlustatud otsuste põhjal ei ole neil kaubamärkidel eristusvõimet ning seega ei omistata neile määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punktide a ja b alusel kaitset. Sellega seoses viitab ta kohtuotsusele Formula One Licensing *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 27 eespool (EU:C:2012:314, punktid 42–47), milles Euroopa Kohus leidis, et tunnustada tuleb ühenduse kaubamärgi registreerimisele esitatud vastulause aluseks oleva siseriikliku kaubamärgi teatavat eristusvõimet, vastasel korral rikutakse määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b.

69 Nagu ühtlustamisamet märgib, tuleb asuda seisukohale, et hageja argumendid ei ole asjakohased. Apellatsioonikoda esitas vastava põhjenduse määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktides b ja c esitatud absoluutsete keeldumispõhjuste kontrollimise, mitte *inter partes* menetluse raames.

70 Asjaolu, et apellatsioonikoda keeldus taotletavate kaubamärkide ühenduse kaubamärkidena registreerimisest absoluutse keeldumispõhjuse esinemise tõttu, ei tähenda siiski, et ühtlustamisameti kõnealune talitus ei tunnusta nende tähiste eristusvõimet juhul, kui need on varem siseriiklike kaubamärkidena registreeritud ning neile on vastulausemenetluses tuginetud. Sellega seoses puudutab kohtuotsus Formula One Licensing *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 27 eespool (EU:C:2012:314) *inter partes* menetlust ning on käesoleval juhul täiesti asjakohatu.

71 Nagu ühtlustamisamet rõhutab, ei ole hageja tõendanud, et apellatsioonikoda kohaldas absoluutse keeldumispõhjuse olemasolu tuvastanud menetluses hindamiskriteeriume, mis võivad rikkuda siseriiklike garantiimärkide kaitset.

72 Seega tuleb viies osaväide tagasi lükata.

73 Kõige eeltoodu põhjal tuleb hageja argument, et on rikutud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c, põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

74 Seoses määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumise küsimusega tuleb mainida, et nagu nähtub määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikest 1, piisab ühe absoluutse keeldumispõhjuse kohaldamisest selleks, et keelduda tähise registreerimisest ühenduse kaubamärgina (vt kohtuotsus WEISSE SEITEN, punkt 16 eespool, EU:T:2006:87, punkt 110 ja seal viidatud kohtupraktika).

75 Kuna hageja nende argumentide uurimine, mis puudutab määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumist, näitab, et apellatsioonikoda järeldas õigesti, et taotletavad kaubamärgid on asjaomaseid kaupu kirjeldavad, ning kuna juba ainuüksi sellest põhjusest taotletavate kaubamärkide registreerimisest keeldumiseks piisab, siis ei ole igal juhul vaja uurida määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b küsimust, millega seoses pole hageja pealegi esitanud ühtki eriomast argumenti.

76 Eelnimetatud kaalutlusi arvesse võttes tuleb jätta hagi rahuldamata.

Kohtukulud

77 Üldkohtu kodukorra artikli 134 lõike 1 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna Siseturu Ühtlustamise Amet on kohtukulude hüvitamist hagejalt nõudnud ja viimane on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (neljas koda)

otsustab:

1. Jätta hagi rahuldamata.

2. Jätta Küprose Vabariigi kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) kohtukulud.

Prek Labucka Kreuschitz

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 7. oktoobril 2015 Luxembourgis.

Allkirjad