Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (neljas koda)

15. jaanuar 2013 *

Ühenduse kaubamärk — Ühenduse sõnamärgi ecoDoor taotlus — Absoluutne keeldumispõhjus — Kirjeldavus — Määruse (EÜ) nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c

Kohtuasjas T-625/11,

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, asukoht München (Saksamaa), esindaja: advokaat S. Biagosch

hageja,

versus

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

kostja,

mille ese on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti esimese apellatsioonikoja 22. septembri 2011. aasta otsuse peale (asi R 340/2011-1), mis käsitleb sõnalise tähise ecoDoor registreerimist ühenduse kaubamärgina,

ÜLDKOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja esimees I. Pelikánová (ettekandja), kohtunikud K. Jürimäe ja M. van der Woude,

kohtusekretär: ametnik C. Kristensen,

arvestades 2. detsembril 2011 Üldkohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 1. märtsi 2012 Üldkohtu kantseleisse saabunud vastust,

arvestades 13. novembril 2012 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: saksa.

otsuse

Vaidluse taust

1 Hageja BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH esitas 8. juulil 2010 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 2009, L 78, lk 1) alusel ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse.

2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnaline tähis ecoDoor.

3 Kaubad, mille jaoks registreerimist taotleti, on 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassidesse 7, 9 ja 11 kuuluvad masinad ja seadmed ning nende osad.

4 Kontrollija lükkas 22. detsembri 2010. aasta otsusega registreerimistaotluse tagasi järgmiste kaupade osas:

— klass 7: „Elektrilised köögi- ja majapidamismasinad ning -seadmed (klassis 7), joogi- ja/või toiduvalmistusmasinad ning -seadmed, koos joogijahutusseadmega kasutamiseks mõeldud jahutatud joogi automaadid; nõudepesumasinad; elektrilised pesu ja rõivaste töötlemise masinad ja seadmed (klassis 7), seal hulgas pesumasinad, trummelkuivatid";

— klass 9: „Joogi- ja toiduautomaadid, müügiautomaadid";

— klass 11: „Soojendusseadmed, aurugeneraatorid, toiduainete kuumtöötlusseadmed, eelkõige pliidid, seadmed küpsetamiseks praadimiseks, grillimiseks, röstimiseks, sulatamiseks ja soojana hoidmiseks, veekeetjad, külmutusseadmed, eelkõige külmikud, sügavkülmikud, külmletid, joogijahutusseadmed, sügavkülmikuga külmikud, külmutusseadmed, sorbeti- ja jäätisemasinad, kuivatid eelkõige ka pesukuivatid ja masinad pesu kuivatamiseks".

5 Kontrollija leidis, et taotletav kaubamärk on eespool punktis 4 loetletud kaupu kirjeldav määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses ning sellel puudub eristusvõime selle määruse artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses.

6 Hageja esitas ühtlustamisametile määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel kontrollija otsuse peale kaebuse.

7 Ühtlustamisameti esimese apellatsioonikoja 22. septembri 2011. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus") jäeti kaebus rahuldamata. Esiteks leidis apellatsioonikoda, et asjaomane avalikkus koosneb inglise keelt kõnelevatest keskmistest tarbijatest. Teiseks nentis apellatsioonikoda, et nimetatud avalikkus eristab taotletavas kaubamärgis osa „door", mis tähendab ust. Apellatsioonikoda järeldas sellest, et avalikkus tajub taotletavat kaubamärki nii, et see tähendab keskkonnahoidlikku ust või ust, mille konstruktsioon ja tööpõhimõte on keskkonnahoidlikud. Kolmandaks leidis apellatsioonikoda, et kuivõrd eespool punktis 4 nimetatud kaupadel võivad olla uksed ja need tarbivad energiat, siis annab taotletav kaubamärk teavet nende energiatõhususe ja keskkonnahoidlikkuse kohta ning seega kirjeldab nende kaupade liiki, otstarvet ja olemust määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses. Neljandaks ei ole apellatsioonikoja arvates kaupade keskkonnahoidliku uksega varustatusele viitav väljend „ecodoor" võimeline eristama hageja kaupu teiste ettevõtjate omadest ning järelikult puudub sellel eristusvõime määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b tähenduses.

Poolte nõuded

8 Hageja palub Üldkohtul:

— tühistada vaidlustatud otsus;

— mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

9 Ühtlustamisamet palub Üldkohtul:

— jätta hagi rahuldamata;

— mõista kohtukulud välja hagejalt.

Õiguslik käsitlus

10 Oma hagi toetuseks esitas hageja kaks väidet, mis tuginevad esiteks määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ja teiseks sama määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumisele.

11 Hageja esimese väite kohaselt tegi apellatsioonikoda vea, leides, et taotletav kaubamärk on eespool punktis 4 nimetatud kaupu kirjeldav.

12 Komisjon väidab, et hageja argumendid on põhjendamata.

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. Neid kirjeldavaid tähiseid peetakse võimetuks täitma kaubamärgi peamist ülesannet, milleks on päritolu tähistamine (Euroopa Kohtu 23. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-191/01 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Wrigley, EKL 2003, lk I-12447, punktid 29 ja 30).

14 Määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c täidab üldise huvi eesmärki, mille kohaselt peavad sellised tähised või märgid, mis kaubanduses tähistavad kauba või teenuse – mille jaoks registreerimist taotletakse – omadusi, 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 selle kohta Euroopa Kohtu 12. jaanuari 2006. aasta otsus kohtuasjas C-173/04 P: Deutsche SiSi-Werke *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2006, lk I-551, punkt 62 ja viidatud kohtupraktika).

15 Neil asjaoludel on määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c viidatud märgid ja tähised sellised, mida võib asjaomase avalikkuse seisukohalt tavapäraselt kasutada niisuguse kauba või teenuse tähistamiseks, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse, otseselt või üht selle olulist omadust mainides (Euroopa Kohtu 20. septembri 2001. aasta otsus kohtuasjas C-383/99 P: Procter & Gamble *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2001, lk I-6251, punkt 39, ja Esimese Astme Kohtu 22. juuni 2005. aasta otsus kohtuasjas T-19/04: Metso Paper Automation *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (PAPERLAB), EKL 2005, lk II-2383, punkt 24).

16 Sellest tuleneb, et tähise kuulumine määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis c sisalduva keelu kohaldamisalasse eeldab seda, et tähisel on kõnealuste kaupade või teenustega piisavalt otsene ja konkreetne seos, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel kohe ja pikemalt kaalumata tajuda, et tegemist on kõnealuste kaupade või teenuste või nende mõne omaduse kirjeldusega (eespool punktis 15 viidatud kohtuotsus PAPERLAB, punkt 25).

17 Niisiis tuleb kaubamärgi eristusvõimet hinnata esiteks lähtuvalt kaupadest või teenustest, mille jaoks tähise registreerimist taotletakse, ning teiseks lähtuvalt sellest, kuidas nende kaupade või teenuste tarbijatest koosnev asjaomane avalikkus kaubamärki tajub (Esimese Astme Kohtu 14. juuni 2007. aasta otsus kohtuasjas T-207/06: Europig *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (EUROPIG), EKL 2007, lk II-1961, punkt 30).

18 Kõigepealt tuleb tõdeda, et enamikku vaidlustatud otsuses olevaid, punktis 7 meenutatud apellatsioonikoja faktilisi tuvastusi vaidlus ei puuduta. Nõnda ei vaidlusta hageja esiteks apellatsioonikoja esitatud asjaomase avalikkuse määratlust, teiseks tuvastust, et see avalikkus eristab taotletavas kaubamärgis osad „eco" ja „door", kolmandaks tõika, et sõna „door" tähendab inglise keeles ust ja neljandaks tuvastust, et eespool punktis 4 nimetatud kaupadel võib olla uks ja need tarbivad energiat.

19 Kuna need tuvastused ei ole pealegi valed, siis tuleb käsitleda ainult seda, kuidas asjaomane avalikkus tajub ühelt poolt osa „eco" ja teiselt poolt kaubamärki tervikuna, ning samuti seda, kas taotletav tähis on eespool punktis 4 nimetatud kaupu kirjeldav või mitte.

20 Esiteks väidab hageja seoses osa „eco" tajumisega, et asjaomane avalikkus ei samasta seda otsekohe väljenditega „keskkonnasõbralik" ja „energiasäästlik".

21 Nagu apellatsioonikoda on tõdenud, on eesliide „eco" üldiselt kasutuses ingliskeelse sõna „ecological" – mis tähendab keskkonnahoidlikku – lühendina. Tähist „eco" kasutatakse sageli kaupade ja teenuste turustamisel selleks, et viidata toote keskkonnahoidlikule päritolule või asjaolule, et toote kasutamine ei mõjuta keskkonda (Üldkohtu 24. aprilli 2012. aasta otsus kohtuasjas T-328/11: Leifheit *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet (EcoPerfect), kohtulahendite kogumikus ei avaldata, punktid 25 ja 45).

22 Neid asjaolusid arvestades on apellatsioonikoda põhjendatult tuvastanud, et osa „eco" tajuks asjaomane avalikkus keskkonnahoidlikku tähendavana.

23 Teiseks väidab hageja, et taotletava kaubamärgi kui terviku tähendus on umbmäärane.

24 Kuna esiteks tajutakse osa „eco" keskkonnahoidlikku tähendavana, nagu nähtub eespool punktidest 20–22, ja kuna teiseks tõlgendatakse osa „door" ust tähistavana, siis on apellatsioonikoda põhjendatult tuvastanud, et väljendit „ecodoor" mõistab asjaomane avalikkus nii, et see tähendab keskkonnahoidlikku ust või ust, mille konstruktsioon ja tööpõhimõte on keskkonnahoidlikud.

25 Kolmandaks väidab hageja seoses taotletava kaubamärgi kirjeldavusega, et pärast seda, kui ta hagis kaupade loetelu piiras, ei ole kaubamärgiga enam hõlmatud masinate ja seadme osad nagu uksed, vaid üksnes masinad ja seadmed ise. Neil asjaoludel ei kirjelda kaubamärk sellega hõlmatud kaupu, mis on nimetatud eespool punktis 4, vaid kõige enam üht nende kaupade osa.

26 Selle väite kohta tuleb tõdeda, et kauba üht osa kirjeldav tähis võib olla ka seda sama kaupa kirjeldav. Sellise juhuga on tegemist siis, kui asjaomase avalikkuse taju seisukohalt võib tähisega kirjeldatud osa omadus oluliselt mõjutada kauba enda olulisi omadusi. Nimelt samastab asjaomane avalikkus sellisel juhul otsekohe ja pikemalt kaalumata tähisega kirjeldatud osa omaduse asjaomase kauba oluliste omadustega.

27 Käesoleval juhul nähtub eespool punktidest 20–24, et asjaomane avalikkus tõlgendab taotletavat kaubamärki nii, et see tähendab keskkonnahoidlikku ust või ust, mille konstruktsioon ja tööpõhimõte on keskkonnahoidlikud.

28 Nagu apellatsioonikoda on vaidlustatud otsuse punktis 17 tõdenud, võivad eespool punktis 4 nimetatud kaupadel olla uksed ning seda tõdemust hageja vaidlustanud ei ole. Neil asjaoludel tuleb tõdeda, et taotletav kaubamärk võib kirjeldada asjaomase kauba ukse keskkonnahoidlikke omadusi.

29 Nagu vaidluslause otsuse punktides 19 ja 20 on eespool punktis 4 nimetatud kaupade kohta tõdetud, on ukse keskkonnahoidlikud omadused samal moel olulised selle kauba keskkonnahoidlikkuse seisukohalt, mille osaks uks on.

30 Tarbijad osutavad üha enam tähelepanu kaupade keskkonnahoidlikkusele, seal hulgas energiatarbimisele, ning keskkonnasäästlikule tootmisele (vt selle kohta eespool punktis 21 viidatud kohtuotsus EcoPerfect, punkt 45). See kehtib eelkõige niisuguste kaupade puhul, mida on nimetatud eespool punktis 4, kuivõrd need muu hulgas tarbivad energiat. Seega on keskkonnahoidlikkus nende samade kaupade oluline omadus, nagu möönab ka hageja ise.

31 Neil asjaoludel sai apellatsioonikoda põhjendatult otsustada, et asjaomane avalikkus tajub taotletavat kaubamärki eespool punktis 4 nimetatud kaupade olulist omadust, nimelt keskkonnahoidlikkust kirjeldavana, kuna see kaubamärk kirjeldab nende kaupade uste keskkonnahoidlikke omadusi.

32 Veel märgib hageja, et taotletav kaubamärk ei võimaldada tuvastada, millist keskkonnaga seonduvat konkreetset omadust või eesmärki on sellega silmas peetud. Nimelt on selles osas olemas mitmeid võimalusi, näiteks keskkonnasäästlik tootmine, looduslike materjalide kasutamine, võimalus vabaneda jäätmetest keskkonda säästval viisil või keskkonnasäästlik toimimine.

33 Selle väite osas piisab, kui tõdeda, et hageja esile toodud võimalused viitavad tõigale, et taotletava kaubamärgiga hõlmatud kaup on keskkonnahoidlik selle kauba ukse omaduste tõttu. Sõltumata sellest, millise täpse tähenduse omistab asjaomane avalikkus taotletavale kaubamärgile, tajutakse seda kaubamärki eeltoodud asjaoludel otseselt asjaomaste kaupade üht olulist omadust kirjeldavana.

34 Kõiki eeltoodud asjaolusid arvestades on apellatsioonikoda põhjendatult tuvastanud, et taotletav kaubamärk on eespool punktis 4 nimetatud kaupu kirjeldav määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses.

35 Seega tuleb esimene väide põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

36 Nagu lisaks nähtub määruse nr 207/2009 artikli 7 lõikest 1, piisab tähise ühenduse kaubamärgina registreerimata jätmiseks sellest, kui kohaldub üks selles sättes nimetatud absoluutne keeldumispõhjus (vt selle kohta Euroopa Kohtu 19. septembri 2002. aasta otsus kohtuasjas C-104/00 P, DKV *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2002, lk I-7561, punkt 29, ja Esimese Astme Kohtu 14. septembri 2004. aasta otsus kohtuasjas T-183/03: Applied Molecular Evolution *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet (APPLIED MOLECULAR EVOLUTION), EKL 2004, lk II-3113, punkt 29). Neil asjaoludel tuleb eespoolt punktis 34 esitatud tuvastust arvestades jätta hagi tervikuna rahuldamata, ilma et oleks vaja käsitleda teist väidet viidatud määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikkumise kohta.

Kohtukulud

37 Üldkohtu kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna hageja on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud vastavalt ühtlustamisameti nõudele välja mõista hagejalt.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (neljas koda)

otsustab:

1. Jätta hagi rahuldamata.

2. Mõista kohtukulud välja BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH-lt.

Pelikánová Jürimäe Van der Woude

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 15. jaanuaril 2013 Luxembourgis.

Allkirjad