



Euroopa Kohus tühistas Üldkohtu otsuse, mille kohaselt ei takista Küprose juustutootjatele kuuluv kollektiivkaubamärk HALLOUMI tähise BBQLOUMI registreerimist Euroopa Liidu kaubamärgina ühe Bulgaaria tootja juustutoodete jaoks

Kohtuasi saadetakse tagasi Üldkohtule, kes peab hindama, kas tarbijad võivad ajada segi tähisega BBQLOUMI tähistatud toodete päritolu

Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi kuulub juustutoodete jaoks registreeritud ELi kollektiivkaubamärk HALLOUMI. **ELi kollektiivkaubamärk on ELi erikaubamärk, mida kirjeldatakse kaubamärgi taotlemisel kollektiivkaubamärgina ja mis eristab kaubamärgiomanikuks oleva ühenduse liikmete kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest.**

Nimetatud kaubamärgi omanik esitas sellele kaubamärgile tuginedes vastulause sõnalist osa „BBQLOUMI“ sisaldava kujutismärgi registreerimisele ELi kaubamärgina, mida taotles üks Bulgaaria äriühing muu hulgas juustutoodete jaoks. Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), kelle ülesanne on kontrollida ELi kaubamärkide registreerimise taotlusi, lükkas vastulause tagasi põhjendusel, et taotletud kaubamärgiga BBQLOUMI ja varasema kollektiivkaubamärgiga HALLOUMI tähistatud kaupade kaubandusliku päritolu osas ei esine segiajamise tõenäosust. Kõnealuse kollektiivkaubamärgi omanik vaidlustas seejärel EUIPO otsuse Euroopa Liidu Üldkohtus, kes tuvastas, et kõnealuse kaubamärgi eristusvõime on nõrk, sest sõna „halloumi“ tähistab üht juustusorti, ja otsustas seejärel, et segiajamise tõenäosust ei esine¹.

5. märtsi 2020. aasta kohtuotsuses Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi vs. EUIPO (C-766/18 P) käsitles Euroopa Kohus, kellele esitati Üldkohtu otsuse peale apellatsioonkaebus, kõigepealt küsimust, kas varasemat kollektiivkaubamärki puudutavatele kohtuasjadele saab kohaldada kohtupraktikat, milles on määratletud kriteeriumid, mille alusel tuleb ELi üksikkaubamärkide puhul hinnata segiajamise tõenäosust Euroopa Liidu kaubamärgimääruse artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses².

Euroopa Kohus otsustas selles osas, et **kui varasem kaubamärk on kollektiivkaubamärk, mille peamine ülesanne on eristada kaubamärgiomanikuks oleva ühenduse liikmete kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest³, siis tuleb segiajamise tõenäosust mõista tõenäosusena, et avalikkus võib arvata, et varasema kaubamärgiga ja taotletud kaubamärgiga hõlmatud kaubad või teenused pärinevad kõik varasema kaubamärgi omanikuks oleva ühenduse liikmetelt või selle ühenduse liikmetega majanduslikult seotud ettevõtjatelt.** Kuigi kollektiivkaubamärgi omaniku vastulause puhul tuleb võtta arvesse seda tüüpi kaubamärgi põhiülesannet, et mõista, mida tuleb pidada „segiajamise tõenäosuseks“, on kohtupraktika, milles on määratletud kriteeriumid, mille alusel tuleb ELi üksikkaubamärkide puhul hinnata, kas selline tõenäosus on konkreetselt olemas, sellegipoolest ülekantav kohtuasjadele, mis

¹ Üldkohtu 25. septembri 2018. aasta otsus Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi vs. EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI), [T-328/17](#).

² Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrus (EÜ) nr 207/2009 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) muudetud (asendatud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määrusega (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1)).

³ Määruse nr 207/2009 artikli 66 lõike 1 kohaselt.

käsitlevad varasemat kollektiivkaubamärki. **Ükski ELi kollektiivkaubamärkide tunnus ei anna sellisel kaubamärgil põhineva vastulause puhul nimelt põhjust kalduda kõrvale segiajamise tõenäosuse hindamise kriteeriumidest, mis tulenevad sellest kohtupraktikast.**

Seejärel tõi kõnealuse kollektiivkaubamärgi omanik esile, et varasema kaubamärgi eristusvõimet tuleb hinnata teistmoodi, kui varasem kaubamärk on ELi kollektiivkaubamärk.

Euroopa Kohus lükkas selle argumendi tagasi, sedastades, et eristusvõime nõuet⁴ kohaldatakse ka ELi kollektiivkaubamärkidele. Nimelt ei ole Euroopa Liidu kaubamärgimääruse artiklites 67–74, mis käsitlevad ELi kollektiivkaubamärke, nähtud ette ühtegi vastupidist sätet. Järelikult peab kollektiivkaubamärkel igal juhul olema kas olemuslik või kasutamise käigus omandatud eristusvõime.

Lisaks täpsustas Euroopa Kohus, et selle määruse artikli 66 lõige 2 ei tee eristusvõime nõudest erandit. Olgugi et see säte võimaldab erandina määruse artikli 7 lõike 1 punktist c⁵ ELi kollektiivkaubamärkidenä registreerida tähiseid, mis võivad tähistada kaupade või teenuste geograafilist päritolu, ei luba see säte seevastu, et sel viisil registreeritud tähistel puudub eristusvõime. **Kui mõni ühendus taotleb geograafilist päritolu tähistada võiva tähise registreerimist ELi kollektiivkaubamärgina, peab ta seega veenduma, et selle tähise elemendid võimaldavad tarbijal eristada tema liikmete kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest.**

Lõpuks tuletas Euroopa Kohus segiajamise tõenäosuse hindamise kohta meelde, et sellise tõenäosuse esinemist tuleb hinnata igakülgset, võttes arvesse kõiki konkreetsetes asjas tähtsust omavaid tegureid.

Samas ilmneb vaidlustatud kohtuotsusest, et Üldkohus tugines eeldusele, et kui varasemal kaubamärgil on nõrk eristusvõime, siis tuleb segiajamise tõenäosus välistada niipea, kui ilmneb, et vastandatud kaubamärkide sarnasus üksi ei võimalda sellist tõenäosust tuvastada. Euroopa Kohus otsustas, et selline eeldus on väär, kuna asjaolu, et varasema kaubamärgi eristusvõime on nõrk, ei välista segiajamise tõenäosuse olemasolu. Seetõttu **oleks tulnud kontrollida, kas vastandatud kaubamärkide vähese sarnasuse kompenseerib nende kaubamärkidega tähistatud kaupade suurem sarnasus või isegi identsus. Kuna Üldkohtu antud hinnang ei vasta nõudele, et igakülgset hindamisel tuleb arvesse võtta asjaomaste tegurite vastastikust sõltuvust, siis on Üldkohus rikkunud õigusnormi.**

Seetõttu **tühistas Euroopa Kohus Üldkohtu otsuse ja suunas kohtuasja Üldkohtusse tagasi, et kontrollitaks uuesti segiajamise tõenäosuse olemasolu.**

MÄRKUS: ELi kaubamärgid ja disainilahendused kehtivad kogu Euroopa Liidu territooriumil. ELi kaubamärgid eksisteerivad riigisiseste kaubamärkidega koos. Ühenduse disainilahendused eksisteerivad riigisiseste disainilahendustega koos. ELi kaubamärkide ja disainilahenduste registreerimise taotlused esitatakse EUIPO-le. EUIPO otsuse peale saab esitada hagi Üldkohtule.

MÄRKUS: Tühistamishagi eesmärk on liidu institutsioonide selliste aktide tühistamine, mis on vastuolus liidu õigusega. Teatud tingimustel võivad liikmesriigid, liidu institutsioonid ja eraõiguslikud isikud esitada Euroopa Kohtule või Üldkohtule tühistamishagi. Kui hagi on põhjendatud, siis asjaomane akt tühistatakse. Asjaomane institutsioon peab selle akti tühistamise tõttu tekkida võinud õiguslõnga kõrvaldama.

Ajakirjandusele mõeldud mitteametlik dokument, mis ei ole Euroopa Kohtule siduv.

Otsuse [terviktekst](#) on CURIA veebileheküljel alates selle kuulutamise päevast.

⁴ Eristusvõime nõue on ette nähtud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punktis b ja lõikes 3, mille kohaselt ei registreerita kaubamärke, millel puudub eristusvõime, välja arvatud juhul, kui kaubamärk on kasutamise käigus muutunud neid kaupu või teenuseid eristavaks, mille jaoks registreerimist taotletakse.

⁵ 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.

Täiendavat teavet annab Gitte Stadler, ☎ (+352) 4303 3127