

ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (neljas koda),

7. juuli 2005 *

Kohtuasjas T-385/03,

Miles Handelsgesellschaft International mbH, asukoht Norderstedt (Saksamaa),
esindajad: advokaadid F. Dettmann ja A. Deutsch,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused),
esindajad: T. Eichenberg ja G. Schneider,

kostja,

teine menetluspool Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikojas, menetlusse
astuja Esimese Astme Kohtus

* Kohtumenetluse keel: saksa.

Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH, asukoht Berliin (Saksamaa), esindaja: advokaat G. Malchartzeck,

mille esemeks on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti teise apellatsioonikoja 9. septembri 2003. aasta otsuse (asi R 174/2002-2) peale, mis käsitleb vastulausemenetlust Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH ja Miles Handelsgesellschaft International mbH vahel,

EUROOPA ÜHENDUSTE
ESIMESE ASTME KOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja esimees H. Legal, kohtunikud P. Lindh ja V. Vadapalas,

kohtusekretär: kohtusekretäri asetäitja B. Pastor,

arvestades 18. novembril 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 26. märtsil 2004 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud kostja vastust,

arvestades 18. veebruaril 2004 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud menetlusse astuja seisukohti,

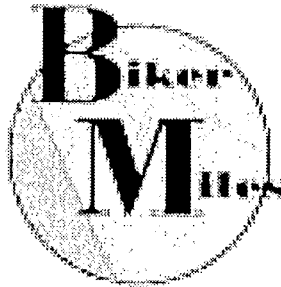
arvestades 19. jaanuaril 2005 toimunud kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

- 1 Menetlusse astuja esitas 7. juulil 1999 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused, edaspidi „ühtlustamisamet“) nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146), muudetud kujul, alusel ühenduse kujutismärgi registreerimise taotluse.
- 2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on alljärgnev kujutismärk:



- 3 Kaubad, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul)

klassidesse 9, 12 ja 25 ning vastavad klassi 25 puhul järgmisele kirjeldusele: „mootorratturite varustus ja rõivad, sh saapad, jalatsid, kindad, kaelarätid, vihmärõivad, ilmastikukindlad rõivad, pulloverid, kiivrid, kehakaitses, nahkrõivad, kunstnahast rõivad”.

- 4 Taotlus avaldati 15. mai 2000. aasta Ühenduse Kaubamärgibülletäänis nr 38/2000.
- 5 Hageja esitas 15. augustil 2000 vastulause kaubamärgi registreerimise taotlusele klassi 25 kuuluvate kaupade osas, väites, et esineb segiajamise tõenäosus määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses. Vastulause rajanes ühenduse sõnamärgi MILES olemasolule, mis on registreeritud 28. juulil 1998 klassi 25 kuuluvatele kaupadele „rõivad, sh spordirõivad”.
- 6 Ühtlustamisameti vastulausete osakond rahuldas 27. mai 2002. aasta otsusega vastulause, leides, et kõnealuste kaubamärkide segiajamine on tõenäoline.
- 7 Meneflusse astuja esitas ühtlustamisametile 18. veebruaril 2002 määruse nr 40/94 artiklite 57–62 alusel vastulausete osakonna otsuse peale kaebuse.
- 8 Teine apellatsioonikoda rahuldas kaebuse 9. septembri 2003. aasta otsusega (asi R 174/2002-2), mis tehti hagejale teatavaks 18. septembril 2003 (edaspidi „vaidlustatud otsus”). Apellatsioonikoda leidis, et kõnealused kaubad on identsed

hoolimata sellest, et taotluses toodud kaubad on erirõivad, mida müüakse spetsiaalsete turustuskanalite kaudu selgelt määratletud tarbijate grupile. Asjaomased tarbijad omistavad erilist tähtsust nende erirõivaste funktsionaalsusele ning neid kaitsvate rõivaste ohutusele ja ilmutavad seetõttu suuremat tähelepanelikkust. Vastandatud tähiste sarnasuse osas võttis apellatsioonikoda arvesse taotletava kaubamärgi graafilist kujutist ja selle sõnalist osa „biker” jõudmaks järeldusele, et tähised erinevad teineteisest visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt. Järelikult, hoolimata kõnealuste kaupade identsusest, ei olnud segiajamine apellatsioonikoja sõnul tõenäoline.

Poolte nõuded

9 Hageja palub Esimese Astme Kohtul:

- tühistada vaidlustatud otsus;
- mõista kohtukulud välja ühtlustamisametilt.

10 Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja paluvad Esimese Astme Kohtul:

- jätta hagi rahuldamata;
- mõista kohtukulud välja hagejalt.

Ühtlustamisameti nõuete vastuvõetavus

- 11 Esiteks tuleb täheldada, et ühtlustamisamet kinnitas nii oma vastuses kui ka kohtuistungil, et apellatsioonikoda tegi vea, leides, et segiajamise tõenäosus puudub. Ühtlustamisamet märgib siiski, et tulenevalt Esimese Astme Kohtu 12. detsembri 2002. aasta otsusest kohtuasjas T-110/01: *Vedial v. Siseturu Ühtlustamise Amet — France Distribution (HUBERT)* (EKL 2002, lk II-5275, punktid 16–25) peab ta esitama hagi rahuldamata jätmise nõude. Seega, kuigi ühtlustamisamet nõuab hagi rahuldamata jätmist, ei vaidlusta ta hageja poolt esitatud ainsa väite põhjendatust.
- 12 Siinkohal tuleb meenutada, et vastavalt Esimese Astme Kohtu kodukorra artikli 46 lõike 1 punktile b järgi ja artikli 135 lõikele 1, peab kostja esitatud vastuses märkima muuhulgas faktilised ja õiguslikud asjaolud. Ühtlustamisamet ei esitanud käesoleval juhul hagi rahuldamata jätmise nõude toetuseks siiski ühtegi väidet.
- 13 Sellises olukorras tuleb ühtlustamisameti esitatud taotlus jätta vastuvõetamatuse tõttu läbi vaatamata. Kuna menetlusse astuja taotles siiski hagi rahuldamata jätmist, tuleb käesolev vaidlus läbi vaadata vastavalt kodukorra artikli 134 lõikele 4.

Põhiküsimus

Poolte argumendid

- 14 Oma hagi toetuseks esitab hageja üheainsa väite, mis tuleneb määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisest.

- 15 Esmalt väidab ta, et apellatsioonikoda tegi vea, leides, et asjaomase avalikkuse tähelepanelikkuse tase on kõrge. Kuna mootorratturite rõivaid võivad osta ka teised inimesed peale mootorratturite, peaks asjaomane avalikkus hõlmama keskmist tarbijat, kes on piisavalt informeeritud ja tähelepanelik. Kuna kõnealused kaubad on tarbekaubad, on keskmise tarbija tähelepanelikkuse tase nende kaupade puhul tavaline. Liiatigi, kui oletada, et asjaomane avalikkus hõlmab vaid mootorrattureid, ei ole see tarbijate rühm kõnealuste rõivaste ostmisel, mida võib kasutada nii mootorrattaga sõitmisel kui ka talvel jalutamisel, rohkem tähelepanelik kui keskmine tarbija.
- 16 Kõnealuste märkide visuaalse ja foneetilise võrdluse osas kinnitab hageja, et taotletavas kaubamärgis domineerib kahe märgi ühine sõnaline osa „miles”. Vastupidi sellele, mida leidis apellatsioonikoda, ei mõjuta taotletava kaubamärgi teised osad, eraldiseisvaina või omavahel kombineeritult, sellest kaubamärgist jäävat tervikmuljet. Taotletava kaubamärgi kujutisosad jäävad kõnealuste märkide võrdlusel tähelepanuta kuna on puhtalt dekoratiivsed või kirjeldavad, mis viitab sellele, et neid rõivaid võib kasutada teedel liiklemisel. Sõnaline osa „biker” jääb samuti tähelepanuta, kuna see on mootorratturitele mõeldud kaupu kirjeldav.
- 17 Niivõrd, kuivõrd see sõna seondub mootorratturitega, tajub keskmine tarbija kaubamärgiga Biker Miles müüdavaid rõivaid rõivastena, mis kuuluvad mõnda hageja toodetud rõivasarja, mis on mõeldud nimelt mootorratturitele. Analoogiliselt ei saa selliste sõnade nagu „ranna” või „suusa” lisamist pidada viiteks rõivaste päritolule, vaid ainult teatavat rõivaliiki tähistavaks, st tegemist on samast ettevõttest pärinevate ranna- või suusarõivastega.

- 18 Hageja kritiseerib vastandatud tähiste kontseptuaalse võrdluse osas apellatsioonikoda, kuna viimane leidis, et taotletav kaubamärk erineb varasemast kaubamärgist vihje poolest mootorratturitele. See vihje kujutab endast viidet asjaomasele tarbijale ning ei või seetõttu kuidagi mõjutada taotletavast kaubamärgist jäävat muljet. Siinkohal viitab hageja Esimese Astme Kohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsusele kohtuasjas T-104/01: Oberhauser *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet — Petit Liberto (Fifties) (EKL 2002, lk II-4359, punkt 45 ja järgnevad), näitamaks, et kirjeldavad osad jäävad kaubamärgist jääva mulje hindamisel tähelepanuta.
- 19 Hageja sõnul on vastandatud tähised, mida iseloomustab ühine domineeriv osa, visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt sarnased. Kõnealuste kaupade identsuse ja vastandatud tähiste sarnasuse küsimuses tegi apellatsioonikoda hindamisvea, leides, et ei esine mingisugust vastandatud tähiste segiajamise tõenäosust.
- 20 Menetlusse astuja kinnitab, et apellatsioonikoda järeldas õigesti, et asjaomase avalikkuse tähelepanelikkuse tase on kõrge, arvestades mootorratturite rõivaste funktsionaalsust, mis on seotud nende kaitseomadustega õnnetusjuhtumitel. Ta toetab samuti apellatsioonikoja järeldusi, mis puudutavad vastandatud tähiste sarnasust.
- 21 Seevastu peab menetlusse astuja vaeleks järeldust, mida toetasid ühtlustamisameti mõlemad instantsid ja mis puudutab kõnealuste kaupade identsust. Menetlusse astuja väidab, et mootorratturite rõivad eristuvad oma funktsionaalsuse, materjali, hoolduse ja vormi poolest spordirõivastest üldiselt ning veelgi rohkem hageja poolt müüdavatest teistest rõivastest. Kõnealused kaubad on niisiis vaid vähesel määral sarnased.

- 22 Kuna asjaomased kaubad ei ole identsed ja vastandatud tähised ei ole sarnased, järeldab menetlusse astuja, et käesoleval juhul on igasugune segiajamise tõenäosus välistatud.

Esimese Astme Kohtu hinnang

- 23 Vastavalt määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punktile b ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning 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.
- 24 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt seisneb segiajamise tõenäosus selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.
- 25 Sama kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosust hinnata igakülgset, lähtudes asjaomase avalikkuse tajust ja arvestades kõiki käesoleva juhtumi asjaomaseid tegureid, iseäranis märkide 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 ja viidatud kohtupraktika).

- 26 Käesoleval juhul on varasem kaubamärk ühenduse kaubamärk ning seega on asjaomaseks avalikkuseks segiajamise tõenäosuse hindamisel Euroopa Liidu keskmine tarbija.
- 27 Mis puudutab asjaomase tarbija tähelepanelikkust, siis tuleneb kohtupraktikast, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse tase võib sõltuvalt kõnealusest kauba või teenuse kategooriast olla erinev (Euroopa Kohtu 22. juuni 1999.aasta otsus kohtuasjas C-342/97: Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, lk I-3819, punkt 26).
- 28 Käesoleval juhul tuleb märkida, et menetlusse astuja piiras oma registreerimistaotluse klassi 25 kuuluvate kaupade osas teatava varustuse ja rõivastega (vt eespool punkt 3). Siiski ei nähtu nende kaupade loetelust, et klassis 25 kaitstud kaubad on erilised, näiteks tehnoloogiliselt või kaitsevõime poolest.
- 29 Järelikult tuleb nentida, et apellatsioonikoda järeldas valesti, et asjaomased tarbijad osutavad kõnealustele kaupadele suuremat tähelepanu.
- 30 Seejärel tuleb täheldada, et menetlusse astuja vaidlustab apellatsioonikoja järelduse, mis puudutab kõnealuste kaupade identsust.
- 31 Varasema kohtupraktika kohaselt tuleb kõnealuste kaupade sarnasuse hindamiseks arvesse võtta kõiki kaupade vahelist suhet iseloomustavaid asjassepuutuvaid asjaolusid. Nendeks on eelkõige nende olemus, otstarve, kasutusviis ning see, kas need on konkureerivad või täiendavad üksteist (vt Esimese Astme Kohtu 15. jaanuari

2003. aasta otsus kohtuasjas T-99/01: Mystery Drinks v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Karlsberg Brauerei (MYSTERY), EKL 2003, lk II-43, punkt 39 ja viidatud kohtupraktika).

- 32 Pealegi, kui varasema kaubamärgiga tähistatud kaubad hõlmavad kaubamärgi taotluses toodud kaupu, loetakse need kaubad identseteks (eespool viidatud kohtuotsus Fifties, punktid 32 ja 33, ning eespool viidatud kohtuotsus HUBERT, punktid 43 ja 44).
- 33 Nagu apellatsioonikoda õigesti meenutas (vaidlustatud otsuse punkt 17), peab käesoleval juhul, arvestades, et varasemale kaubamärgile ei laiene kasutamise nõue määruse nr 40/94 artikli 43 lõike 2 tähenduses, kõnealuste kaupade võrdlemine põhinema ainult nende registreerimistaotluses toodud kirjeldusel.
- 34 Niisiis tuleb menetlusse astuja väidet, mille kohaselt kõnealused kaubad ei ole identsed, mõista nii, et Nizza klassifikatsiooni klassi 25 kuuluvad „rõivad, sh spordirõivad”, mis on kaitstud varasema kaubamärgiga, ei hõlma samasse klassi kuuluvaid registreerimistaotluses toodud mootorratturite varustust ja rõivaid.
- 35 Kuigi kõigil rõivastel on mõistagi üldiselt sama funktsioon, võivad mõnedel rõivaliikidel olla erifunktsioonid, nagu ohtliku tegevuse puhul keha kaitsmine. Niivõrd, kuivõrd nende rõivaste erifunktsiooni toetavad nende muud — olemuse, otstarbe ja kasutusviisiga seotud — omadused, on mõisteta, et tegemist on rõivaliigiga, mis eristub rõivastest üldistest.

- 36 Käesoleval juhul ei saa siiski registreerimistaotluse kaupade kirjeldusest järeldada, et taotluses käsitletud rõivastel on peale nende funktsiooni selliseid omadusi, mis eristaks neid rõivastest üldiselt.
- 37 Seetõttu tuleb nõustuda apellatsioonikoja järeldusega, mille kohaselt kõnealused kaubad on identsed. Klassi 25 kuuluvad kaubad on hõlmatud varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade kategooriaga.
- 38 Mis puudutab vastandatud tähiste võrdlust, siis peab segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine põhinema tähistest jääval tervikmuljel, arvestades eelkõige tähiste eristavaid ja domineerivaid osi (Euroopa Kohtu 11. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-251/95: SABEL, EKL 1997, lk I-6191, punkt 23).
- 39 Pealegi saab mitmeosalist kaubamärki ja teist kaubamärki, mis on mitmeosalise kaubamärgi ühe koostisosaga identne, pidada sarnasteks vaid siis, kui kõnealune koostisosa on mitmeosalisest kaubamärgist jäävas tervikmuljes domineeriv. Sellise juhtumiga on tegemist siis, kui see koostisosa võib asjaomase avalikkuse mällu jäävas kaubamärgikujutises üksi domineerima hakata, nii et selle kaubamärgi teised koostisosad on kaubamärgist jäävas tervikmuljes tähtsusetud (Esimese Astme Kohtu 23. oktoobri 2002. aasta otsus kohtuasjas T-6/01: Matratzen Concord v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Hukla Germany (MATRATZEN), EKL 2002, lk II-4335, punkt 33).
- 40 Niisugune lähenemine ei tähenda, et arvesse võetakse üksnes mitmeosalise kaubamärgi ühte koostisosa ja võrreldakse seda teise kaubamärgiga. Sellegipoolest ei välista see, et mitmeosalisest kaubamärgist jäävas tervikmuljes võib teatud juhtudel domineerida üks või mitu selle koostisosadest. Mitmeosalise kaubamärgi ühe või mitme koostisosa domineerivuse hindamisel tuleb arvesse võtta iga

koostisosa eriomaseid omadusi ning neid teiste koostisosade eriomaste omadustega võrrelda (eespool viidatud kohtuotsus MATRATZEN, punktid 34 ja 35).

- 41 Käesoleval juhul koosneb taotletav kaubamärk kahest jämedas kirjas sõnast *biker* ja *miles* ning kujutisosast, milleks on ringiga ümbritsetud tee pilt.
- 42 Esiteks, mis puudutab taotletava kaubamärgi kujutisosi, siis tuleb märkida, nagu apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 20 õigesti mainis, et visuaalselt ei ole nende tähtsus sõnaliste osadega võrdväärne. Pealegi ei kujuta ringiga ümbritsetud tee pilt, lisaks sellele, et teedel liiklemiseks mõeldud kaupade suhtes on sellel nõrk eristusvõime, vahetegemist võimaldavat elementi võrreldes mõttega, mis tekib sõnast *miles*, mida vähemalt inglise keelt kõnelev asjaomane avalikkus võib mõista vahemaa mõõduna.
- 43 Sõnaliste osade kohta rõhutab hageja õigesti ja ilma, et menetlusse astuja seda vaidlustanud oleks, et sõna *biker* on kirjeldav mootorratturitele mõeldud kaupade suhtes, samas kui sõna *miles* ei ole kirjeldav.
- 44 Siinkohal tuleb märkida, et üldiselt ei pea avalikkus mitmeosalise kaubamärgi kujutisosa kaubamärgist jäävas tervikmuljes eristavaks ja domineerivaks (Esimese Astme Kohtu 3. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-129/01: José Alejandro v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Anheuser-Busch (BUDMEN), EKL 2003, lk II-2251,

punkt 53, ja Esimese Astme Kohtu 6. oktoobri 2004. aasta otsus liidetud kohtuasjades T-117/03–T-119/03 ja T-171/03: *New Look v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Naulover* (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE ja NLCollection), EKL 2004, lk II-3471, punkt 34).

45 Käesoleval juhul tuleb varasema kaubamärgiga identset sõnalist osa „miles” pidada taotletava kaubamärgi domineerivaks osaks.

46 Sellest järeldub, et vaidlustatud otsuse punktis 21 leidis apellatsioonikoda valesti, et taotletavast kaubamärgist jäävas tervikmuljes on olulised selle muud osad ehk graafiline kujutis ja sõnaline osa „biker”.

47 On õige, et mõnedes olukordades tuleb mitmeosalise kaubamärgi sõnaliste osade tervikut hinnata seoses iga selle osaga eraldi, eelkõige kui see moodustab loogilise terviku, mille semantiline tähendus on erinev tema koostisosade omast (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus HUBERT, punktid 57–59). Samuti on see nii, kui mitmeosalise kaubamärgi mõnel koostisosal, mis ei ole vaadeldavate kaupade suhtes kirjeldav, on semantiline tähendus, mis koostoimes vastandatud tähiste teise ühise koostisosaga loob kontseptuaalselt erineva terviku (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus GIORGIO BEVERLY HILLS, punkt 49, ja Esimese Astme Kohtu 9. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-156/01: *Laboratorios RTB v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Giorgio Beverly Hills* (GIORGIO AIRE), EKL 2003, lk II-2789, punkt 80).

48 Käesolev juhtum ei ole siiski selline. Sõnast *miles* tekkivad mõtted ja sõnadega *biker miles* assotsieeruv on nii sarnased, et sõna *biker* lisamine ei muuda sõna *miles* tähendust ega moodusta sellega tervikut, mis oleks semantiliselt erinev selle

koostisosadest. Mootorratturitele mõeldud kaupade kontekstis on viitel mootorratturitele kirjeldav sisu ning see ei erista tähisega tähistatud kontseptsiooni. Järelikult ei ole sõnalisel osal „biker” kontseptuaalselt olulist tähendust isegi siis, kui see lisab teatava nüansi.

- 49 Mis puudutab segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist, tuleb meenutada, et rõivatoodete sektoris on tavaline, et sama kaubamärki esitatakse mitmel erineval kujul vastavalt sellega tähistatavale kauba liigile ning et sama ettevõtte kasutab erinevate tooteliinide eristamiseks allkaubamärke. Sellises olukorras on arusaadav, et asjaomane tarbija võib vastandatud tähistega tähistatud kaupu tõesti pidada erinevatesse tootesarjadesse kuuluvateks, kuid siiski samast ettevõtjalt pärinevateks (eespool viidatud kohtuotsused Fifties, punkt 49, BUDMEN, punkt 57, ja NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE ja NLCollection, punkt 51).
- 50 Käesoleval juhul eiras apellatsioonikoda vaikinisi seda argumenti, leides, et asjaomane tarbija, kellel on juba Biker Miles'i kaubamärgiga mootorratas või kes mootorratast osta plaanides võib selle kaubamärgiga kokku puutuda, ei soovi võib-olla osta kindaid kaubamärgiga MILES, vaid pigem Biker Miles'i omi, mis sobivad tema mootorratta ja ülejäänud varustusega.
- 51 Niisuguse põhjendusega ei saa nõustuda. Kuna sama domineeriva osaga vastandatud tähised on seotud identsete kaupadega, st rõivastega, võib asjaomane tarbija neid tajuda sama ettevõtja kahe erineva rõivasarjana.

- 52 Eeltoodust tulenevalt tuleb järeldada, et apellatsioonikoda leidis valesti, et asjaomaste tarbijate tähelepanelikkuse tase on kõrge ning et viimaste seisukohast ei ole vastandatud tähised sarnased, kuna nende ühine sõnaline osa „miles” ei ole domineeriv osa.
- 53 Seetõttu tuleb tõdeda, arvestades ühelt poolt kõnealuste kaupade identsust ja teiselt poolt vastandatud tähiste sarnasust, et apellatsioonikoda tõlgendas valesti määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b, kui ta leidis, et vastandatud tähiste segiajamise tõenäosus puudub.
- 54 Järelikult tuleb vaidlustatud otsus tühistada.

Kohtukulud

- 55 Kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kostja on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud vastavalt hageja esitatud taotlusele mõista välja kostjalt. Kuna hageja ei ole nõudnud, et menetlusse astuja peab kohtukulusid kandma, jäävad menetlusse astuja kanda tema enda kohtukulud.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (neljas koda)

otsustab:

1. Tühistada Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) 9. septembri 2003. aasta otsus (asi R 174/2002-2).
2. Mõista Siseturu Ühtlustamise Ametilt välja hageja kohtukulud.
3. Jätta menetlusse astuja kohtukulud tema enda kanda.

Legal

Lindh

Vadapalas

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 7. juulil 2005 Luxembourgis.

Kohtusekretär

Koja esimees

H. Jung

H. Legal