

ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (teine koda)

25. mai 2005 *

Kohtuasjas T-288/03,

TeleTech Holdings, Inc., asukoht Denver, Colorado (Ameerika Ühendriigid),
esindajad: advokaadid E. Armijo Chávarri ja A. Castán Pérez-Gómez,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused),
esindajad: I. de Medrano Caballero ja S. Laitinen,

kostja,

* Kohtumenetluse keel: hispaania.

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

Teletch International SA, asukoht Pariis (Prantsusmaa), esindajad: J.-F. Adelle ja F. Zimeray,

mille esemeks on nõue tühistada Siseturu Ühtlustamise Ameti esimese apellatsioonikoja 28. mai 2003. aasta parandatud otsus (R 412/2001-1), mis tehti kehtetuks tunnistamise menetluses Teletch International SA ja TeleTech Holdings, Inc. vahel,

EUROOPA ÜHENDUSTE ESIMESE ASTME KOHUS (teine koda),

koosseisus: president J. Pirrung ning kohtunikud A. W. H. Meij ja I. Pelikánová,

kohtusekretär: kohtusekretäri abi B. Pastor,

arvestades 13. augustil 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 16. detsembril 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud Siseturu Ühtlustamise Ameti vastust,

arvestades 9. jaanuaril 2004 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud menetlusse astuja seisukohti,

arvestades 26. aprillil 2004 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud repliiki,

on pärast 30. novembril 2004 toimunud kohtuistungit, millel menetlusse astuja ei osalenud, teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

- 1 22. aprillil 1999 registreeriti Siseturu Ühtlustamise Ametis (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet“) hageja ühenduse sõnamärk TELETECH GLOBAL VENTURES.
- 2 Kaubamärk, mille prioriteedikuupäev on 1. aprill 1996, tähistab eelkõige 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise

klassifikatsiooni Nizza täiendatud ja muudetud kokkuleppe teenuseid klassides 35 ja 38. Teenused vastavad iga klassi osas järgmisele kirjeldusele:

— klass 35: „telefonivastamisteenused; tööhõivekontorid; reklaamteenused; äritegevuse juhtimisabi andmine sisseseadete haldamisel ja asukoha valimisel ning teiste äriühingute klientidele multimeedia teenuste, nagu telefonside, elektronposti ja ülemaailmne arvutivõrk, pakkumine, aitamaks äriühinguid nende kaupade ja teenuste müügil; tööjõu värbamise ja sisseseade haldamise ning ärijuhtimise alase abi andmine hädaolukorras; teiste äriühingute abistamine kaupade ja teenuste müümiseks või üürimiseks telefoni, elektronposti ja ülemaailmse arvutivõrgu teel; äriühingute klientide küsimustele telefoni, elektronposti ja ülemaailmse arvutivõrgu teel vastamise teenus; tehnilise abi andmine klientidele, kes kasutavad teiste äriühingute kaupu; ajutise tööjõu värbamine”;

— klass 38: „sideteenused”.

3 29. septembril 1999 esitas menetlusse astuja 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) artikli 55 lõike 1 punkti b alusel selle ühenduse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse.

4 Kehtetuks tunnistamise taotluse toetuseks viidatakse varasemale sõnamärgile TELETECH INTERNATIONAL, mida taotleti 10. jaanuaril 1996 ja mis registreeriti Prantsusmaal tähistamiseks järgmiseid teenuseid Nizza kokkuleppe klassides 35 ja 38:

„ärijuhtimise või reklaaminduse inseneriteenused ning kliendiabikeskuste ja/või kõnekeskuste haldus (klientide toimikute, teenuste, tellimuste, tarkvara abi haldus, tehniline abi, kõnekeskuste sisseseade) ning kõik eelnevaga seotud teenused” (edaspidi „varasem Prantsuse kaubamärk”).

- 5 Kehtetuks tunnistamise taotlus esitati määruse nr 40/94 artikli 52 lõike 1 punkti a alusel ning viitas kõigile varasema kaubamärgiga tähistatud teenustele. Taotluse sõnastuse kohaselt oli see suunatud ühenduse kaubamärgiga tähistatud järgmiste teenuste vastu klassis 35: „inseneriteenuste ja kliendiabikeskuste ja/või kõnekeskuste ärijuhtimine” ja klassis 38: „sideteenused”.

- 6 22. veebruari 2001. aasta otsusega rahuldab tühistamisosaakond määruse nr 40/94 artikli 52 lõike 1 punktile a ja artikli 8 lõike 1 punktile b toetudes kehtetuks tunnistamise taotluse osaliselt. Ühenduse kaubamärk tunnistati seega osaliselt kehtetuks järgmiste teenuste klassis 35: „telefonivastamisteenused; äritegevuse juhtimisabi andmine sisseseadete haldamisel ja asukoha valimisel ning teiste äriühingute klientidele multimeedia teenuste, nagu telefonside, elektronposti ja ülemaailmse arvutivõrk, pakkumine, aitamaks äriühinguid nende kaupade ja teenuste müügil; äriühingute kaupade ja teenuste müümine või üürimine telefoni, elektronposti ja ülemaailmse arvutivõrgu teel; äriühingute klientide küsimustele telefoni, elektronposti ja ülemaailmse arvutivõrgu teel vastamise teenus; tehnilise abi andmine klientidele, kes kasutavad teiste äriühingute kaupu” ja klassis 38: „sideteenused”.

- 7 23. aprillil 2001 esitas hageja ühtlustamisametile tühistamisosaakonna otsuse peale kaebuse.

- 8 Ühtlustamisemeti esimese apellatsioonikoja 28. mai 2003. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus”) rahuldati kaebus osas, mis puudutab „äritegevuse juhtimisabi andmist sisseseadete haldamisel ja asukoha valimisel”; koda leidis sisuliselt, et neid teenuseid ei olnud kehtetuks tunnistamise taotluses loetletud. Ülejäänud osas jäeti kaebus rahuldamata.
- 9 Apellatsioonikoda täheldas, et sihtgruppi kuulusid prantsuse ärispetsialistid, kelle tähelepanu on võrreldes keskmise tarbijaga teravdatum. Sisuliselt leidis koda, et selle sihtgrupi silmis olid tähised sarnased, sest nende keskne element — sõna „teletech” — oli identne. Lisaks täheldas koda, et kehtetuks tunnistamise taotluses loetletud teenused olid osaliselt identsed ja osaliselt sarnased. Seetõttu järeldas koda, et eksisteeris tõenäosus vastandatud kaubamärgid segi ajada, mis õigustas ühenduse kaubamärgi osalist kehtetuks tunnistamist.

Menetlus ja poolte nõuded

- 10 Hageja palub Esimese Astme Kohtul tühistada vaidlustatud otsus esiteks „ühenduse kaubamärkide siseriiklike eristatavate märkide ja tähiste kooseksisteerimise ja võrdlemise põhimõtete” ja hageja kaitseõiguste ning teise võimalusena määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumise tõttu.
- 11 Lisaks palus hageja kohtuistungil Esimese Astme Kohtul jätta kohtukulud ühtlustamisemeti kanda.

12 Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja paluvad Esimese Astme Kohtul:

- jätta hagi rahuldamata;

- jätta kohtukulud hageja kanda.

Õiguslik käsitlus

13 Hageja toetub oma hagis peamiselt kahele väitele, millest esimene tuleneb „ühenduse kaubamärkide ning eristatavate siseriiklike kaubamärkide ja tähiste kooseksisteerimise ja võrdlemise põhimõtete”, teine kaitseõiguste rikkumisest. Lisavõimalusena heidab hageja apellatsioonikojale ette määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumist.

Peamised väited

Väide, mis tuleneb „ühenduse kaubamärkide ja eristatavate siseriiklike kaubamärkide ja tähiste kooseksisteerimise ja võrdlemise põhimõtete” rikkumisest

— Poolte argumendid

14 Hageja väidab, et ta on alates 1992. aastast Euroopa Liidus, järelkult ka Prantsusmaal, üldtuntud kaubamärgi omanik, täiendatud ja muudetud 20. märtsi

1883. aasta tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni artikli 6*bis* tähenduses. See üldtuntud kaubamärk koosneb sõnamärgist TELETECH GLOBAL VENTURES (edaspidi „üldtuntud kaubamärk”).

- 15 Hageja seisukoha järgi peab seda kaubamärki pidama Prantsuse õiguse, Pariisi konventsiooni artikli 6*bis* ja 15. aprilli 1994. aasta intellektuaalse omandi õiguste kaubandusaspекtide lepingu (EÜT 1994, L 336, lk 214; ELT eriväljaanne 11/21, lk 305; edaspidi „TRIPS-leping”) artikli 16 kohaselt varasema kaubamärgi suhtes prioriteetseks.
- 16 Hageja arvates eeldab ühenduse kaubamärkide siseriiklike kaubamärkidega koosseksisteerimise põhimõte, et ühenduse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise menetluses võetakse arvesse asjaomasest varasemast Prantsuse kaubamärgist vanemat õigust. Kohtuistungil täpsustas ta Esimese Astme Kohtu küsimusele vastates, et need kaks kaubamärki eksisteerisid Prantsuse turul paralleelselt ilma probleemideta, ning ta ei näinud ühtegi põhjust vaidlustada Prantsusmaa kohtutes varasem kaubamärk.
- 17 Hageja leiab, et määrust nr 40/94 tuleb tõlgendada kooskõlas nimetatud ühenduse ja siseriiklike kaubamärkide koosseksisteerimise põhimõttega. Selline tõlgendus tooks kaasa määruse nr 40/94 artikli 106 kohaldamise analoogia alusel. Sellest tuleneks, et liikmesriigis üldtuntud ja vaidlustatud ühenduse kaubamärgiga identset kaubamärki võib nende kahe kaubamärgi omanik oma kaitseks kasutada ühenduse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise menetluses, kui varasem kaubamärk, millele kehtetuks tunnistamise taotlus toetub, on registreeritud selles samas riigis ja kui selle prioriteedikoopäev jääb üldtuntud kaubamärgi ja vaidlustatud ühenduse kaubamärgi prioriteedikoopäevade vahele.

- 18 Hageja arvamuse järgi on apellatsioonikoda vaidlustatud otsuse punktis 21 nõustunud selgelt hageja seisukohaga, mille kohaselt ta väidab, et kaubamärgi kuulsusele võib toetuda argumendi abil, millega püütakse tõendada õiguslikult kehtivat kooseksisteerimist. Samas ei ole vastupidiselt sellele tõdemusele apellatsioonikoda uurinud hageja poolt viidatud üldtuntud kaubamärgi kuulsuse olemasolu.
- 19 Ühtlustamisamet ei nõustu hageja väidetega. Ühtlustamisamet kinnitab, et hageja ei ole tühistamisosakonna ega apellatsioonikoja haldusmenetluses viidanud või tõendanud Prantsusmaal alates 1992. aastast üldtuntud eristatava kaubamärgi olemasolu.
- 20 Selles küsimuses vastab hageja, et ta on nii tühistamisosakonna menetluses esitatud märkustes kui ka apellatsioonikoja esitatud kirjalikus vastuses väitnud, et ta on Euroopa Liidus alates 1992. aastast üldtuntud eristatava märgi omanik. Kuna asjaomane territoorium on Prantsusmaa, võis hageja viidata loogiliselt selle üldtuntud kaubamärgi kaitstusele vaid Prantsuse turul.
- 21 Menetlusse astuja rõhutab, et Prantsuse kaubamärgi TELETECH INTERNATIONAL prioriteedikuupäev on võrreldes asjaomase ühenduse kaubamärgiga varasem. Hageja üldtuntud märgi väidetav olemasolu on seega ebaoluline. Lisaks seab menetlusse astuja kahtluse alla hageja sellise varasema õiguse olemasolu.

— Esimese Astme Kohtu hinnang

- 22 Esimene peamine väide viitab apellatsioonikoja väitele vaidlustatud otsuse punktis 21. See punkt on sõnastatud järgmiselt:

„[It] is [of no] assistance to the [Community trade mark] proprietor to attempt to rely on a claimed reputation for its mark [TELETECH GLOBAL VENTURES], whether in countries outside or even inside the Member States of the European Community. As the proprietor of a Community trade mark registration, it is obliged to give way in cancellation proceedings to an earlier mark which is held to come within any one of the categories described in Article 52 [of Regulation n° 40/94] unless reputation is claimed as part of an argument intended to demonstrate a legally effective form of co-existence. This is not the case here.” („Ühenduse kaubamärgi omanikul on asjatu püüda toetuda oma märgi [TELETECH GLOBAL VENTURES] väidetavale kuulsusele kolmandates riikides või isegi Euroopa Ühenduse liikmesriikides. Ühenduse kaubamärgi omanikuna on ta kohustatud alistuma kehtetuks tunnistamise menetluses varasemale kaubamärgile, mis täidab [määruse nr 40/94] artiklis 52 sätestatud tingimused, välja arvatud juhul, kui kuulsusele viidatakse väidete käigus, mille eesmärgiks on tõendada õiguslikult kehtivat kooseksisteerimist. Nõnda pole see aga käesolevas asjas.”).

- 23 Esmalt tuleb märkida, et vaidlustatud otsuse punktis 21 apellatsioonikoja poolt sõnastatu sisaldab mitut erinevat aspekti. See punkt võib esiteks tähendada, et apellatsioonikoda leidis, et varasema Prantsuse kaubamärgi kooseksisteerimine üldtuntud kaubamärgiga võis omada mõju segiajamise tõenäosuse hindamisel, ent hageja polnud sellele mõjule toetunud. Teiseks võib seda tõlgendada nii, et apellatsioonikoda asus seisukohale, et hageja polnud viidanud asjaoludele, mis

oleksid tõendanud sellist koosseksisteerimist. Kolmandaks on võimalik, et apellatsioonikoja seisukohast ei olnud üldtuntud kaubamärgi pelgal olemasolul kojas algatatud kehtetuks tunnistamise menetluses tähtsust. Võrreldes selliselt esitatud tähendusega on vaidlustatud otsuse punkti 21 sõnastus väga sisutihe.

- 24 Määruse nr 40/94 artikli 73 esimese lause kohaselt peavad ühtlustamisameti otsused olema põhjendatud. Sellel kohustusel on samasugune sisu kui EÜ artiklist 253 tuleneval kohustusel (Esimese Astme Kohtu 28. aprilli 2004. aasta otsus kohtuasjades T-124/02 ja T-156/02: *Sunrider v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Vitakraft-Werke Wührmann ja Friesland Brands (VITATASTE ja METABALANCE 44)*, EKL 2004, lk II-1149, punkt 72). Tegemist on avaliku korra küsimusega, mida Esimese Astme Kohus võib tõstatada omal algatusel.
- 25 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on iga otsuse põhjendamise kohustuse eesmärgiks tagada ühelt poolt huvitatud isiku teadlikkus abinõude põhjendustest, et kaitsta oma õigusi, ning teisalt võimaldada ühenduse kohtu kontrolli otsuse õiguspärasuse üle (eespool viidatud kohtuotsus *VITATASTE* et *METABALANCE 44*, punkt 73 ja viidatud kohtupraktika). Põhjendus peab väljendama selgelt ja ühemõtteliselt dokumendi koostaja kaalutlusi.
- 26 Kohaldades neid kriteeriumeid, leidis Esimese Astme Kohus, et vaidlustatud otsuse põhjendus on piisav mõistmaks apellatsioonikoja kaalutlusi. Isegi kui vaidlustatud otsuse punkti 21 täpne tähendus pole kergesti määratletav, ei tulene sellest ilmselgelt, nagu oleks apellatsioonikoda käesolevas asjas leidnud, et üldtuntud kaubamärgi väidetavale olemasolule toetuvatel argumentidel ei ole segiajamise tõenäosuse hindamisele mingisugust mõju. Kõnealune mõttekäik on piisavalt selge, et hageja võiks seda vaidlustada. Seetõttu ei tule vaidlustatud otsust tühistada põhjendamiskohustuse rikkumise tõttu.

- 27 Määruse nr 40/94 artikli 52 lõike 1 punkti a kohaselt tunnistatakse ühenduse kaubamärk kehtetuks ühtlustamisametile esitatud taotluse põhjal, kui on olemas varasem kaubamärk sama määruse artikli 8 lõike 2 tähenduses ja kui sama määruse artikli 8 lõike 1 punktis b osutatud tingimused on täidetud.
- 28 Määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkti a alapunktide i ja ii kohaselt, millele nimetatud määruse artikli 52 lõike 1 punkt a sõnaselgelt viitab, tuleb „varasema kaubamärgi” all mõista eelkõige ühenduse kaubamärke ja kaubamärke, mis on registreeritud liikmesriikide või Beneluxi kaubamärgiametis, eeldusel et nende registreerimise taotluse kuupäev on varasem vaidlustatud ühenduse kaubamärgi registreerimise kuupäevast. Lisaks sätestab määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkt b, et ka kaubamärkide registreerimise taotlusi loetakse nende tegelikku registreerimist arvesse võttes „varasemateks kaubamärkideks”.
- 29 Ehkki ühtlustamisamet on kohustatud kehtetuks tunnistamise menetluses veenduma varasema õiguse olemasolus, millele kehtetuks tunnistamise taotlus on tuginenud, ei näe ükski määruse säte ette, et ühtlustamisamet ise peaks viima läbi kehtetuks tunnistamise või tühistamise põhjustada võivate asjaolude esialgse hindamise (vt selle kohta 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 55). Lisaks ei sätesta määrus nr 40/94, et samal territooriumil eksisteeriv kaubamärk, mille prioriteedikuupäev on varasem võrreldes varasema kaubamärgiga, millele tugines kehtetuks tunnistamise taotlus ja mis on identne vaidlustatud ühenduse kaubamärgiga, võiks mõjutada viimati nimetatud kehtivust isegi siis, kui on olemas nimetatud ühenduse kaubamärgi suhteline kehtetuks tunnistamise põhjus.
- 30 Seepärast ei ole eeldusel, et hageja oli 1992. aastast Prantsusmaal üldtuntud kaubamärgi, mis koosneb sõnamärgist TELETECH GLOBAL VENTURES, omanik, määruse nr 40/94 sõnastust silmas pidades mingisugust õiguslikku tähendust.

- 31 Hageja on sellise määruse nr 40/94 artiklite 8 ja 52 sõnasõnalise tõlgenduse vastu, leides, et see viib „absurdsete järeldusteni”, nagu see, et üldtuntud kaubamärgi omanik ei võiks muuta oma ühenduse kaubamärki siseriiklikuks kaubamärgiks riigis, kus tal on oma üldtuntud kaubamärgi alusel õigus kõnealust tähist kasutada.
- 32 Esimese Astme Kohus märgib esiteks, et väidetava üldtuntud kaubamärgi õigust kaitstakse endiselt siseriiklikul tasandil, olenemata sellest, milline on vaidlustatud ühenduse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise menetluses tehtav lõppotsus. Seega, isegi kui hageja ei saa ühenduse kaubamärki Prantsuse siseriiklikuks kaubamärgiks muuta põhjusel, et eksisteerib varasem Prantsuse kaubamärk TELETECH INTERNATIONAL, võib ta igal juhul kasutada viimati nimetatud kaubamärgist varasemat kaubamärki, mille omanik ta Prantsusmaal on.
- 33 Teiseks tuleb märkida, et juhul, kui vaidlustatud ühenduse kaubamärgi omanikul on varasem õigus, mis võib muuta kehtetuks varasema kaubamärgi, millele kehtetuks tunnistamise taotlus tugineb, tuleb temal nimetatud kaubamärgi kehtetuks tunnistamise soovi korral pöörduda vastavalt kas pädevasse ametiasutusse või siseriiklikku kohtusse.
- 34 Seetõttu tuleb väide, mille kohaselt viib määruse nr 40/94 sõnastus „absurdsete järeldusteni”, jätta tähelepanuta.
- 35 Hageja leiab ka, et vaidlustatud otsuses sisalduv lahendus on vastuolus „ühenduse ja siseriiklike kaubamärkide kooseksisteerimise põhimõttega”, mis nõuab hageja järgi ühenduse kaubamärkide kasutamiskeelu küsimuses määruse nr 40/94 artikli 106 kohaldamist analoogia alusel.

- 36 Selles küsimuses tuleb märkida, et määruse nr 40/94 artikliga 106 reguleeritud olukord pole võrreldav käesoleva kohtuasja põhjustanuga. Selle sätte sõnastusest tuleneb, et see puudutab üksnes „varasemate õiguste rikkumisega” seotut (lõige 1) ning menetlusi, mille eesmärgiks on „keelata ühenduse kaubamärgi kasutamine” (lõige 2). Säte ei näe ette haldus- või üldkohtumenetlust vaidlustatud kaubamärgi registrist kustutamiseks. Seega võib menetlusse astuja määruse nr 40/94 artikli 106 lõike 1 alusel kasutada vajadusel oma varasemat kaubamärki, et alustada Prantsusmaal intellektuaalse omandi õiguse rikkumise tuvastamise menetlust vaidlustatud ühenduse kaubamärgi vastu. Teisalt aga, mis puudutab küsimust, kas hageja võib end omalt poolt kaitsta, toetudes oma üldtuntud kaubamärgile, siis see kuulub tervenisti Prantsuse siseriikliku õiguse valdkonda. Määruse nr 40/94 artikkel 106 ei sisalda ühtegi sellesisulist sätet ning ei ole seega kohaldatav analoogia alusel.
- 37 Tasub lisada, et määrus nr 40/94 ei anna ühtlustamisametile kui ühenduse asutusele pädevust registreerida või tunnistada kehtetuks siseriiklikke kaubamärke. Ühtlustamisameti sellist pädevust ei saa tunnistada, ilma et seda näeks sõnaselgelt ette teisene seadusandlus ning tingimusel, et pädevuse andmine on lubatud asutamislepingu tekstis. Kui ühtlustamisametil lubataks tagasi lükata olemasolev siseriiklik kaubamärk A, mis on varasem kaubamärk määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 tähenduses, põhjendusel, et eksisteerib kaubamärk B, mille prioriteedikuupäev eelneb varasema kaubamärgi omale ja see on kaitstud sama liikmesriigi territooriumil, annaks see ühtlustamisametile pädevuse tunnistada kehtetuks vähemalt pooltevahelistes suhetes varasem kaubamärk A, ilma et oleks pöördutud pädevate siseriiklike ametiasutuste poole.
- 38 Sellest tuleneb, et määruse nr 40/94 artikli 106 analoogia alusel kohaldamisest tulenev väide tuleb jätta tähelepanuta.
- 39 Seetõttu ei oma printsiibis Prantsusmaal 1992. aastast üldtuntud kaubamärgi, mis koosneb sõnamärgist TELETECH GLOBAL VENTURES, võimalik olemasolu käesolevas kehtetuks tunnistamise menetluses tähtsust.

40 Hageja väidab veel, et see tulemus on vastuolus Pariisi konventsiooni artikliga 6bis ja TRIPS-lepingu artikliga 16.

41 Pariisi konventsiooni artikli 6bis lõige 1 näeb ette järgmist:

„Liidu liikmesriigid kohustuvad *ex officio*, kui antud riigi seadused seda lubavad, või asjast huvitatud isiku taotlusel tagasi lükkama või kehtetuks tunnistama ja keelama kaubamärgi tarvitamise, kui tähis kujutab endast teise tähise taasesitust, jäljendit või tõlget, mis võib põhjustada tema ära vahetamist, kuivõrd registreerimis- või kasutusriigi pädev organ tunnistab, et tähis on selles riigis üldtuntud kui käesoleva konventsiooni eesõigusi kasutava isiku märk ja seda tarvitatakse samasuguste või sarnaste toodete jaoks. Käesolev säte laieneb ka juhtudele, kus märgi oluline osa kujutab endast niisuguse üldtuntud märgi taasesitust või jäljendit, mis võib põhjustada ära vahetamist teise märgiga.”

42 TRIPS-lepingu artikkel 16 pealkirjaga „Antavad õigused” on sõnastatud järgmiselt:

„1. Registreeritud kaubamärgiomanikul on ainuõigus takistada kolmandaid isikuid, kellel puudub tema nõusolek, kasutamast kaubanduses identseid või sarnaseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või sarnased nendega, mille jaoks antud kaubamärk on registreeritud, kui selline kasutamine põhjustaks tõenäoliselt segiajamise. Kui identsete kaupade või teenuste puhul kasutatakse identseid tähiseid, võib eeldada, et tõenäoliselt aetakse need segi. Eespool kirjeldatud õigused ei tohi kahjustada ühtki varem kehtivat õigust ega mõjutada liikmete võimalust teha õigused kättesaadavaks kasutuse alusel.

2. Pariisi konventsiooni (1967) artikkel *6bis* kehtib *mutatis mutandis* teenuste kohta. Otsustades, kas kaubamärk on üldtuntud, tuleb liikmetel arvesse võtta kaubamärgi tuntust üldsuse seas vastaval alal, kaasa arvatud tuntus selle liikme territooriumil, mis on saavutatud kaubamärgi reklaamimise tulemusena.

3. Pariisi konventsiooni artikkel *6bis* kehtib *mutatis mutandis* kaupade ja teenuste kohta, mis ei ole samased nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, tingimusel et selle kaubamärgi kasutamine kaupade või teenuste puhul viitaks seosele nende kaupade või teenuste ja registreeritud kaubamärgi omaniku vahel, ning tingimusel et selline kasutamine kahjustaks tõenäoliselt registreeritud kaubamärgi omaniku huve.”

43 Nagu ühtlustamisamet õigustatult märkis, on määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkt c kooskõlas Pariisi konventsiooni artikliga *6bis* osas, milles see lubab selle sätte tähenduses üldtuntud kaubamärgi omanikul vastustada või määruse nr 40/94 artikli 52 alusel tühistada hilisema ühenduse kaubamärgi registreerimise, mille kasutus tooks kaasa segiajamise tõenäosuse. Vastupidiselt ei nõuta aga Pariisi konventsiooni artiklis *6bis* varasema üldtuntud kaubamärgi omandit, et muuta kehtivaks sama omaniku registreeritud kaubamärki nimetatud registreerimise vastu algatatud kehtetuks tunnistamise menetluse raames. Nimetatud konventsiooni artikli *6bis* nõuete täitmiseks piisab, kui üldtuntud kaubamärgi omanik võib esitada pädevatele siseriiklikele ametiasutustele hilisema siseriikliku kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse, toetudes oma üldtuntud kaubamärgi õigusele.

44 Samuti ei ole käesolevas asjas tähtsust TRIPS-lepingu artiklil 16. Kõnealuse sätte lõige 1, nagu ka Pariisi konventsiooni artikkel *6bis*, annab vaid varasema kaubamärgi omanikule õiguse takistada hilisemate identsete või sarnaste tähiste kasutamist, mitte aga õigust muuta kehtivaks üks oma hilisematest kaubamärkidest, mis on vaidlustatud kehtetuks tunnistamise taotlusega. Artikli 16 lõiked 2 ja 3 laiendavad Pariisi konventsiooni artikli *6bis* kohaldamisulatust, ilma et muudetaks normatiivset sisu, nagu kirjeldatud eeltoodud punktis.

- 45 Kõigest eeltoodust järeldub, et apellatsioonikoda ei teinud õiguslikku viga, kui ta jättis asjassepuutumatusse tõttu tähelepanuta hageja argumendi, mis tuleneb väidetavalt Prantsusmaal 1992. aastast üldtuntud kaubamärgi prioriteetsusest.
- 46 Lisaks tuleneb toimikust, et hageja pole töendanud üldtuntud kaubamärgi, mille omanik ta väidab end olevat, olemasolu.
- 47 Kehtetuks tunnistamise menetluses väitis hageja kõigepealt end olevat Ameerika Ühendriikide tuntud kaubamärgi omanik. Väidet korراتi hageja 16. veebruari 2000. aasta kirjalikus vastuses ja apellatsioonikoja menetluses.
- 48 Ameerika Ühendriikides tuntud kaubamärgi olemasolule tugineval argumendil ei ole käesolevas kohtuasjas mingisugust tähtsust, kuna mingil juhul ei saa Ameerika turul Pariisi konventsiooni artikli 6*bis* tähenduses üldtuntud kaubamärk muuta kehtetuks Prantsuse siseriiklikku kaubamärki, isegi kui see on hilisem.
- 49 Mis puudutab aga Euroopa Ühendust, siis hageja piirdus tühistamisosakonna otsuse peale 22. juunil 2001 esitatud hagi järgmisega:

„TeleTech Holdings, Inc. has used the trademark TELETECH GLOBAL VENTURES and parts thereof in the European Union since at least as early as 1992.

TeleTech Europe (TeleTech Holdings, Inc.'s European arm) has grown to 10 customer interaction centers including physical sites in the U.K., Spain and Germany employing 4 700 and serving more than 80 clients in 15 European nations. Its total EU revenues in 2000 amounted to US\$ 82 700 000.00, a full 10,7 % of its worldwide revenues of US\$ 885 000 000,00. As a result of its earnings and growth, and its listing on the NASDAQ stock exchange since 1996 TeleTech Holdings and its names and marks enjoy worldwide recognition.”

(„TeleTech Holdings, Inc. kasutab kaubamärki TELETECH GLOBAL VENTURES ning selle elemente Euroopa Liidus vähemalt alates 1992. aastast.

TeleTech Europe (TeleTech Holdings, Inc.'i Euroopa haru) on laienenud kümneks klienditeeninduskeskuseks, hõlmates 4700 töötajaga esindusi Ühendkuningriigis, Hispaanias ja Saksamaal ning teenindades rohkem kui 80 klienti viieteistkümnest erinevast Euroopa rahvusest. 2000. aastal oli Euroopa haru aastakäive 82 700 000 USA dollarit, mis moodustab 10,7% tema ülemaailmsest aastakäibest suuruses 885 000 000 USA dollarit. Tulenevalt tema kasumist, laienemisest ja NASDAQ-il noteerimisest 1996. aastal, on TeleTech Holdings'il ning tema nimedel ja kaubamärkidel ülemaailmne kuulsus.”)

50 Esiteks sedastab Esimese Astme Kohus, et see tekst ei sisalda ühtegi selget viidet Prantsuse territooriumile. Lisaks tuleneb tsiteeritud lõigust, et hagejal on kliente viieteistkümnes Euroopa riigis, millest ei saa järeldada, et Prantsusmaa on kindlasti nende hulgas. Kui hageja tegutseb Euroopa Ühenduse territooriumil, ei tähenda see, et ta on tingimata kogu sellel territooriumil, k.a Prantsusmaa, üldtuntud kaubamärgi omanik. Veelgi enam ei too hageja laialdane tegevus, isegi kui see hõlmab kogu ühenduse territooriumi, automaatselt kaasa kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES tundmist avalikkuse poolt ühenduse turul või täpsemalt Prantsusmaa turul.

- 51 Seetõttu, isegi kui eeldada, et hageja väited on õiged, ei tulene sellest Prantsusmaal 1992. aastast tuntud kaubamärgi üldtuntus. Seega pole hageja viidanud asjaoludele, mis lubaksid järeldada Prantsusmaal üldtuntud kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES olemasolu.
- 52 Mis puudutab aga küsimust selle kohta, kas hagejal oli võimalik esitada kõik vajalikud asjaolud ja tõendid näitamaks üldtuntud kaubamärgi olemasolu, millele toetuti kehtetuks tunnistamise taotluse vastuses, siis see ei tulene käesolevast väitest, vaid kaitseõiguste rikkumisest.
- 53 Eeltoodust tulenevalt on esimene väide põhjendamatu.

Väide, mis tuleneb kaitseõiguste rikkumisest

— Poolte argumendid

- 54 Hageja leiab, et juhul kui apellatsioonikoda polnud veendunud asjaolus, et Prantsuse turul eksisteerib üldtuntud kaubamärk TELETECH GLOBAL VENTURES, oleks ta pidanud paluma hagejal esitada selle kohta tõendeid või arendama oma argumentatsiooni edasi. Apellatsioonikoda rikkus hageja kaitseõigusi ning apellatsioonikodade ja ühtlustamisameti esimeses astmes menetlevate instantside vahelise funktsionaalse järjepidevuse põhimõtet, nagu see on sedastatud Esimese Astme Kohtu 23. septembri 2003. aasta otsuses kohtuasjas T-308/01: Henkel *v.* Siseturu Ühtlustamise Amet – LHS (UK) (KLEENCARE) (EKL 2003, lk II-3253).

55 Ühtlustamisamet rõhutab, et hagejal oli võimalus esitada kõik tõendid, mida ta pidas vajalikuks ja asjassepuutuvaks, et toetada kehtetuks tunnistamise taotluse vastuseks esitatud märkustes tõstatatud väiteid.

— Esimese Astme Kohtu hinnang

56 Määruse nr 40/94 artikli 73 teise lause kohaselt võivad ühtlustamisameti otsuste aluseks olla üksnes põhjused, mille kohta pooltel on olnud võimalik esitada oma seisukoht.

57 Neid põhjusi võib esitada ühtlustamisametile lisaks ka menetluspool.

58 Käesolevas asjas on apellatsioonikoda leidnud vaidlustatud otsuse punktis 21, et kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES väidetav kuulsus Prantsusmaal oli asjasse mittepuutuv.

59 Hagejal oli võimalus selles küsimuses oma seisukoht võtta.

60 Esiteks oli see tema, kes esitas üldtuntud kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES väidetavast olemasolust tuleneva argumendi. Seetõttu oli tal juba võimalus viidata kõigile faktilistele või õiguslikele asjaoludele, mis talle tundusid selles osas vajalikud.

- 61 Järgnevalt selgitas menetlusse astuja kehtetuks tunnistamise menetluse käigus, et tema arvamusel pole hageja esitanud tõendeid selle kohta, et kaubamärk TELETECH GLOBAL VENTURES oli Prantsusmaal tuntud. 14. juuni 2000. aasta kirjas palus ühtlustamisamet hagejal võtta seisukoht menetlusse astuja märkuste suhtes, mida hageja ka kirjalikult 14. augustil 2000 ilma lisatõendite esitamisetega tegi.
- 62 Lisaks, niivõrd, kuivõrd väidet peab tõlgendama viisil, mille kohaselt süüdistatakse ühtlustamisametit omal algatusel varasemast üldtuntud kaubamärgist tuleneva argumendi tähelepanuta jätmises ja hagejalt sellesisuliste lisatõendite palumata jätmises, peab lisama järgmist.
- 63 Esiteks, nagu tuleneb ülaloodud punktist 45, ei mõjuta käesoleva asja tulemust küsimus, kas üldtuntud kaubamärk TELETECH GLOBAL VENTURES eksisteeris enne kui varasem kaubamärk TELETECH INTERNATIONAL. Seega ei olnud ühtlustamisamet kohustatud seda küsimust arutama.
- 64 Teiseks, määruse nr 40/94 artikli 74 lõike 1 lõpuosa kohaselt piirdub ühtlustamisamet registreerimisest keeldumise suhteliste põhjustega seotud menetluses poolte esitatud väidete ja taotluste kontrollimisega.
- 65 Kui selle sätte sõnastust võib tõlgendada nii, et see sätestab vaid vastulausemenetluse, siis suhtelised kehtetuks tunnistamise põhjused määruse nr 40/94 artiklis 52 viitavad selgelt sama määruse artiklile 8, mis loetleb registreerimisest keeldumise suhtelised põhjused. Nii nagu vastulausemenetluses suhtelisi registreerimisest keeldumise põhjusi, arutab ühtlustamisamet ka suhtelisi kehtetuks tunnistamise põhjusi vaid asjaomase varasema kaubamärgi omaniku taotlusel. Järelikult reguleerivad printsiibis suhtelist kehtetuks tunnistamise põhjust puuduvat

kehtetuks tunnistamise menetlust samad põhimõtted kui vastulausemenetluses. Eelkõige on poolte mureks vajalikele asjaoludele ja tõenditele viitamine. Seetõttu kohaldub määruse nr 40/94 artikli 74 lõike 1 lõpuosa ka suhtelist kehtetuks tunnistamise põhjust puudutavale kehtetuks tunnistamise menetlusele vastavalt sama määruse artiklile 52.

66 Määruse nr 40/94 artikli 74 lõike 1 lõpuosast tuleneb, et ühtlustamisamet ei pea omaalgatuslikult arvesse võtma asjaolusid, millele pooled ei ole viidanud. Ülaltoodud punktidest 46–51 järeldeb, et hageja ei ole tõendanud ega isegi väitnud, et Prantsusmaal eksisteerib 1992. aastast üldtuntud kaubamärk.

67 Sellest järeldeb, et ühtlustamisamet polnud kohustatud omaalgatuslikult uurima, kas hagejal oli Prantsusmaal üldtuntud kaubamärk, mis oli varasem kui Prantsuse kaubamärk TELETECH INTERNATIONAL.

68 Repliigis esitatud argument, mis tuleneb funktsionaalse järjepidevuse põhimõttest, on antud kontekstis ebaoluline.

69 Eelmainitud kohtuotsuse KLEENCARE järgi tuleneb apellatsioonikodade ning ühtlustamisameti esimeses astmes menetlevate üksuste vahelisest funktsionaalse järjepidevuse põhimõttest, et esimestel on kohustus uurida kõiki asjaomaseid faktilisi ja õiguslikke asjaolusid silmas pidades, kas apellatsioonimenetluses on õiguspärane võtta vastu uus otsus, mille resolutsioon on sama, mis otsuses, mille peale kaebus on esitatud (eelnimetatud kohtuotsus KLEENCARE, punkt 29). Samas aga ei too funktsionaalne järjepidevus suhtelisi registreerimisest keeldumise põhjusi või suhtelisi kehtetuks tunnistamise põhjusi puudutavates menetlustes apellatsioonikohtajale kaasa kohustust ega isegi mitte võimalust laiendada kehtetuks tunnistamise

põhjuse uurimist faktidele, tõenditele või väidetele, mida pooled pole esitanud tühistamisosakonnas ega apellatsioonikojas. Nagu ilmneb ülaltoodud punktidest 46–51, ei ole hageja esitanud ühtegi faktilist asjaolu ega tõendit, mis lubanuks apellatsioonikojal järeldada Prantsusmaal üldtuntud kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES olemasolu.

- 70 Järelikult, kuna ka teine väide ei ole põhjendatud, tuleb hageja peamised väited jätta tähelepanuta ning analüüsida lisavõimalusena esitatud väidet.

Teise võimalusena esitatud väide, mis tuleneb määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisest

Poolte argumendid

- 71 Hageja möönis kohtuistungil, et asjaomane sihtgrupp koosnes Prantsuse ärispetsialistidest.
- 72 Ta väidab, et kõnealuste kaubamärkidega tähistatud teenused ei ole identsed, sest kaupade nimekiri ei ole identne. Samas tunnistas ta, et need on „lähedased”.
- 73 Hageja leiab, et kõnealused tähised on piisavalt erinevad, et välistada nende segiajamise tõenäosus asjaomase sihtgrupi silmis. Esiteks, kui sõna „teletech” esineb mõlemas tähises, siis sõnad „global ventures” ja „international” on täiesti erinevad nii visuaalselt kui foneetiliselt. Lisaks on sõna „teletech” kirjutatud samasuguste

tähtedega kui teised sõnad, mida ei saa pidada visuaalselt teisejärguliseks. Teiseks leiab hageja, et tähised on erinevad ka kontseptuaalselt. Kui prantsuskeelne sõna „international” (eesti k. rahvusvaheline) tähendab sama mida ingliskeelne, siis prantsuskeelne „global” ei tähenda sama mis „international”, vaid pigem „complet [või] total” (eesti k. terviklik; üldine). Hageja mõõnab aga, et need sõnad võivad kontseptuaalselt sarnased olla. Igal juhul kaob hageja sõnul sarnasus põhjusel, et Prantsuse avalikkus ei tea, mida tähendab ingliskeelne sõna „ventures”. Kuna sõna „ventures” on prantsuse keeles harvaesinev, peab seda pidama sõnamärgi TELE-TECH GLOBAL VENTURES keskseks elemendiks.

- 74 Ühtlustamisamet ja menetlusse astuja ei nõustu hageja väidetega ning asuvad sisuliselt apellatsioonikojaga samasugusele seisukohale.

Esimese Astme Kohtu hinnang

- 75 Suhteline kehtetuks tunnistamise põhjus, mis tuleneb artikli 52 lõike 1 punktist a koostoimes määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punktiga b, vastab viimati nimetatud sättes reguleeritud suhtelisele registreerimisest keeldumise põhjusele. Seetõttu on segiajamise tõenäosust selle määruse artikli 8 lõike 1 punkti b tähenduses käsitlev kohtupraktika asjakohane ka antud kontekstis (vt selle kohta 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, punktid 61–64).
- 76 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on segiajamise tõenäosus ohuks, et avalikkus arvab, et asjaomased kaubad või teenused pärinevad ühelt ja samalt ettevõtjalt või vastavalt olukorrale majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

- 77 Viidatud kohtupraktika kohaselt tuleb segiajamise tõenäosust hinnata üldiselt vastavalt avalikkuse muljele asjaomastest tähistest ja kaupadest või teenustest ning võttes arvesse kõiki asjassepuutuvaid asjaolusid, eelkõige tähiste ja tähistatud kaupade või teenuste vahelise 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, ning viidatud kohtupraktika).

— Sihtgrupp

- 78 Pooled nõustuvad, et asjaomaste kaubamärkidega tähistatud teenuste tarbijad on Prantsusmaa väikeste või suurte ettevõtete direktorid või juhtivtöötajad.
- 79 Esimese Astme Kohus leiab samamoodi kui ühtlustamisamet, et nimetatud tarbijad valdavad inglise keelt keskmisest kõrgemal tasemel, kui arvestada sellega, et tänapäeval kasutatakse äriühingukondades inglise keelt laialdaselt.

— Teenuste sarnasus

- 80 Hageja ei vaidlusta tegelikult asjaomaste teenuste sarnasust.

- 81 Mis puudutab ühenduse kaubamärgiga tähistatud „telefonivastamisteenuseid, telefoniteenuseid, teenuseid aitamaks äriühinguid nende kaupade ja teenuste müügil, äriühingute kaupade ja teenuste müümist või üürimist telefoni teel, äriühingute klientide küsimustele telefoni teel vastamise teenust”, siis hageja pole täpsustanud, mis osas pole need identsed varasema Prantsuse kaubamärgiga TELETECH INTERNATIONAL tähistatud „kliendiabikeskuste ja/või kõnekeskuste haldusteenustega (klientide toimikute, teenuste, tellimuste, tarkvara abi haldus, tehniline abi, kõnekeskuste sisseseade)”. Pelk asjaolu, et teenuste nimekirja sõnastus on erinev, pole piisav näitamaks, et teenused pole identsed, välja arvatud juhul, kui esmapilgul on ilma edasiste selgitusteta ilmne, et tegemist ei ole sama tegevusega.
- 82 Esimese Astme Kohus leiab, et vaidlustatud otsuse punktides 30–42 märgitud põhjustel ei välista teenuste nimekirja sõnastuse esmapilgul uurimine seda, et tegemist on identsete tegevustega. Kuna hageja pole oma väite toetuseks argumente esitanud, tuleb see jätta tähelepanuta.

— Tähiste sarnasus

- 83 Nagu tuleneb väljakujunenud kohtupraktikast, peab segiajamise tõenäosuse üldhinnang tuginema osas, mis puudutab vastandatud tähiste visuaalset, foneetilist või kontseptuaalset sarnasust, nimetatu poolt kujundatud tähise üldmuljele, võttes arvesse eelkõige tähise eristavaid ja keskseid elemente (vt Esimese Astme Kohtu 14. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas T-292/01: Phillips-Van Heusen v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), EKL 2003, lk II-4335, punkt 47, ning viidatud kohtupraktika).

- 84 Visuaalsest küljest on esimene asjaomaste tähiste sõna „teletech” identne. Järgmised sõnad („global ventures” ja „international”) on erinevad. Sõna „teletech” teatav domineerimine on tingitud sellest, et see on esimene sõna suhteliselt pikkade sõnade jadas, nii et tarbija tähelepanu on tähise algust tajudes suurem kui selle lõppu lugedes. Samas aga vähendab nende kahe tähise pikkus, eelkõige sõnad „global ventures” ja „international”, sõna „teletech” kaalu tähiste visuaalses üldmuljes.
- 85 Samad tähelepanekud kehtivad *mutatis mutandis* nende kahe kaubamärgi foneetilise üldmulje osas.
- 86 Mis puudutab kontseptuaalset sarnasust, siis Esimese Astme Kohus tuletab meelde, et üldreeglina ei pea avalikkus keerulise kaubamärgi kirjeldavat elementi selle üldmulje eristavaks või keskseks elemendiks (Esimese Astme Kohtu 3. juuli 2003. aasta otsus kohtuasjas T-129/01: Alejandro v. Siseturu Ühtlustamise Amet — Anheuser Busch (BUDMEN), EKL 2003, lk II-2251, punkt 53). Igal juhul, kui esineb mitme keerulise kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse rohkem või vähem meeldejäävaid või kirjeldavaid elemente, pole välistatud, et üks nendest elementidest, isegi kui see on meeldejääv või kirjeldav, on tajutav kesksena, kui teised tähise elemendid on veelgi vähem iseloomulikud.
- 87 Antud asjas märgib Esimese Astme Kohus kõigepealt, et „tele” ja „tech” vihjavad eesliitele „tele”, mis sisaldub eelkõige sõnades „telekommunikatsioon” ja „telefon”, samuti prantsuskeelses sõnas „technologie” (eesti k. tehnoloogia). Seetõttu tuletab sõna „teletech” teatud määral meelde kõnealuse kaubamärgiga tähistatud teenuseid.
- 88 Igal juhul on sõna „teletech” harvaesinev termin, millel puudub konkreetne tähendus. Seega pole välistatud, et see termin on tähiste keskne element.

- 89 Mis puudutab varasemat Prantsuse kaubamärki, siis see koosneb harvaesinevast sõnast „teletech” ja sõnast „international”. Viimane eksisteerib identse tähendusega nii prantsuse kui ka inglise keeles. Seetõttu mõistab osutatud avalikkus seda kui kirjeldust, mis viitab teenuste osutamise või klientuuri, kellele on teenused suunatud, rahvusvahelisusele. Seega on varasema kaubamärgi domineeriv element „teletech”.
- 90 Ühenduse kaubamärgi osas tuleb märkida, et sõnal „global” on prantsuse keeles kaks tähendust. Esimene vastab sõnadele „complet [või] total” (eesti k. terviklik; üldine). Teine on anglitsism ja vastab sõnale „mondial” (eesti k. ülemaailmne; globaalne). Teine tähendus on ilmselgelt sisuliselt lähedasem sõnaga „international”. Millisena ka sihttarbija sõna ei tajuks, ei ole sõna „global” tähendus selline, mis lubaks seda pidada tähise TELETECH GLOBAL VENTURES keskseks elemendiks, sest igal juhul on tegemist kirjeldava elemendiga.
- 91 Hageja järgi on tähise keskne element sõna „ventures”. See pole aga veenev seisukoht.
- 92 Esiteks on sõna „venture” üldlevinud majanduskeeles, mis on eriti omane anglitsismidele. Üldjuhul on väljendid „joint venture” või „joint-venture” (eesti k. ühisettevõtte) asjaomasele avalikkusele teada. Seega, isegi kui kõnealuste teenuste tarbija ei tea ingliskeelse sõna „ventures” täpset tähendust, seostaks ta seda sõnade „projet” (eesti k. projekt; ettevõtmine) või „entreprise” (eesti k. ettevõtja; ettevõtte; ettevõtmine) umbkaudse tähendusega.
- 93 Teiseks, kuna sõna „ventures” prantsuse keeles ei esine, tajub asjaomane avalikkus kaubamärki kui võõrsõnade (sh ingliskeelsete sõnade) jada. Tegelikuses on ingliskeelsetest sõnadest koosnevate kaubamärkide kasutus väga levinud. Kuna

Prantsuse ettevõtjad ja juhtivtöötajad oskavad piisavalt inglise keelt teadmaks, et selles keeles eelneb tavapäraselt omadussõna nimisõnale, mitte ei järgne sellele, mõistavad nad, et sõna „global” täiendab sõna „ventures”.

94 Sellest järeldub, et väljendit „global ventures” mõistetakse samamoodi kui sõnaühendit „projets mondiaux, entreprises mondiales” (eesti k. ülemaailmsed projektid, ülemaailmsed ettevõtted). Tegu on teenuste laadi või otstarvet kirjeldava tähendusega, isegi kui konkreetne tähendus jääb segaseks. Seega lahutab tarbija ühenduse tähise sõnadeks „teletech” ja „global ventures”.

95 Kolmandaks, sõna „ventures” asetseb tähise lõpus, seetõttu on käesoleval juhul ebatõenäoline, et tarbija tajub seda kaubamärki iseloomustava elemendina.

96 Kõigest eeltoodust tuleneb, et asjaomased tarbijad peavad ühenduse ja varasema Prantsuse kaubamärgi keskseks elemendiks sõna „teletech”. Seetõttu pidas apellatsioonikoda õigustatult tähiseid sarnasteks.

— Segiajamise tõenäosus

97 Kuna asjaomaste kaubamärkidega tähistatud teenused on osaliselt identsed ja osaliselt sarnased ning vastandatud tähised on samuti sarnased, järeldas apellatsioonikoda õigesti, et asjaomaste kaubamärkide segiajamine on tõenäoline. Tarbija, kes on silmitsi kõnealuste kaubamärkidega, jätab eelkõige meelde sõna „teletech”, mis esineb mõlema vastandatud tähise alguses. Seega võib ta need täiesti segi ajada.

- 98 Seda järeldust ei mõjuta hageja üldtuntud kaubamärgi väidetav varasem olemasolu, sõltumata sellest, kas see varasem olemasolu mõjutaks segiajamise tõenäosust.
- 99 Esiteks ei tuginenud hageja oma lisavõimalusena esitatud väite raames sellisele argumendile. Vastandatud kaubamärkide paralleelsele olemasolule viitas ta vaid esimese väite osas.
- 100 Teiseks, isegi kui hageja esimest väidet tuleb mõista selliselt, et see viitab ka segiajamise tõenäosuse hindamisele, tuleb märkida, et kaubamärgi TELETECH GLOBAL VENTURES eelnevat olemasolevat kuulsust hageja ühtlustamisameti menetluses ei tõendanud, nagu ilmneb ka ülaltoodud punktidest 46–51 ja 56–69, ehkki hagejal oli võimalus esitada kõik faktid ja tõendid, mida ta pidas selles osas vajalikuks.
- 101 Seetõttu tuleb ka hageja lisavõimalusena esitatud väide tähelepanuta jätta.
- 102 Kuna hageja väited pole põhjendatud, tuleb hagi jätta rahuldamata.

Kohtukulud

- 103 Esimese Astme Kohtu kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, mõistetakse kohtukulud vastavalt ühtlustamisameti ja menetlusse astuja nõudele hagejalt välja.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (teine koda)

otsustab:

- 1. Jätta hagi rahuldamata.**
- 2. Mõista kohtukulud välja hagejalt.**

Pirrung

Meij

Pelikánová

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 25. mail 2005 Luxembourgis.

Kohtusekretär

H. Jung

President

J. Pirrung

Sisukord

Vaidluse taust	II - 1773
Menetlus ja poolte nõuded	II - 1776
Õiguslik käsitlus	II - 1777
Peamised väited	II - 1777
Väide, mis tuleneb „ühenduse kaubamärkide ja eristatavate siseriiklike kaubamärkide ja tähiste koosseksisteerimise ja võrdlemise põhimõtete” rikkumisest .	II - 1777
— Poolte argumendid	II - 1777
— Esimese Astme Kohtu hinnang	II - 1780
Väide, mis tuleneb kaitseõiguste rikkumisest	II - 1789
— Poolte argumendid	II - 1789
— Esimese Astme Kohtu hinnang	II - 1790
Teise võimalusena esitatud väide, mis tuleneb määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisest	II - 1793
Poolte argumendid	II - 1793
Esimese Astme Kohtu hinnang	II - 1794
— Sihtgrupp	II - 1795
— Teenuste sarnasus	II - 1795
— Tähiste sarnasus	II - 1796
— Segiajamise tõenäosus	II - 1799
Kohtukulud	II - 1800