

## Kohtuasi T-317/01

### **M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung und Informationssysteme mbH**

*versus*

### **Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused)**

Ühenduse kaubamärk — Vastulausemenetlus — Ühenduse sõnamärgi M+M  
EURODATA taotlus — Varasem sõnamärk EURODATA TV — Suhteline  
keeldumispõhjus — Segiajamise tõenäosus — Määruse (EÜ) nr 40/94  
artikli 8 lõike 1 punkt b

Esimese Astme Kohtu otsus (teine koda), 30. juuni 2004 . . . . . II - 1820

### Kohtuotsuse kokkuvõte

1. *Ühenduse kaubamärk — Kolmandate isikute märkused ja vastulause — Vastulause läbivaatamine — Ullatus — Asjaomaste kaupade ja teenuste sarnasus — Kõigi registreeringuga hõlmatud kaupade ja teenuste suhtes läbiviidav analüüs (Nõukogu määrus nr 40/94, artikli 8 lõike 1 punkt b)*

2. Ühenduse kaubamärk — Ühenduse kaubamärgi mõiste ja ühenduse kaubamärgi omanikuks saamine — Suhtelised keeldumispõhjused — Identsete või sarnaste kaupade jaoks registreeritud identse või sarnase varasema kaubamärgi omaniku vastulause — Varasema kaubamärgiga segiajamise tõenäosus — Sõnamärgid M+M EUROdata ja EUROdata TV

(Nõukogu määrus nr 40/94, artikli 8 lõike 1 punkt b)

1. Määruse nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta artikli 8 lõike 1 punkti b alusel varasema kaubamärgi omaniku poolt algatatud vastulausemenetluses kontrolitakse kaupade ja teenuste võimalikku omavahelist sarnasust iga asjaomase tähise suhtes registreeritud kaupade ja teenuste loetelule viidates. Seejuures ei saa arvesse võtta taotletava kaubamärgi kavandatud kasutamist määratletud sektoris või turul, kuna see registreering ei saa sisaldada vastavat piirangut.

(vt punkt 58)

nõustamine turustamise ja levitamise valdkonnas” ja „seminaride ja muude koolitusürituste korraldamine ja läbiviimine turustamise ja levitamise valdkonnas”, ja kaubamärgi EUROdata TV vahel, mis on varem registreeritud Prantsusmaal ja rahvusvahelise kaubamärgina klassi 35 kuuluvatele teenustele „kaubandusteabe kogumine ja pakkumine, eriti rahvastikuküsitlused audiovisuaalses valdkonnas”, ning Iirimaa samuti Nizza kokkuleppe mõttes klassi 35 kuuluvatele teenustele „kaubandusteabe kogumine ja pakkumine; ärialased uuringud; reklaamiteenused; kaubandus- või tööstusettevõtjatele antav nõustamine ja abi; ärialase statistika ettevalmistamine ja pakkumine, turundusalased uuringud; turu-uuringud ja turuanalüüs”.

2. Professionaalidest koosneva sihtrühma jaoks, kes võib olla asjaomastest tähistest iseäranis huvitatud ja pöörata neile erilist tähelepanu, ei ole segiajamise tõenäosust sõnalise tähise M+M EUROdata, mille registreerimist ühenduse kaubamärgina taotletakse Nizza kokkuleppe järgi klassidesse 35 ja 41 kuuluvatele teenustele „turu-uuringud, turuanalüüs ja ärialased uuringud, ettevõtjate

Kuigi kaubamärgitaotluses osutatud klassi 35 kuuluvad teenused ja samasse

klassi kuuluvad varasema kaubamärgiga kaitstud teenused on identsed ning kaubamärgitaotluses osutatud klassi 41 kuuluvad teenused ja varasema kaubamärgiga kaitstud klassi 35 kuuluvad teenused on sarnased, siis kõnealuste tähiste vahelised visuaalsed, foneetilised

ja kontseptuaalsed erinevused on piisavad selleks, et välistada segiajamise tõenäosus sihtrühma silmis.

(vt punktid 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85)