

**ÜHISTEATIS**

**SUHTELISED KEELDUMISPÕHJUSED —  
SEGIAJAMISE TÕENÄOSUS  
(ERISTUSVÕIMETA / NÕRGA  
ERISTUSVÕIMEGA OSADE MÕJU)**

2. OKTOOBER 2014

## 1 TAUST





Euroopa Liidu kaubamärgiametid, kes on võtnud endale kohustuse jätkata lähenemisprogrammi raames Euroopa Liidu intellektuaalomandivõrgustiku kaudu toimuvat koostööd, on kokku leppinud ühises praktikas, mis käsitleb kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosuse kontrollimisel (suhtelised keeldumispõhjused). Ühist praktikat levitatakse ühisteatise kaudu, et suurendada praktika läbipaistvust, õiguskindlust ja prognoositavust kaubamärgiekspertide ja kasutajate huvides.

Ühisteatise eesmärk on lähendada põhimõtteid, mille alusel hinnatakse kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosusele.

## 2 ÜHINE PRAKTIKA

Ühine praktika on määratletud ja kirjeldatud dokumendis „Ühise praktika põhimõtted”. Ühisel praktikal on neli põhieesmärki.

<b>1. eesmärk</b>	<i>Määratleda, mis kaubamärgi eristusvõimet hinnatakse: varasema kaubamärgi (ja/või selle osade) ja/või hilisema kaubamärgi (ja/või selle osade) eristusvõimet</i>	
<b>Ühine praktika</b>	Segiajamise tõenäosuse hindamisel: <ul style="list-style-type: none"> <li>• hinnatakse varasema kaubamärgi kui terviku eristusvõimet, arvestades, et kaubamärgi teatud eristusvõimet tuleb tunnustada;</li> <li>• hinnatakse ka varasema ja hilisema kaubamärgi kõigi osade, eelkõige ühiste osade eristusvõimet.</li> </ul>	
<b>2. eesmärk</b>	<i>Leida kaubamärgi (ja/või selle osade) eristusvõime hindamise kriteeriumid</i>	
<b>Ühine praktika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaubamärkide eristusvõime hindamisel suhteliste keeldumispõhjuste korral kohaldatakse samu kriteeriume kui eristusvõime määramisel absoluutsete keeldumispõhjuste puhul. Suhteliste keeldumispõhjuste korral kasutatakse kriteeriume aga nii minimaalse eristusvõime määramiseks kui ka eristusvõime eri tasemete hindamiseks.</li> </ul>	
<b>3. eesmärk</b>	<i>Leida ühiste nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosusele</i>	
<b>Ühine praktika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui kaubamärkide ühine osa on nõrga eristusvõimega, keskendutakse segiajamise tõenäosuse hindamisel sellele, kuidas mõjuvad osad, mis ei kattu, kaubamärkide üldmuljele. Arvestatakse mitte kattuvate osade sarnasusi/erinevusi ja eristusvõimet.</li> <li>• Nõrga eristusvõimega osade kokkulangevus ei põhjusta tavaliselt iseenesest segiajamise tõenäosust.</li> <li>• Segiajamine võib siiski olla tõenäoline, kui:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ teised osad on nõrgema (või sama nõrga) eristusvõimega või tähtsusetu visuaalse mõjuga ja kaubamärkide üldmulje on sarnane või.</li> <li>▪ kaubamärkide üldmulje on väga sarnane või identne.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Näited*</b>	<i>SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE</i>	<i>SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE</i>

	<p><b>MORELUX vs. INLUX</b> (Klass 44: iluhooldusteenused)</p>	<p><b>COSMEGLOW vs. COSMESHOW</b> (Klass 3: kosmeetikavahendid)</p>
	 <p>(Klass 9: krediitkaardid)</p>	 <p>(Klass 43: puhkemajutus)</p>
<b>4. eesmärk</b>	<i>Leida ühiste eristusvõimetute osade mõju segiajamise tõenäosusele</i>	
<b>Ühine praktika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui kaubamärkide ühine osa on eristusvõimetu, keskendutakse segiajamise tõenäosuse hindamisel sellele, kuidas mõjuvad osad, mis ei kattu, kaubamärkide üldmuljele. Arvestatakse mittekatuvate osade sarnasusi/erinevusi ja eristusvõimet.</li> <li>• Ainult eristusvõimetute osade kokkulangevus ei põhjusta segiajamise tõenäosust.</li> <li>• Kui kaubamärgid sisaldavad ka teisi sarnaseid kujutis- ja/või sõnalisi elemente, on segiajamine tõenäoline, kui kaubamärkide üldmulje on väga sarnane või identne.</li> </ul>	
<b>Näited*</b>	<p><i>SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE</i></p> <p><b>BUILDGRO vs. BUILDFLUX</b> (Klass 19: ehitusmaterjalid Klass 37: ehitusteenused)</p>	<p><i>SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE</i></p> <p><b>TRADENERGY vs. TRACENERGY</b> (Klass 9: elektri tootmise päikeseenergiakollektorid)</p>
	 <p>(Klass 36: finantsteenused)</p>	 <p>(Klass 9: elektri tootmise päikeseenergiakollektorid)</p>

\* Veel näiteid on dokumendis „Ühise praktika põhimõtted“.

## 2.1 ÜHINE PRAKTIKA EI HÕLMA JÄRGMIST

Ühine praktika ei hõlma järgmisi küsimusi.

- Kasutuse käigus ja/või tänu mainele tugevnenud ja/või omandatud eristusvõime hindamine: käesolevas ühises praktikas eeldatakse, et puuduvad tõendid ja/või väited ja/või varasemad teadmised, et mõni kaubamärkidest on mainega või on kasutuse käigus omandanud suurema eristusvõime.
- Segiajamise tõenäosuse hindamisel arvestatavate tegurite kokkuleppimine. Kuigi segiajamise

tõenäosuse igakülgset hindamist võivad mõjutada paljud tegurid (domineerivus, asjaomase sihtrühma tähelepanelikkus, kooseksisteerimine, turuolukord, kaubamärkide perekond jne), kuid ühise praktika eesmärk ei ole neid tegureid leida.

- Eristusvõime ja segiajamise tõenäosuse hindamisel kõigi muude arvestatavate tegurite vastastikseoste kokkuleppimine. Käesoleva ühise praktika eesmärk ei ole leida segiajamise tõenäosuse igakülgsele hindamisele mõjuda võivate muude tegurite hindamise kriteeriume ega nende tegurite vastastikseoseid. Ühine praktika ei käsitle segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist, vaid selle üht olulist osa.
- Keeleküsimused: ühise praktika nimel on otsustatud, et kaubamärkides sisalduvaid inglise keeles eristusvõimetuid (või nõrga eristusvõimega) sõnalisi elemente käsitletakse kui kõigis keeltes eristusvõimetuid (või nõrga eristusvõimega) ning riigisisestele ametitele mõistetavaid.

### **3 RAKENDAMINE**

See ühine praktika, nagu varasemadki, jõustub kolme kuu jooksul käesoleva ühisteatise avaldamise kuupäevast.

Ühise praktika rakendamise üksikasjad on esitatud alljärgnevas tabelis. Rakendavatel ametitel on õigus avaldada oma veebilehel lisateavet.

#### **[Rakendavad ametid](#)**



**ÜHINE PRAKTIKA**  
**SUHTELISED KEELDUMISPÕHJUSED —**  
**SEGIAJAMISE TÕENÄOSUS**  
**(ERISTUSVÕIMETA / NÕRGA**  
**ERISTUSVÕIMEGA OSADE MÕJU)**

2. OKTOOBER 2014

## SISUKORD

<b>1</b>	<b>PROGRAMMI TAUST</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>PROJEKTI TAUST</b> .....	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>KÄESOLEVA DOKUMENDI EESMÄRK</b> .....	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>PROJEKTI ULATUS</b> .....	<b>2</b>
<b>5</b>	<b>ÜHINE PRAKTIKA</b> .....	<b>4</b>
5.1	Eristusvõime hindamine: varasem kaubamärk ja/või selle osad ja/või hilisem kaubamärk ja/või selle osad (1. eesmärk) .....	4
5.2	Kaubamärgi (ja/või selle osade) eristusvõime hindamise kriteeriumid (2. eesmärk) .....	4
5.3	Ühiste nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosusele (3. eesmärk) .....	4
5.4	Ühiste eristusvõimeta osade mõju segiajamise tõenäosusele (4. eesmärk).....	6



## 1 PROGRAMMI TAUST

Kuigi kaubamärkide ja disainilahendustega seonduv tegevus on kogu maailmas viimastel aastatel laienenud, on eri riikide ametite töömeetodite lähendamiseks tehtud jõupingutuste tulemused olnud tagasihoidlikud. Euroopas tuleb ELi intellektuaalomandiametite tegevuses esinevate ebakõlade lahendamiseks teha veel palju tööd. See küsimus on Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) strateegiakavas tunnustatud üheks peamiseks probleemiks, millega amet peab tegelema.

Nendel kaalutlustel algatati 2011. aasta juunis lähenemisprogramm. Programm kajastab riigisiseste ametite, EUIPO ja kasutajate ühist tahet viia Euroopa Liidu intellektuaalomandiametid uude ajastusse, kujundades järkjärgult välja koostalitlusvõimelise Euroopa koostöövõrgustiku, mis aitab tugevdada intellektuaalomandi kaitset Euroopas.

Programmi eesmärk on **tagada selgus, õiguskindlus, kvaliteet ja kasutatavus nii taotlejatele kui ka ametitele ning pakkuda nendel teemadel teavet**. Eesmärgi saavutamiseks tehakse koostööd praktika ühtlustamiseks, mis toob märkimisväärset kasu nii kasutajatele kui ka intellektuaalomandiametitele.

Lähenemisprogrammi esimeses etapis algatati viis projekti:

- CP 1. Klassifitseerimise ühtlustamine
- CP 2. Klassipäiste ühtlustamine
- CP 3. Absoluutsed keeldumispõhjused – kujutismärgid
- CP 4. Mustvalgete märkide kaitse ulatus
- CP 5. Suhtelised keeldumispõhjused – segiajamise tõenäosus

Käesolevas dokumendis käsitletakse viienda projekti (CP 5. Suhtelised keeldumispõhjused – segiajamise tõenäosus) ühist praktikat.

## 2 PROJEKTI TAUST

Projekti alguses tõlgendasid EUIPO, Beneluxi intellektuaalomandiamet (BOIP) ja liikmesriikide ametid erinevalt kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade hindamist ja tähtsust suhteliste keeldumispõhjuste (segiajamise tõenäosuse) ekspertiisis.

Eelkõige käsitleti ja tõlgendati erinevalt küsimust, kui tähtis (kui üldse) on asjaolu, et identsete kaupade ja/või teenuste osas kaitstava varasema ja hilisema kaubamärgi ühine osa on eristusvõimetu (või nõrga eristusvõimega). Nende erinevate käsitus- ja tõlgendusviiside tõttu saadi segiajamise tõenäosuse hindamisel samadel tingimustel (kaubamärgid, kaubad ja teenused) erinevaid tulemusi.

Sellised erinevused põhjustasid suhteliste keeldumispõhjuste ekspertiisis ettearvamatust ja õiguslikku ebakindlust. Nii mõistsid ametid ühtlustamise vajadust ja leidsid, et ühine praktika oleks kasulik nii kasutajatele kui ka neile endile.

Projekti eesmärk on **ühtlustada lähenemisviisid, kuidas käsitleda kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju, mida peab arvestama segiajamise tõenäosuse hindamisel**.

Projektil on neli põhiväljundit:

- 1) **ühine praktika, sealhulgas ühine lähenemisviis**, mida kirjeldatakse eraldi dokumendis ning mis tõlgitakse kõikidesse Euroopa Liidu ametlikes keeltesse;
- 2) ühise praktika ühine **kommunikatsioonistrateegia**;

- 3) tegevuskava ühise praktika **rakendamiseks**;
- 4) **endise praktika** käsitlemise vajaduse analüüs.

Osalevate riikide ametid ja EUIPO koostavad projektiväljundid koostöös ja omavahel kooskõlastades, arvestades kasutajaühingute esitatud kommentaare.

Käesolev dokument on neljast väljundist esimene.

2012. aasta veebruaris toimus Alicantees töörühma esimene koosolek, kus määrati kindlaks üldised tegevussuunad ning projekti ulatus ja meetodid. 2012. aasta oktoobris, 2013. aasta juunis ja 2013. aasta oktoobris toimusid järgmised koosolekud, kus tööpaketi töörühm arutas põhjalikult projekti eesmärgi ja lepiti kokku ühise praktika põhimõtted. Projekti esitleti ka koostöökomitee koosolekul ning haldusnõukogu ja eelarvekomitee koosolekul.

### 3 KÄESOLEVA DOKUMENDI EESMÄRK

Käesolev dokument on intellektuaalomandiametite, kasutajaühingute, taotlejate, vastulause esitajate ja esindajate jaoks segiajamise tõenäosuse hindamisel kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade suhtes (eeldusel, et kaubad ja/või teenused on identsed) rakendatava ühise praktika alusdokument. Dokument tehakse laiale kasutajaskonnale hõlpsasti kättesaadavaks ning selles **selgitatakse selgelt ja põhjalikult ühise praktika aluseks võetavaid põhimõtteid**. Põhimõtteid rakendatakse üldiselt ja need hõlmavad enamiku juhtumeid. Kuivõrd segiajamise tõenäosust tuleb hinnata igal üksikjuhul eraldi, saab ühistest põhimõtetest lähtudes tagada, et samade kaubamärkide ja keeldumispõhjuste korral jõuavad eri ametid sarnasele prognoositavale järeldusele.

### 4 PROJEKTI ULATUS

Projekti **ulatus** on järgmine:

*„Käesoleva projektiga lähendatakse **segiajamise tõenäosuse hindamisel kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade suhtes (eeldusel, et kaubad ja/või teenused on identsed)** rakendatavat praktikat. Eelkõige on projekti eesmärk järgmine.*

- Määratleda, **mis kaubamärgi eristusvõimet hinnatakse**: varasema kaubamärgi (ja/või selle osade) ja/või hilisema kaubamärgi (ja/või selle osade) eristusvõimet.
- Leida kaubamärgi (ja/või selle osade) **eristusvõime hindamise kriteeriumid**
- Leida **ühiste nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosusele**
- Leida **ühiste eristusvõimetute osade mõju segiajamise tõenäosusele**”

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ (kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta; edaspidi „direktiiv”) põhjenduses 11 on märgitud, et segiajamise tõenäosuse hindamine sõltub mitmest asjaolust. Nagu kohtupraktikas on korduvalt märgitud, tuleb seda hinnata **igakülgset**, arvestades kõiki juhtumit iseloomustavaid asjaolusid (vt nt otsus kohtuasjas C-251/95: Sabel, punkt 22, ja otsus kohtuasjas C-342/97: *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, punkt 18).

Euroopa Kohus märgib kohtuasjas C-251/95: *Sabel* tehtud otsuses järgmist:

*„kaubamärkide visuaalse, auditiivse või kontseptuaalse sarnasuse igakülgne hindamine peab põhinema kaubamärkidest tekkival üldmuljel, võttes eriti arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi”.*

Nagu märgitud, analüüsib projekt asjaomaste kaubamärkide **eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju** kui üht tegurit, mida tuleb arvestada segiajamise tõenäosuse hindamisel.

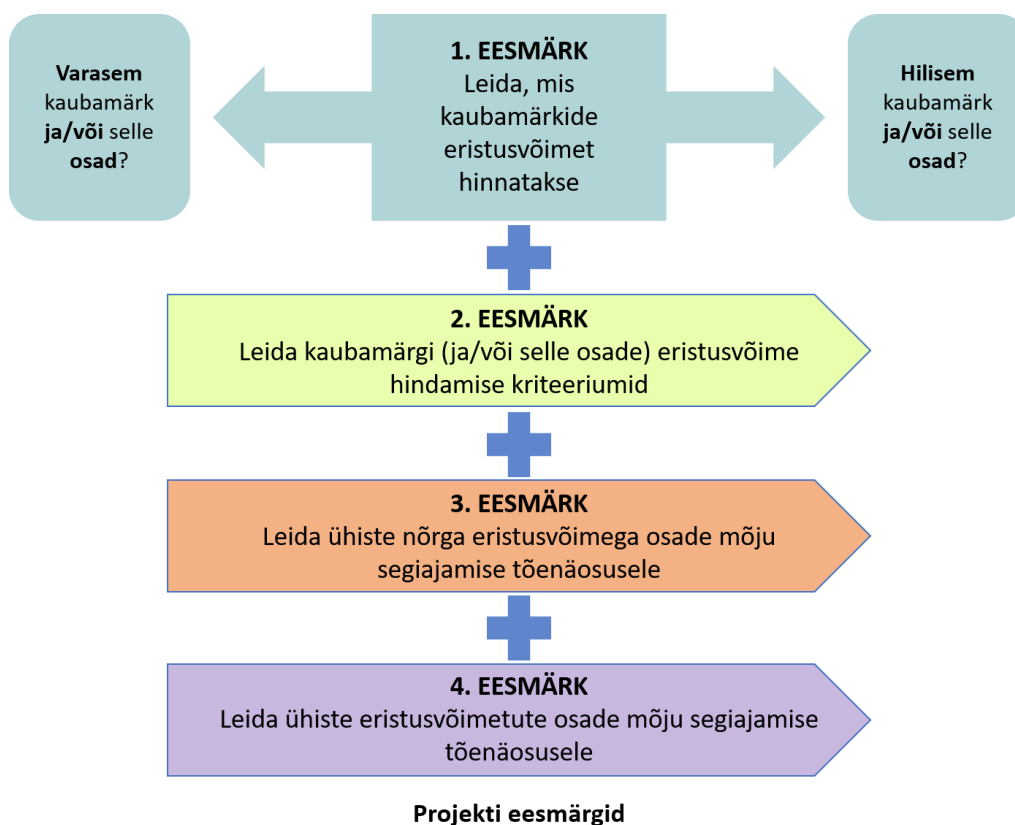


Kuigi **segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist** võivad mõjutada **paljud tegurid** (domineerivus, asjaomase sihtrühma tähelepanelikkus, kooseksisteerimine, turuolukord, kaubamärkide perekond jne), ei ole projekti eesmärk nende tegurite, nende hindamiskriteeriumide ega nende vastastikseoste leidmine. Nii ei käsitleta projektis segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist, vaid üht selle olulist osa.

Projekti ulatus ei hõlma järgmisi küsimusi.

- *Kasutuse käigus ja/või tänu mainele tugevnenud ja/või omandatud eristusvõime hindamine: käesolevas projektis eeldatakse, et puuduvad tõendid ja/või väited ja/või varasemad teadmised, et mõni kaubamärkidest on mainega või on kasutuse käigus omandanud tugevama eristusvõime.*
- *Segiajamise tõenäosuse hindamisel arvestatavate tegurite kokkuleppimine.*
- *Eristusvõime ja segiajamise tõenäosuse hindamisel kõigi muude arvestatavate tegurite vastastikseoste kokkuleppimine.*
- *Keeleküsimused: projekti nimel on otsustatud, et kaubamärkides sisalduvaid inglise keeles eristusvõimetuid (või nõrga eristusvõimega) sõnalisi elemente käsitletakse kui kõigis keeltes eristusvõimetuid (või nõrga eristusvõimega) ning riigisisestele ametitele mõistetavaid.*

Neli võimalikku eesmärki on kujutatud järgmisel joonisel.



Segiajamise tõenäosust võidakse kontrollida mitmel viisil, hinnates kaubamärgi osade eristusvõimet ekspertiisi eri etappides. Asjaomaste kaubamärkide eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju praktiline tulemus ei olene siiski kasutatud käsitusviisist.

## 5 ÜHINE PRAKTIKA

### 5.1 Eristusvõime hindamine: varasem kaubamärk ja/või selle osad ja/või hilisem kaubamärk ja/või selle osad (1. eesmärk)

Segiajamise tõenäosuse hindamisel:

- hinnatakse varasema kaubamärgi kui terviku eristusvõimet;
- hinnatakse ka **varasema** ja **hilisema** kaubamärgi kõigi osade, eelkõige ühiste osade eristusvõimet.

Varasema kaubamärgi kui terviku eristusvõimet hinnates tuleb siiski arvestada, et vastavalt Euroopa Kohtu otsusele kohtuasjas C-196/11 P: *F1-LIVE* ei saa segiajamise tõenäosuse hindamisel varem registreeritud kaubamärkide kehtivust vaidlustada (punkt 40). Seepärast „tuleb **tunnustada** ühenduse kaubamärgi registreerimisele esitatud vastulause aluseks oleva siseriikliku kaubamärgi **teatavat eristusvõimet**” (punkt 47).

### 5.2 Kaubamärgi (ja/või selle osade) eristusvõime hindamise kriteeriumid (2. eesmärk)

Euroopa Kohus märgib kohtuasjas C-342/97: *Lloyd Schuhfabrik Meyer* tehtud otsuses direktiivi artikli 4 lõike 1 punkti b ja artikli 5 lõike 1 punkti b sätteid tõlgendades järgmist:

„et teha kindlaks **kaubamärgi eristusvõime** ja sellest tulenevalt hinnata, kas kaubamärgi eristusvõime on tugev, peab liikmesriigi kohus igakülgsest hindama kaubamärgi suuremat või väiksemat võimet identifitseerida kaupu või teenuseid, mille jaoks on see registreeritud, konkreetselt ettevõtjalt pärinevatena ning seega eristada neid kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate kaupadest või teenustest” (punkt 22).

Vastavalt sellele ja kuivõrd nõrk kaubamärk suudab vähem täita turul oma põhifunktsiooni, peaks selle kaubamärgi kaitse ulatus olema eristusvõimetute (nõrga eristusvõimega) osade suhtes väike.

Kaubamärkide eristusvõime hindamisel suhteliste keeldumispõhjuste korral kohaldatakse samu kriteeriume kui eristusvõime määramisel absoluutsete keeldumispõhjuste puhul. Suhteliste keeldumispõhjuste korral kasutatakse kriteeriume aga nii minimaalse eristusvõime määramiseks kui ka eristusvõime eri tasemete hindamiseks.

### 5.3 Ühiste nõrga eristusvõimega osade mõju segiajamise tõenäosusele (3. eesmärk)

- Kui kaubamärkide ühine osa on nõrga eristusvõimega, keskendutakse segiajamise tõenäosuse hindamisel sellele, kuidas mõjuvad osad, mis ei kattu, kaubamärkide üldmuljele. Arvestatakse mittekattuvate osade sarnasusi/erinevusi ja eristusvõimet.
- Nõrga eristusvõimega osade kokkulangevus ei põhjusta tavaliselt **iseenesest** segiajamise tõenäosust.

**Segiajamine võib siiski olla tõenäoline, kui:**

- teised osad on nõrgema (või sama nõrga) eristusvõimega või tähtsusetu visuaalse mõjuga ja kaubamärkide üldmulje on sarnane

**VÕI**

- kaubamärkide üldmulje on väga sarnane või identne.

### Näited

\* Näidetes eeldatakse, et kõik muud tegurid, mis võivad olla segiajamise tõenäosuse igakülgisel hindamisel asjakohased, ei mõjuta tulemust. Samuti eeldatakse, et kaubad ja teenused on identsed.

Kõigis järgmistes näidetes eeldatakse, et kaubamärkide ühine osa (ühised osad) on nõrga eristusvõimega.

Varasem kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk	Kaubad/teenused	Tulemus
MORELUX	INLUX	Klass 44: iluholdusteenused	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
DURALUX	VITALUX	Klass 44: iluholdusteenused	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 32: puuviljamahlad	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 9: krediitkaardid	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 32: puuviljamahlad	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 30: tee	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 9: krediitkaardid	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
COSMEGLOW	COSMESHOW	Klass 3: kosmeetikavahendid	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE
		Klass 11: külmikud	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE
		Klass 43: puhkemajutus	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE








#### 5.4 Ühiste eristusvõimeta osade mõju segiajamise tõenäosusele (4. eesmärk)

- Kui kaubamärkide ühine osa on eristusvõimetu, keskendutakse segiajamise tõenäosuse hindamisel sellele, kuidas mõjuvad osad, mis ei kattu, kaubamärkide üldmuljele. Arvestatakse mittekattuvate osade sarnasusi/erinevusi ja eristusvõimet.
- Ainult eristusvõimetute osade kokkulangevus **ei põhjusta segiajamise tõenäosust**.
- Kui kaubamärgid sisaldavad ka teisi sarnaseid kujutis- ja/või sõnalisi elemente, **on segiajamine tõenäoline**, kui kaubamärkide üldmulje on väga sarnane või identne.

#### Näited

\* Näidetes eeldatakse, et kõik muud tegurid, mis võivad olla segiajamise tõenäosuse igakülgisel hindamisel asjakohased, ei mõjuta tulemust. Samuti eeldatakse, et kaubad ja teenused on identsed.

Kõigis järgmistes näidetes eeldatakse, et kaubamärkide ühine osa (ühised osad) on eristusvõimetu(d).

Varasem kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk	Kaubad/teenused	Tulemus
GREENGRO	GREENFLUX	Klass 19: ehitusmaterjalid Klass 37: ehitusteenused	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
BUILDGRO	BUILDFLUX	Klass 19: ehitusmaterjalid Klass 37: ehitusteenused	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
	SMARTPHONES.NET	Klass 9: mobiiltelefonid	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 36: finantsteenused	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
		Klass 29: kala	SEGIAJAMINE ON EBATÕENÄOLINE
CRE-ART	PRE-ART	Klass 41: kunstigalerii teenused	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE
TRADENERGY	TRACENERGY	Klass 9: elektri tootmise päikeseenergia- kollektorid	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE
		Klass 9: elektri tootmise päikeseenergia- kollektorid	SEGIAJAMINE ON TÕENÄOLINE