



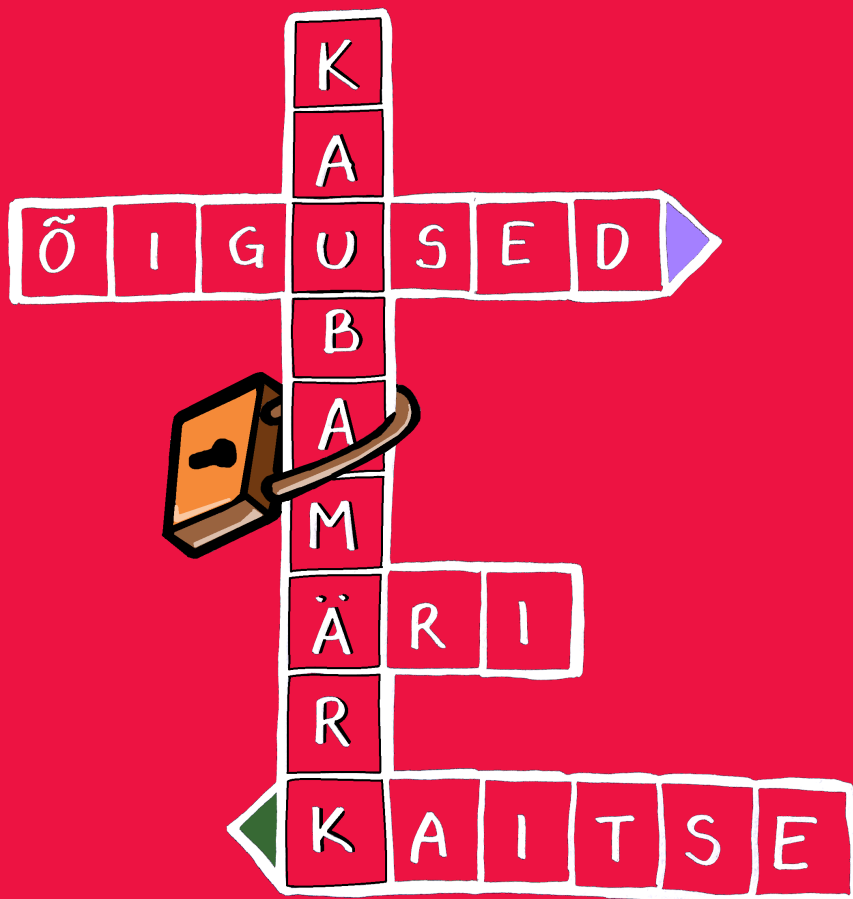
PATENDIAMET



EUIPO

EUROOPA LIIDU
INTELLEKTUAALOMANDI AMET

KAUBAMÄRGI KAITSMINE



SISUKORD

Milleks ettevõtjale kaubamärk?	3
Millised tähised on kaubamärgid?	4
Miks ei sobi mõni tähis kaubamärgiks?	6
Kuidas luua edukas kaubamärk?	9
Kus ja kuidas kaitsta kaubamärki?	10
Millised eelised annab kaubamärgi registreerimine?	12
Kust saab teavet?	13

MILLEKS ETTEVÕTJALE KAUBAMÄRK?

Kaubamärgi esmane ülesanne on tähistada kaupu või teenuseid sellisel moel, et need teiste samalaadsete seast välja paistaksid. Ettevõtja kasutatav kaubamärk peab tarbijale meelde jääma, et ta saaks õnnestunult valitud toodet ka teist korda osta. Seega on kaubamärgi valikul olulised märksõnad eristatavus ja silmapaistvus. Lisaks on kaubamärgil ettevõtja jaoks oluline reklaami- ning kvaliteedifunktsioon. Nii on toote või teenuse hea maine see, mis muudab väärtuslikuks ka kaubamärgi. Eduka ettevõtja kaubamärk võib muutuda omalaadi kvaliteedimärgiks, mida tarbija oskab turult otsida. Maineka kaubamärgiga tähistatud kaupa või teenust tarbides tunnustab tarbija ühtlasi selle kauba või teenuse kvaliteeti ja väärtust.

Kaubamärk võib olla tavakeelde kuuluv või välja mõeldud sõna, aga ka omaniku ärinimi või isikunimi. Kaubamärk võib, aga ei pruugi tarbijale anda teavet kauba tootja või teenuse pakkuja enda kohta. Tarbija eristab kaupu ja teenuseid kaubamärgi järgi ka siis, kui ta tootjat või teenusepakkujat ei tea.

Enne kaubamärgi registreerimise taotlemist on ettevõtja jaoks oluline teada, et kaubamärgi registreerimisega omandatakse õigus kasutada kaubamärki kindlate kaupade ja teenuste tähistamiseks. Kaubad ja teenused, mille jaoks kaubamärki registreerida soovitakse, tuleb välja valida enne kaubamärgi registreerimistaotluse esitamist. Silmas peab pidama, et kaubamärgiga ei saa kaitsta sellega tähistatud kaupade/teenuste sisu, kaupade koostist ega teenuste osutamise viisi. Eelkõige annab kaubamärgi registreerimine ettevõtjale võimaluse eristada oma toodet või teenust teiste ettevõtjate samalaadsetest toodetest.

Kaubamärgi loomine ning toote- ja teenusearendus on omavahel otseselt seotud. Kui tekib hea idee, millist kaupa toota või teenust pakkuda, tasub kohe mõelda ka kaubamärgile. Kaubamärgi kaitsmine ei ole vajalik üksnes suurtele ettevõtetele.

Eestist võib leida mitmeid väärtuslikke väikeettevõtjatele kuuluvaid kaubamärke, mis suurtootjate kaubamärkidega konkureerides edukalt turul püsivad ja on arvestatava varalise väärtusega.

Näiteks talutoodetest on tarbijate seas hinnatud Kadarbiku Köögivili OÜ kaubamärgiga tähistatud köögiviljatooted. Samuti Goodkaarma OÜ kaubamärgiga tähistatud seebid ja kosmeetikatooted ning 59N Brewing OÜ kaubamärgiga tähistatud käsitööõlu.



Kaubamärgi õigeaegne registreerimine tagab õiguskindluse – omanikul on konkreetsel tegevusalal sellele tähisele ainuõigus. Märgi tuntus ja hea maine aitavad ettevõtja äriedule pikas perspektiivis tuntavalt kaasa. Parimate kaubamärkidega kaitstud toodete tarbimine võib pikapeale muutuda osaks tarbija elustiilist.

MILLISED TÄHISED ON KAUBAMÄRGID?

Kaubamärk on tähis, millega on võimalik eristada ühe isiku kaupa ja teenust teise isiku identsest või samasse valdkonda kuuluvast kaubast või teenusest.

Kaubamärgina saab kaitsta ainult sõnu, ainult kujutisi või nende omavahelisi kombinatsioone nii mustvalge kui värvilisena ja ruumilisi märke.

Uute kaubamärgiliikidena on olemas asendimärk (moodustub erilisest viisist, kuidas märk on tootele asetatud), mustrimärk (koosneb üksnes reeglipäraselt korduvatest elementidest), liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märk.

Peamised kaubamärgiliigid

Sõnamärgiks loetakse üksikut kujundamata sõna või sõnade kombinatsiooni, täheühendit, sõnade või tähtedega kombineeritud numbreid jms. Sõnad võivad seejuures olla pärit tavakeelest, aga sobivad ka nimed või tehissõnad. Sõnamärgi mõiste alla kuuluvad ka pikemad reklaamlaused, mida tihti nimetatakse loosungiteks. Kaubamärk võib olla nii eesti- kui võõrkeelne sõnaline tähis.

Näited

tavakeele sõna

TERE ELi kaubamärk nr 004931341

tehissõna

MONTON Eesti kaubamärk nr 39110

loosung

Elu on vaatamist väärt Eesti kaubamärk nr 54553

sõna ja numbri kombinatsioon

Õnne 13 Eesti kaubamärk nr 32878

täheühend

TÖF Eesti kaubamärk nr 53341

Kujutismärk on sõnalise ja kujundliku osa kombinatsioon, mida on nimetatud ka kombineeritud märgiks, või tähis, mis sisaldab ainult kujundit.



ELi kaubamärk nr 005523857

ERAA

ELi kaubamärk nr 004657391

Helimärgiga saab kaitsta muusikalist heli, signatuuri, telefonihelinat jms.



ELi kaubamärk nr 001040955
Nokia Corporationile kuuluv helin

Ruumiline märk on kolmemõõtmeline tähis, mis võimaldab kaitsta kauba eripärast väliskuju või originaalset kaubapakendit.



Eesti kaubamärk nr 48035

Kollektiivkaubamärk on isikute ühendusele kuuluv tähis, mida iga liige saab kasutada vastavalt põhikirjas sätestatud tingimustele.



Eesti kaubamärk nr 27279
Eesti Aiandusliidu kollektiivkaubamärk

Garantiimärgiga tähistatakse eri isikute kaupu ja teenuseid nende kaupade ning teenuste ühise omaduse, tootmisviisi, materjali või mingi muu ühistunnuse tagamiseks. Sellega antakse tarbijale märku, et kaubal või teenusel on mingi ühine tunnus, mille märgi omanik garanteerib.

CHIANTI CLASSICO

Eestis kehtiv rv reg nr 877636
Consorzio Vino Chianti Classico garantiimärk

Sertifitseerimismärk võimaldab eristada kaupu või teenuseid, mille märgi omanik on sertifitseerinud seoses materjali, kaupade tootmise või teenuste osutamise viisi, kvaliteedi, täpsuse või muude omadustega.

MIKS EI SOBI MÕNI TÄHIS KAUBAMÄRGIKS?

Kaubamärk peab suutma eristada sellega tähistatud kaupa või teenust teistest samataolistest kaupadest ja teenustest. Selle nõude tõttu iga tähis kaubamärgiks ei sobi. Mõned tähised peavad jääma vabaks kasutamiseks kõigile ettevõtjatele.

Registreerida ei saa eristusvõimetut tähist. Tähis on eristusvõimetu siis, kui tarbija ei oska seda ettevõtja kaubamärgiks pidada ega suuda meelepäraseks osutunud kaupa või teenust selle abil uuesti osta või tarbida. Näiteks on eristusvõimetu tähis teenuste puhul tähe ja numbri kombinatsioon 24h, toote puhul triipkoodi kujutis vms. Eristusvõime puudumise tõttu ei saa selliseid tähiseid kaubamärgina kaitsta. Lisada tuleb veel, et ebaoluline või isikupäratu kujundus ei muuda eristusvõimetut tähist eristusvõimeliseks.

Näiteks

AIAMARKET
Garden Market
Садовый Маркет

Siin on tegemist eristusvõimetute sõnade kombinatsiooniga eri keeltes, millele ei ole lisatud piisavalt kujundust. Näiteks aiakaupade ja müügi-teenuste puhul ei taju tarbija niisugust tähist kaubamärgina.

POOD24

Eristusvõimetu tähis, mis annab tarbijale infot, et pood on ööpäev läbi avatud. Tähise kujundus ei ole piisav, et tervikmärgile eristusvõimet anda.

Näiteks

Registreerida ei saa kirjeldavat tähist, mis näitab kauba või teenuse liiki, väärtust, geograafilist päritolu, otstarvet või selle mõnda muud omadust. Kirjeldavale sõnalisele tähisele ebapiisava kujunduse lisamine ei välista märgi kirjeldavat iseloomu ja ei muuda märki registreeritavaks.

HIIUMAA TANTSUPIDU

See tähis kirjeldab teenuste geograafilist päritolu (Hiiumaa) ning liiki (meelelahutusteenused).



Kirjeldavale tähisele lihtsate geomeetriliste kujundite või värvide lisamine ei välista märgi kirjeldavat mõju tarbijale.

Registreerida ei saa äri- või tavakeelde jõudnud tähiseid, mida teatud kaupade või teenuste puhul kasutatakse. Võimalik tavapärased on alati seotud märgiga tähistatavate kaupade või teenustega.

Näiteks

BILANSS

Finantsteenuste osas äri- ja tavakeeles tavapäraseks muutunud sõna.



Tavapärasele sõnale lihtsate geomeetriliste kujundite ja valdkonnas tihti kasutatavate kujundelementide lisamine ei muuda märki registreeritavaks.

Erandina saab eristusvõimetut, kaupa või teenust kirjeldavat või valdkonnas tavapärast tähist kaubamärgina registreerida, kui see on taotluse esitamise kuupäevaks Eestis üldtuntud või omandanud pikaajalise kasutamise käigus eristusvõime.

Siin on oluline rõhutada, et tähise tuntuse turul ning tarbijate seas peab ettevõtja olema juba saavutanud kaubamärgitaotluse esitamise päevaks.

Lisaks eeltoodule ei saa registreerida tähist, mis:

- ◆ võib tarbijat eksitada tähistatava kauba või teenuse suhtes;
- ◆ koosneb üksnes kujust, mis tuleneb toote olemusest või mis on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks;
- ◆ on vastuolus heade tavade või avaliku korraga;
- ◆ sisaldab lippe, vappe ja muid sümbboleid, mille kaitse on õigusaktidega kindlaks määratud ning puudub pädeva ametiasutuse või isiku luba;
- ◆ sisaldab kaitstud geograafilist tähist, kui see toob kaasa geograafilise tähise õigusvastase kasutamise;
- ◆ on esitatud pahauskelt.

Mõnikord on taotletava kaubamärgiga identne või sarnane tähis saanud samal või sarnasel tegevusalal õiguskaitse varem. Sel juhul võib kaubamärgi registreerimist takistada varasema õiguse omanik.

Varasemaid õigusi on mitmesuguseid. Samas tegevusvaldkonnas võib olla varem registreeritud ja teisele omanikule kuuluv Eesti riigisisene, Eestis kehtiv rahvusvaheline või Euroopa Liidu kaubamärk. Varasemad õigused on ka näiteks kehtiv õigus ärinimele, muule tööstusomandi esemele, autoriõigus jms.

Et vältida probleeme varasema õiguse omanikega, tasub kaubamärgitaotlejal juba enne taotluse esitamist teha otsing Eesti Patendiameti ja Euroopa Liidu kaubamärkide andmebaasides, samuti äriregistris.

Kui sarnasel tegevusalal on olemas Eestis kehtiv varasem kaubamärk või muu varasem õigus, tasub kaaluda kaubamärgi muutmist või olla valmis varasema õiguse omanikuga kokkuleppele jõudma.

KUIDAS LUUA EDUKAS KAUBAMÄRK?

Parim kaubamärk on originaalne ja silmatorkav. Niisugusest märgist saab omanik enim kasu. Märgil, mis tarbijale silma ei hakka, mis sulandub massi või tundub tarbijale arusaamatu, pole äritegevuses suurt väärtust.

Kaubamärgi valikul tasub kindlasti küsida, mida kaubamärgiga avalikkusele teada anda soovitakse. Kuna kaubamärgi olulisim funktsioon on eristada, tasub rõhuda märgi selgusele ja omapärale. Paljud edukad kaubamärgid moodustavad olulise osa ettevõtja kuvandist, olles tähtsad abivahendid ka tootja ja teenusepakkuja reklaamimisel ning omasuguste seast esiletõstmisel.

Eriti edukas kaubamärk võib muutuda mõne konkreetse toote, teenuse või miks mitte lausa elustiili sümboliks.

Kuulsatel kaubamärkidel, nagu CocaCola, Apple, Nike või Eesti märkidel Kalev ja Saku, on jutustada oma lugu, mis on tihedalt seotud innovatsiooni, toote jätkuva arenduse ja ajakohastamisega. Eduka kaubamärgi omanik jälgib tarbija käitumist ja arendab ka oma kaubamärki tarbija ootuste kohaselt.

Kaubamärgi muutumine ajas kolme tuntud Eesti ettevõtte näitel.

Näiteks



2001. aasta Eesti kaubamärk nr 34164



2011. aasta Eesti kaubamärk nr 48321



1995. aasta Eesti kaubamärk nr 15104



2009. aasta ELi kaubamärk nr 006578108



1995. aasta Eesti kaubamärk nr 15971



2004. aasta Eesti kaubamärk nr 39439

KUS JA KUIDAS KAITSTA KAUBAMÄRKI?

Kaubamärgi kaitse on territoriaalne. Kaitse kehtib selles riigis või riikide ühenduses, kus märk registreeritakse. Märk kehtib 10 aastat ja kehtivust saab lõivu tasumise korral kümne aasta kaupa pikendada. Selliselt toimides kaubamärgi kehtivusel ajalised piirangud puuduvad. Nõnda kehtibki paljude kaubamärkide õiguskaitse aastakümneid.

Kaubamärgi kaitsmiseks Eestis tuleb esitada Patendiametile avaldus kas elektroonselt või paberil ja maksta riigilõiv. Ettevõtjale, kes kavandab oma äritegevust üksnes Eesti piires, sobib selline võimalus kõige paremini.

Kaitse saamiseks väljaspool Eestit on mitu võimalust.

Üks võimalus on esitada kaubamärgitaotlus otse mõne teise riigi ametisse. Selle mooduse kasutamise muudavad keeruliseks keelebarjäär, ametite eri menetlusnormid ja osades riikides kehtiv nõue, et sealse ametiga suhtlemiseks tuleb võtta esindaja. Samas võib selline registreerimine olla taotleja jaoks odavam kui muu võimalus, näiteks juhul, kui ettevõtja soovib oma äri laiendada ja kaubamärki kaitsta ainult ühes riigis.

Teine võimalus oma märki nii Eestis kui väljaspool Eestit kaitsta on esitada taotlus Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametisse (EUIPO) ja registreerida Euroopa Liidu kaubamärk. Kaubamärgitaotluse saab esitada eesti keeles EUIPO veebilehel <https://euipo.europa.eu>, ühe lõivuga on hõlmatud kõik liikmesriigid ja menetlustoimingud. Seega on ühe taotlusega võimalus saada õiguskaitse kõigis Euroopa Liidu liikmesriikides. Euroopa Liidu laienemise korral laieneb liitunud riikidesse ka kaubamärgi õiguskaitse. Kaubamärgi taotlemiseks ei ole vaja varasemat Eesti riigisisest kaubamärki või kaubamärgitaotlust. Euroopa Liidu kaubamärgi registreerimisega saab niisiis õiguskaitse ka Eesti territooriumil.

Enne Euroopa Liidu kaubamärgi taotlemist on mõttekas soovitud tegevusalal veidi üle-euroopalist turgu uurida. Euroopa Liidu liikmesriikides kehtib palju eri varasemaid õigusi, mistõttu on võimalik, et soovitud märgiga sarnane tähis on juba mõnes liikmesriigis kaitstud. Liikmesriikides kehtivaid varasemaid kaubamärke on kõige mugavam leida andmebaasist TMview. Euroopa Liidu kaubamärgisüsteemi kohaselt saab märk kaitse kas Euroopa Liidus tervikuna või ei saa kaitset mitte üheski liikmesriigis.

Kolmas võimalus on registreerida rahvusvaheline kaubamärk Madridi protokollil alusel Maailma Intellektuaalomandi Organisatsiooni (WIPO) Rahvusvahelise Büroo kaudu.

Selle variandi puhul saab ettevõtja ise valida riigid, kus ta oma märgile ainuõigust soovib, st riigid, kus ta oma kaubamärki kavatseb kasutada.

Rahvusvaheline kaubamärgisüsteem hõlmab praegu rohkem kui sadat riiki ja nende arv kasvab. Liitunud riikide hulgas on kõik Eesti lähiriigid, suurriigid nagu Hiina või USA ning ka Euroopa Liit kui tervik. Ühe kaubamärgitaotlusega saab seega hõlmata suurt turgu, kõik lõivud tasuda korraga ja ei pruugi tekkida vajadust suhelda eri riikide ametitega eraldi. Rahvusvahelise kaubamärgitaotluse esitamise aluseks on Eesti või Euroopa Liidu kaubamärk või kaubamärgitaotlus. Seega tuleb alustada Eestist või Euroopa Liidust ja tasub silmas pidada viieaastast sõltuvust sellest põhitaotlusest või -registreeringust. Kui Eesti või Euroopa Liidu põhimärk õiguskaitset ei saa või kaotab selle viie aasta jooksul kehtivuse, muutub kehtetuks ka põhimärgiga seotud rahvusvaheline märk.

Rahvusvahelise kaubamärgi registreerimiseks tasutava lõivu suurus sõltub muu hulgas sellest, millistes riikides märki taotletakse. Lõivukalkulaatoris WIPO kodulehel www.wipo.int saab lõivu hõlpsalt kokku arvutada.

MILLISED EELISED ANNAB KAUBAMÄRGI REGISTREERIMINE?

Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse.

Omanik saab õiguse keelata teistel äritegevuses kasutada identseid või sarnaseid tähiseid identsete või samasse valdkonda kuuluvate kaupade või teenuste tähistamiseks. Seega on võimalik takistada kaupade ja teenuste tähistamist õiguskaitse saanud kaubamärgiga, kui seda tehakse ilma kaubamärgiomaniku loata.

Kaubamärgil on lisaks mainele ka väga selge varaline väärtus. Kaubamärk on vara, millega saab teha ärilisi tehinguid – litsentsida, müüa, pantida. Märki kaitstes saab ettevõtja paljudeks aastateks kindluse, et tema kaupa või teenust tähistavat kaubamärki ei saa konkurendid kasutada.

Kui kaubamärk jääb registreerimata, puuduvad ettevõtjal juriidilised võimalused konkurentidel sarnase tähise kasutamist keelata. Seega muutub võimalikuks kasutusele võetud tähise loata kasutamine. Väljapaistev kaubamärk kuulub eduka ettevõtte juurde. Kaubamärgiõiguste kaitsmine annab ettevõtjale kindluse turul tegutsemiseks.



Omanik Estravel AS



Omanik AS Hekotek



Omanik Selver AS

KUST SAAB TEAVET?

Patendiameti koduleheküljelt www.epa.ee leiab ettevõtja palju teavet kaubamärgi registreerimise põhimõtete, võimaluste ja kaubamärgitaotluse esitamise kohta. Mugav on kasutada taotluse elektroonilise esitamise portaali, kuid kodulehelt leiab ka pabertaotluse vormi, infot riigilõivude ning kaupade ja teenuste klasside kohta. Soovitatav on enne taotluse esitamist tutvuda ka kaubamärgiseadusega.

Patendiameti kodulehel on kättesaadavad:

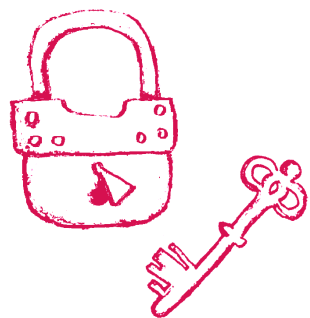
- ♦ Eesti Patendiametis õiguskaitse saanud kaubamärkide ja registreerimiseks esitatud taotluste andmebaas;
- ♦ Euroopa Liidu kaubamärkide andmebaas, milles sisalduvad märgid kehtivad ka Eestis;
- ♦ andmebaas TMview, mis võimaldab teha otsingut sellega liitunud riikide ametite kaubamärkide andmebaasides;

- ◆ kaupade ja teenuste klassifitseerimise abivahend TMclass;
- ◆ kaupade ja teenuste samaliigilisuse hindamise abivahend Similarity;
- ◆ ettevõtjatele intellektuaalomandiõiguste kohta võrgukoolitust pakkuv e-õppe keskkond e-Learning for SMEs.

Patendiameti kodulehel sisalduvate linkide abil pääseb rahvusvahelisi kaubamärke Madridi protokollil alusel registreeriva Maailma Intellektuaalomandi Organisatsiooni (WIPO) ja Euroopa Liidu kaubamärke registreeriva Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) veebilehtedele.

Kaubamärgi õiguskaitsega seotud toimingutes võib kasutada ka patendivolinike abi, kelle nimekiri on Patendiameti kodulehel.

Patendiameti kaubamärgiekspertid jagavad iga päev tasuta nõuandeid. Täpsem teave asub Patendiameti veebilehel **www.epa.ee**. Nõu tasub küsida enne taotluse esitamist, sest pärast taotluse vastu võtmist ei ole võimalik teatud andmeid parandada. Näiteks ei saa muuta kaubamärki ega lisada kaupu või teenuseid.



PATENDIAMET

Toompuiestee 7, 15041 Tallinn
www.epa.ee

TAOTLUSTE VASTUVÕTT

tel 627 7911

vastuvoett@epa.ee

E-vastuvõtt, vajalik ID-kaart

<https://teenused.epa.ee/>

TASUTA KONSULTATSIOONID

Kaubamärgid

tel 627 7937 9.00–13.00

kaubamark@epa.ee

Sellel telefonil ja aadressil saab kokku
leppida ka konsultatsiooni
Patendiametis kohapeal.

Abi taotluste vormistamisel ning lõivud

tel 627 7911

vastuvoett@epa.ee

EUIPO

Avenida de Europa, 4
E-03008 Alicante
SPAIN

<https://euipo.eu/ohimportal/et/home>

EUROOPA LIIDU KAUBAMÄRGI

TAOTLUSTE e-portaal

[https://euipo.europa.eu/ohimportal/
et/apply-now](https://euipo.europa.eu/ohimportal/et/apply-now)

TASUTA KONSULTATSIOONID

tel +34 96 513 9100

information@euipo.europa.eu