



**PATENDIAMET**  
**TÖÖSTUSOMANDI**  
**APELLATSIOONIKOMISJON**

Tallinnas 21.08.2019

**OTSUS nr 1775-o**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Evelyn Hallika (eesistuja), Edith Sassian ja Rein Laaneots, vaatas läbi CEMSEL TEKSTIL SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI (TR) vaidlustusavalduse kaubamärgi More`More colours + kuju (taotlus nr M201701244) registreerimise kohta Osaühing N-Kaubandus nimele klassis 35.

**Asjaolud**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) laekus 31.08.2018 CEMSEL TEKSTIL SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI (edaspidi ka vaidlustaja) vaidlustusavaldus kaubamärgi More`More colours + kuju (taotlus nr M201701244) registreerimise kohta Osaühing N-Kaubandus nimele klassis 35. Vaidlustusavalduse esitas patendivolnik Kaie Puur.

Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 1775.

**Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlisult**

Taotlus kaubamärgi More` More colours + kuju (taotluse nr M201701244) registreerimiseks Eestis on esitatud 18.12.2017 alljärgnevate klassi 35 kuuluvate teenuste osas: *rõivaste, jalatsite, peakatete ning nende aksessuaaride jae- ja hulgimüügiteenused (kolmandatele isikutele).*

Patendiamet on kaubamärgi More` More colours + kuju avaldanud 02.07.2018 Kaubamärgilehes nr 07/2018 (Lisa 3).

Vaidlustajale kuuluvad järgmised Euroopas registreeritud sõnalised kaubamärgid:

MORE & (reg nr 6405451), registreeritud klassides 8, 25 ja 26 (Lisa 4);

MORE & MORE ACADEMIA (reg nr 15604408), registreeritud klassides 9, 18, 25, 26 ja 35 (Lisa 5);

MORE & CO. (reg nr 15404131), registreeritud klassides 3, 4, 9, 14, 16, 18, 24, 25, 26, 35 ja 45 (Lisa 6);

MORE & MORE (reg nr 8788929), registreeritud klassides 3, 8, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 34, 35 ja 45 (Lisa 7).


Vastavalt KaMS § 11 lg 1 p-le 2 on vaidlustaja kaubamärgid MORE &, MORE & MORE ACADEMIA, MORE & CO. ja MORE & MORE varasemad võrreldes taotleja kaubamärgiga More` More colours + kuju.

Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus registreerida Eestis taotleja kaubamärk More` More colours + kuju on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatuga, sest vaidlustajale kuulub varasem õigus sarnastele kaubamärkidele.

Euroopa Kohus on otsuses C-251/95 leidnud, et tähiste sarnasuse ja sellest tuleneva äravahetamise, sh assotsieerumise hindamisel tuleb aluseks võtta tähiste visuaalseid, foneetilisi ja semantilisi aspekte, kusjuures tähise hindamine peab põhinema tähisest tekkival üldmuljel, võttes eriti arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi ehk seda, mis moodustab tähise põhimotiivi. Määravat tähtsust omab asjaolu, kuidas keskmine tarbija tähiseid tervikuna tajub, tuginedes enda ebatäiuslikule mälupeeldile.

Võrreldavad tähised on järgmised:

<p><b>MORE &amp;</b> Vaidlustaja varasem EL kaubamärk, Reg nr 6405451</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------	--

<p><b>MORE &amp; MORE ACADEMIA</b> Vaidlustaja varasem EL kaubamärk, Reg nr 15604408</p>	 <p>Taotleja kaubamärk, Taotl. nr M201701244</p>
<p><b>MORE &amp; CO.</b> Vaidlustaja varasem EL kaubamärk, Reg nr 15404131</p>	
<p><b>MORE &amp; MORE</b> Vaidlustaja varasem EL kaubamärk, Reg nr 8788929</p>	

Vaidlustaja on seisukohal, et kaubamärgid MORE &, MORE & MORE ACADEMIA, MORE & CO., MORE & MORE ning More` More colours + kuju on nii visuaalselt, foneetiliselt kui ka semantiliselt äärmiselt sarnased.

Vaidlustaja kaubamärkide puhul on tegemist sõnamärkidega, mis algavad sõna(de)ga *more*. Taotleja kaubamärgi puhul on tegemist kombineeritud märgiga, mille sõnalise osa moodustab kaks korda järjest sõna *more* ning lisaks sõna *colours*. Sõnakorduste tõttu on antud kaubamärkide silmapaistvaks ning domineerivaks osaks vaieldamatult sõna *more*.

Lisaks sellele leiab vaidlustaja, et vaidlustatava kaubamärgi More` More colours + kuju puhul ei mängi rolli selle minimaalne stiliseering. Väljakujunenud Euroopa Kohtu praktika järgi peab olema kaubamärgi kujundus märkimisväärne, et eksisteerida eraldiseisva eristatava elemendina, s.o üksnes minimaalne kujundus ei ole piisav eristamiseks kombineeritud märki sõnamärgist (nt Euroopa Kohtu lahendid VITESSE/VITISES – R0636/2008-4; OPENCOR/OPENDOOR – R1309/2008-4; VITAFRESH/VITASTEAM – R0399/2009-1; VITAFIR/VITAL&FIT – T-552/10). Vaidlustatav kaubamärk koosneb sõnalisest osast *More` More colours* ning see on kirjutatud valge värviga lihtsas fondis hallile taustale, kusjuures sõna *more* on kasutatud vaidlustatava kaubamärgi sõnalise osa alguses kaks korda järjest. Vaidlustatav kaubamärk ei sisalda endas olulisi eristusvõimelisi kujunduselemente, mistõttu ei ole kaubamärgi More` More colours + kuju kujundus piisav eristamiseks seda vaidlustajale kuuluvatest kaubamärkidest.

Kõiki eespool nimetatud aspekte arvesse võttes leiab vaidlustaja, et vaidlustatava kaubamärgi More` More colours + kuju visuaalne üldmulje on väga sarnane vaidlustajale kuuluvate kaubamärkidega.

Ka foneetiliselt on täheldatav märkide suur sarnasus, mis tugineb eelkõige vaadeldavate kaubamärkides identse sõna *more* mitmekordsele järjestikusele kasutamisele. Euroopa Kohtu praktikas (sh Üldkohtu 16.03.2005 otsuses T-112/03 FLEX) on korduvalt leitud, et tarbijale jääb tähise algus paremini meelde kui lõpp. Seetõttu suurendab foneetilist sarnasust oluliselt asjaolu, et vaidlustatavas kaubamärgis More` More colours + kuju on sõna *more* sarnaselt vaidlustaja varasematele kaubamärkidele kasutatud mitmekordselt kaubamärgi alguses. Seega on vaidlustaja seisukohal, et antud kaubamärgid on omavahel foneetiliselt äärmiselt sarnased identsete alguste ning sõna *more* mitmekordse järjestikku kasutamise tõttu.

Vaidlustaja kaubamärgid koosnevad ingliskeelsetest sõnadest, mis on keskmisele Eesti tarbijale, kes oskab inglise keelt reeglina heal tasemel, kahtlemata tuttavad. Vaidlustaja ning taotleja kaubamärkide domineerivaimaks osaks on identne sõna *more*, mille tähendus on *rohkem* või *enam*. Eesti tarbija saab sellest ingliskeelsest sõnast üldjuhul aru, seetõttu on seda lihtne meelde jätta ning kasutada. Ühtlasi muudab identne, domineeriv tähendusega sõna kaubamärkide koosseisus need märgid üksteisega väga sarnasteks. Lisaks on taotleja kaubamärgis More` More colours + kuju sarnaselt vaidlustaja kahele varasemale kaubamärgile MORE & MORE ACADEMIA ja MORE & MORE kasutatud domineerivat sõna *more* kaks korda. Tuntud tähendusega sõna tavapärasest keelekasutusest erilisem ja meeldejäävam kasutus kaubamärgi koosseisus ainult suurendab kaubamärkide eksitavat sarnasust ning tõenäosust, et tarbija jaoks võib hilisem kaubamärk assotsieeruda varasemate sarnaste kaubamärkidega. Seega on identse, domineeriva ning tähendusega sõna tõttu need kaubamärgid ka semantilisest aspektist Eesti tarbija jaoks väga sarnased.

Võttes arvesse kõiki eespool kirjeldatud aspekte, on vaidlustaja seisukohal, et taotleja kaubamärk More` More colours + kuju on visuaalselt, foneetiliselt ning semantiliselt väga sarnane vaidlustaja kaubamärkidega MORE &, MORE & MORE ACADEMIA, MORE & CO., MORE & MORE.

Lähtuvalt Euroopa Kohtu otsusest C-39/97 tuleb kaupade samaliigilisust hinnates arvesse võtta kõiki asjakohaseid tegureid, mis iseloomustavad kaupadevahelisi seoseid. Antud tegurid hõlmavad sealhulgas

võrreldavate kaupade olemust, lõpp-tarbijaid ja kasutusviisi ning seda, kas need kaubad on üksteise suhtes konkureerivad või üksteist asendavad.

Vaidlustaja leiab, et käesolevate kaubamärkide MORE &, MORE & MORE ACADEMIA, MORE & CO., MORE & MORE ning More` More colours + kuju kaubad ning teenused on identsed ja samaliigilised:

**Kaubamärgi MORE & MORE kaubad ja teenused:**

Klass 25: rõivad, sh imiku-, spordi-, jalgratturi- ja välisrõivad (mis kõik kuuluvad klassi 25); jalatsid, sh spordijalatsid ja nende osad (mis kuuluvad klassi 25); tallad (jalatsi-), jalatsitallad; peakatted, sh nokkmütsid; kindad (rõivaste juurde); aluspesu, pesu (rõivaesemed); hommikumantlid ja pidžaamad, samuti unemaskid; ujumistrikood, supelpüksid, supelmantlid, supelmütsid; saunasandaalid ja saunasussid; rahavööd (rõivad), püksitraksid; dressipaelad; mähkmed (riidest), riidemähkmed.

**Kaubamärgi MORE & MORE ACADEMIA kaubad ja teenused:**

Klass 25: rõivad, nimelt püksid, jakid, ülekuued, mantlid, seelikud, ülikonnad, kampsunid, vestid, päevasärgid, valmis nahkvoodrid (rõivaosad), T-särgid, dressipluusid, kleidid, põlvpüksid, lühikesed püksid, pidžaamad, pulloverid, teksased, jooksudressid, vihmarõivad, rannariided, rannarõivad, ujumistrikood; spordirõivad (eranditult spordis kasutamiseks), imikurõivad, nimelt särgid, aluspüksid, mantlid, kleidid; alusrõivad, -riided, -pesu, teisisõnu, bokserid (aluspüksid), rinnahoidjad, lühikesed aluspüksid, aluspüksid; sokid; jalatsid, nimelt kingad, va ortopeedilised kingad, sandaalid, veekindlad saapad, kõndimissaapad, papud, spordijalatsid, tuhvliid; jalatsite osad, nimelt kontsapplekid, jalatsite sisetallad, jalatsite pealsed; peakatted, nimelt mütsid, murumütsid, spordimütsid, kübarad, baretid; kindad, sukad, vööd, naistesärgid, sarongid, sallid, kaelarätid, kaelasallid, kraed, kaelasidemed, lipsud, traksid.

Klass 35: järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: rõivad, nimelt püksid, jakid, mantlid, seelikud, ülikonnad, kampsunid, vestid, särgid, nahast valmisvoodrid (rõivaosad), T-särgid, dressipluusid, kleidid, bermuuda šortsid, šortsid, pidžaamad, pulloverid, teksased, jooksudressid, vihmarõivad, rannarõivad, ujumistrikood, ujumisirõivad, spordirõivad (ainult spordiks), et kliendid saaksid neid kaupu mugavalt vaada ja osta; järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: imikurõivad, nimelt särgid, püksid, mantlid, kleidid, ihupesu, nimelt bokserid, rinnahoidjad, lühikesed aluspüksid, püksid, sokid, jalatsid, nimelt jalatsid, va ortopeedilised jalatsid, sandaalid, veekindlad saapad, matkasaapad, tuhvliid, spordijalatsid, toakingad, jalatsiosad, nimelt kontsapplekid, jalatsite sisetallad, jalatsipealsed, peakatted, nimelt nokkmütsid, pigimütsid, spordimütsid, mütsid, baretid, et kliendid saaksid neid kaupu mugavalt vaada ja osta; järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: kindad (rõivad), sukad, vööd (rõivad), naistesärgid, sarongid, sallid, kaelasallid, kaelarätid, lipsud, sukahoidjad, pits ja tikand.

**Kaubamärgi MORE & CO. kaubad ja teenused:**

Klass 25: rõivad; jalatsid; peakatted; vööd, rihmad [rõivad]; kindad [rõivad].

Klass 35: jae- ja hulgimüügiteenused [sh telepoesaated], samuti sidus- ja kataloogipostimüügiteenused järgmiste kaupadega: kaitserõivad vigastuste vältimiseks, kaitsejalatsid, rõivad, jalatsid, peakatted, vööd [rõivad], kindad [rõivad], märgid (embleemid), muust kui väärismetallist, paigad rõivastele, prossid [rõivatavikud], kingapaelad, rõivapaelad [nöörid], pitsid, tikandid, rõivaste tikandid.

**Kaubamärgi MORE & MORE kaubad ja teenused:**

Klass 25: rõivad, sh imiku-, spordi-, jalgratturi- ja välisrõivad (mis kõik kuuluvad klassi 25); jalatsid, sh spordijalatsid ja nende osad (mis kuuluvad klassi 25); tallad (jalatsi-), jalatsitallad; peakatted, sh nokkmütsid; kindad (rõivaste juurde); aluspesu, pesu (rõivad);

**Kaubamärgi More` More colours + kuju teenused:**

Klass 35: rõivaste, jalatsite, peakatete ning nende aksessuaaride jae- ja hulgimüügiteenused (kolmandatele isikutele).

<p>hommikumantlid ja pidžaamad ning magamismaskid; ujumistrikood, supelpüksid, supelmantlid, supelmütsid; saunasandaalid ja saunasussid; rahavööd (rõivad), püksitraksid; Tressipaelad; mähkmed (riidest), riidemähkmed.</p> <p><u>Klass 35:</u> oksjonite korraldamine internetis; kaupade esitlemine sidevahendites jaekaubanduseks (eelkõige internetis).</p>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Vaidlustaja on seisukohal, et taotleja klassi 35 kuuluvate teenuste loetelu kujutab endast vaidlustaja kaubamärkide klassi 35 kuuluvate teenuste lühisõnalist kokkuvõtet. Lisaks on vaidlustaja kaubamärgid registreeritud klassi 25 kuuluvate kaupade osas, mille jae- ja hulгимүүgiteenused on taotleja kaubamärgi teenusteks klassis 35. Ka vaidlustaja kaubamärkide klassi 35 kuuluvad teenused on muuhulgas seotud nimetatud kaupade jae- ning hulгимүүgiga. Seega leiab vaidlustaja, et taotlejale kuuluva kaubamärgi More` More colours + kuju teenused on identsed ja samaliigilised vaidlustaja kaubamärkide kaupade ja teenustega.

Kaubamärk More` More colours + kuju on eksitavalt sarnane ning assotsieerub vaidlustaja kaubamärkidega.

Euroopa Kohtu 29. septembri 1998. a otsusest C-39/97 tuleneb, et märkide sarnasus ja kaupade samaliigilisus on omavahelises seoses selliselt, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peaksid olema nendega tähistatud kaubad ja vastupidi.

Käesoleval juhul ei ole nimetatud tingimus täidetud, kuna nagu eelnevalt tuvastatud, on taotleja kaubamärk nii visuaalselt, foneetiliselt kui ka semantiliselt sarnane vaidlustaja varasemate kaubamärkidega sellisel määral, mis võimaldab neid omavahel segi ajada. Eeldatakse, et tarbija tugineb toote valimisel oma ebatäiuslikule mäluvildile ning tajub kaubamärki tervikuna, pööramata sealjuures tähelepanu üksikutele detailidele. Käesoleval juhul on taotleja kaubamärgi More` More colours + kuju stiliseering väga minimaalne ning selle sõnalise osa algus on identne vaidlustaja kaubamärkide algusega. Seetõttu tekib tarbijal kaubamärkidest väga sarnane üldmulje ning taotleja kaubamärk More` More colours + kuju assotsieerub vaidlustaja varasemate kaubamärkidega. Äravahetamiseni sarnasust suurendab veel asjaolu, et antud kaubamärgid on registreeritud identsete või väga sarnaste kaupade ja teenuste osas. Nii vaidlustaja kui ka taotleja kaubamärgid on seotud rõivaste, jalatsite ning peakatete jae- ja hulгимүүgiga. Kohtupraktikas on asutus seisukohale, et tarbija tähelepanelikkuse madalat taset võib eeldada eelkõige igapäevaste kaupade ostmisel (Euroopa Kohtu 15.06.2010 otsus T-547/08). Vaidlustaja on seisukohal, et kõnealused kaubamärkide kaubad – rõivad, jalatsid ning peakatted – kuuluvad just laiatarbekaupade hulka, mistõttu on seega tarbijatel ka tooteid valides madalam tähelepanelikkus ning seetõttu esineb kaubamärkide äravahetamise osas suur tõenäosus.

Lisaks tuleb arvestada asjaolu, et vaidlustajale kuulub neli erinevat varasemat kaubamärki, milles kõigis on sõna *more* domineerival ning kesksel kohal. Seetõttu on väga tõenäoline, et nähes kaubamärki More` More colours + kuju võib tarbija eeldada et see kaubamärk pärineb samalt omanikult ning on osa vastavast kaubamärgiseeriast.

Eeltoodust lähtuvalt on vaidlustaja seisukohal, et kaubamärgi More colours + kuju registreerimine Eestis riuks vaidlustaja kui varasemate kaubamärkide omaniku õigusi, mistõttu tuleb taotleja kaubamärk KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel jätta registreerimata.

Lähtudes eeltoodud põhjendustest ning võttes aluseks KaMS § 10 lg 1 p 2 ja § 41 lg 2, vaidlustaja palub:

1. rahuldada vaidlustusavaldus;
2. tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi More colours + kuju, taotl. nr M201701244, registreerimise kohta klassis 35 osaühing N-Kaubandus nimele;
3. kohustada Patendiametit tegema taotluse nr M201701244 osas uus otsus apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud:

1. Volikiri
2. Maksekorraldus nr 4833 (31.08.2018)
3. KML nr 07/2018
4. Väljavõte EUIPO registrist EUTM No 6405451
5. Väljavõte EUIPO registrist EUTM No 15604408
6. Väljavõte EUIPO registrist EUTM No 15404131
7. Väljavõte EUIPO registrist EUTM No 8788929

**17.12.2018 esitas taotleja (esindaja patendivolnik Raivo Koitel) oma kirjalikud seisukohad (kokkuvõtlikult):**

Taotleja ei ole nõus vaidlustajate seisukohtadega ja leiab, et vaidlustusavaldus tuleb jätta rahuldamata.

Juba varases Euroopa Kohtu otsuses C-342/97 (22/06/1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH) leidis kohus oma lõppjäreluses (p 28), et kaubamärgi eristusvõime kindlakstegemisel tuleb hinnata tähist tervikuna

ja hinnata, kas see võimaldab suuremal või vähemal määral eristada sellega tähistatavate kaupade päritolu ja selliselt eristada ühe isiku kaupa teise isiku samaliigilisest kaubast. Sellise hinnangu andmisel tuleb arvesse võtta kõik asjaolud ja eriti tähise loomupärased tunnused ning sealhulgas selle, kas see sisaldab või ei sisalda elementi, mis kirjeldab kaitstavaid kaupasid.

Lisaks sätestab KaMS § 12 lg 1 p 2, et kaubamärgi õiguskaitsese ulatuseks kaubamärgi reproduktsioon.

Järelikult on üldpõhimõtte, et kaubamärkide võrdlemisel tuleb lähtuda nende tervikust, st sõnalistest osadest koostoimes teiste (sõnaliste, numbriliste ja/või kujunduslike) elementidega. Samuti tuleb analüüsida, kas tegemist on tehissõna(de)ga või üldkasutatavate sõnadega, millel võib puududa eristusvõime või on see nõrgenenud.

Vaidlustaja on seda põhimõtet eiranud ja analüüsinud tähiseid lähtuvalt sõnadest „more“.

Taotleja viitab ka TOAK lahendile 1647-o (28/06/2017 ja 1474-o (12/08/2014), TOAK analüüsis nendes kaasustes tähiseid tervikuna, mida tuleks ka käesolevas asjas teha (ilma üksikut sõna „More“ sellest eraldamata või esile tõstmata).

Taotleja märgib lisaks, et tähise kontrollimisel/võrdlemisel on oluline, et selle võimalik tähendus (kui see on olemas), seostuks tähise kui terviku tähendusega, mitte selle koostisosade võimalike tähendustega eraldi võetuna (vt Euroopa Kohtu lahend kohtuasjas T-315/03 Rockbass, punkt 56). Lisaks nagu on ka märgitud Euroopa Kohtu lahendis C-251/95 *Sabel*, siis tarbija seisukohast on ka oluline, et keskmine tarbija tajub tavaliselt kaubamärki tervikuna ja ei analüüsi tema erinevaid detaile (sõnu, sõnade koostisosasid).

Seega tarbija ei vaevu kaubamärgitaotleja kaubamärgi eristusvõimele või ka sarnasusele mõne teise tähisega hinnangu andmisel seda mõttes osadeks jagama, vaid tugineb tähise üldmuljele, milledeks käesoleval juhul on „More´ More colours + tume taustakujundus“.

Alljärgnevalt esitab taotleja asjassepuutuvate tähiste võrdluse näitamaks ära, et tegemist ei ole ei identsete ega ka sarnaste tähistega.

#### 1.1. Visuaalne erinevus

Kaubamärgitaotleja ei nõustu vaidlustaja väitega, et võrreldavad kaubamärgid on omavahel visuaalselt sarnased. Taotleja põhjendab seda alljärgnevaga.

#### Kaubamärgitaotleja kaubamärk



#### Vaidlustaja kaubamärgid

**MORE &**

**MORE & MORE ACADEMIA**

**MORE & CO.**

**MORE & MORE**

Võrreldavad kaubamärgid on tähised, mis koosnevad väga paljudest elementidest, kusjuures mitte ühelgi neist ei ole sõna „More“ erinevalt vaidlustaja arusaamast kuidagi domineeriv või teistest sõnadest rõhutatult esile tõstetud.

Taotleja kaubamärgi koosseisus on tehissõna „More´“, mida ei tohi samastada ega segi ajada ingliskeelse sõnaga „More“.

Leiame, et taotleja kaubamärgi koosseisus olev sõnaühend „More´“ on käesoleval juhul oluliseks domineerivaks ja eristavaks elemendiks, kuna see erineb kergesti arusaadavatest ingliskeelsest sõnast „More“, mis just selle võõrapärasuse tõttu jääb tarbijale hästi meelde kui lisaõna, millel puudub otsene tähendus ja mille häädust on keskmisel eesti tarbijal raske aimata/häädada, kuid seda enam köidab selle olemasolu visuaalselt tarbija tähelepanu.

Lisaks on taotleja kaubamärgi koosseisus sõnaühend „More colours“, mis rõivaste puhul tähendab ühemõtteliselt, et tegemist rõivastega, mis on värviküllasemad kui meie tänavapildis tavapäraselt näha võib. Analogia korras võib siin tõmmata paralleeli kaubamärgile „United colors of Benetton“, mis samuti viitab oma kaubamärgi nimetusega värviküllasusele.

Ka vaidlustaja kaubamärkides on sõna „More“ koos teiste sõnaliste elementidega.

Järelikult tarbija tajub võrreldavaid tähiseid tervikuna mitmest elemendist koosnevana ning neil puudub domineeriv ühine element „More“.

Võrreldavatel tähistel on ka tervikuna erinev sõnade ja tähtede arv ning paigutus.

Lisaks on kaubamärgitaotleja kaubamärgil ka hall taust.

Järelikult vaidlustaja väide, et taotleja kaubamärgi ja vaidlustaja kaubamärgi õiguslikku tähendust omav visuaalne sarnasus tuleneb ühisest sõnadest „More“ on väär, kuna võrreldavad kaubamärgid sisaldavad veel mitmeid erinevaid elemente, mis tervikuna muudavad võrreldavad kaubamärgid teineteisest täielikult eristavateks.

Võttes arvesse seda, et asjaomaseid kaubamärke tuleb võrrelda tervikuna, mille tõttu ei saa ka kaubamärkide täiendavaid sõnalisi elemente ja erinevat kaubamärkide kujunduslikku osa pidada tähtsusetuks ning seetõttu ei saa ka hinnata antud asjas kaubamärkide sarnasust üksnes võrreldavate kaubamärkide ühe sõnalise elemendi põhjal. Seega leiab kaubamärgitaotleja, et hinnates antud asjas kaubamärkide visuaalset sarnasust tuleb lähtuda nende tervikmuljest, mistõttu on ilmselge, et vastandatud kaubamärgid on üksteisest visuaalselt tervikuna täielikult erinevad.

Lisaks märgitakse, et kaubamärk EUTM 006405451 „More &“ ei ole see käesolevas vaidluses üldse asjakohane varasem kaubamärk mida analüüsida, kuna sellel puudub klass 35.

### 1.2. Semantiline erinevus

Taotleja mõõnab teatud reservatsiooniga (v.a sõna „More´“), et oma olemuselt on tegemast ingliskeelsete kaubamärkidega, kuivõrd ka taotleja kaubamärgil on ingliskeelne slogan „More colours“.

Taotleja lähteülesanne uue kaubamärgi väljatöötamisel oli selline, et see peaks kõnetama nii naisi kui lapsi, millest tulenevalt leidis taotleja algse variandina sõna „Moree“. Seejärel leidis taotleja, et kui me kirjutada „More´“ ühe e-ga ja ülal väikse kriipsukesega, siis tagab see selle, et klient hääldab seda selliselt, et rõhuasetus on sõna lõpus, mitte tähe „o“ peal, et e hääldus on [moree]. Võrdluseks hääldub ingliskeelne sõna „more“ kui [moore] e täht „o“ on pikalt välja hääldatud.

Lisaks kõlab ja mõjub Eesti kultuuriruumis sõna „More´“ professionaalselt, natuke prantsusepäraselt (loob kujutelma Eesti kliendile kvaliteetsemast rõivast, heast disainist), sobib kenasti nii naiste- kui lasterõivaste müügiga.

Konkurentidest eristub taotleja Eesti turul sellega, et nende poolt müüdavad rõivad on oluliselt värvilisemad kui konkurentidel – sellest tulenevalt lisati kaubamärgile ka slogan „more colours“, mis tähendab Eesti keeles rohkem värve.

Vaidlustaja kaubamärgid on üksnes tavapärastest ingliskeelsetest sõnadest koosnevad, mille puhul ka eesti tarbijal ei ole kahtlust, et tõlkes võiks nende kaubamärkide tähendus olla „rohkem“, „enam“, „veelgi enam“, „aina rohkem“, „rohkem ja sellega kaasnev“ jmt. Tegemist on kirjeldava ja kiitva iseloomuga kaubamärkidega, millel klassi 35 müügiteenuste osas puudub eristusvõime (sõna „more“ või on see äärmiselt nõrk või sõna „more“ eristusvõime on üksnes koostoimes kaubamärgi teiste elementidega e kaubamärgil tervikuna).

Kuivõrd vaidlustaja kaubamärgid on kõik üheselt ingliskeelsed, siis keskmise eesti tarbija jaoks eristab taotleja kaubamärki semantiliselt just domineeriv tehissõna „More´“, millel puudub erinevalt ingliskeelsest sõnast „more“ tähendus ja assotsiatsioon seonduvalt eestikeelse vastega „rohkem“, „enam“.

Käesoleval juhul jätab taotleja kaubamärk tarbijale eestikeelsena tähenduse kui „moree rohkem värve“. Vaidlustaja kaubamärkide tähendus on aga vastavalt näiteks „enam ja“, „enam ja enam akadeemia“, „enam ja kompanii“, „enam ja enam“.

Koostoimes võrreldavate tähiste teiste sõnaliste elementidega ja nende eestikeelse tähendusega (kuidas Eesti tarbija neid tajub ja mõtestab) on need tähised teineteisest selgesti semantiliselt eristatavad.

### 1.3. Foneetiline erinevus

Võrreldavad tähised ei ole foneetiliselt sarnased.

Kui võrrelda sõnu „More´“ vs „More“ hääldust, siis esimest hääldatakse rõhuasetusega sõna lõpus e hääldus on [moree] (täht „e on pikalt välja hääldatud) ja teist „more“ rõhuasetusega sõna keskel tähel „o“ e [moore] (täht „o“ on pikalt välja hääldatud).

Võrreldavatel tähistel on ka tervikuna erinev sõnade ja tähtede arv, mis mõjutab ka nende väljahääldamist ja muudab vaidlusesemeks olevad kaubamärgid üksteisest foneetiliselt täielikult erinevateks. Kaubamärkide

suuline väljendamine on peamine faktor, mille järgi tähiseid tajutakse (mõtestatakse) ja teineteisest eristatakse. Käesoleval juhul ei jäta see kahtlust, et tegemist on teineteisest foneetiliselt täiesti erinevate tähistega.

#### 1.4. Kontseptuaalne erinevus

Vaidlustaja kaubamärgid on üksnes tavapärastest ingliskeelsetest sõnadest koosnevad. Taotleja kaubamärk on seevastu tehissõna ja ingliskeelse slogani kombinatsioon, millele on lisatud ka visuaalne pool.

Eesti kultuuriruumis kõlab ja mõjub sõna „More´“ [moree] professionaalselt, natuke prantsusepäraselt (loob kujutelma Eesti kliendile kvaliteetsemast rõivast, heast disainist), mis sobib kenasti nii naiste- kui lasterõivaste müügiga.

Kui vaidlustaja kaubamärgid on klassi 35 müügiteenustega seonduvalt kirjeldavad, eristusvõimetud või väikese eristusvõimega, kuna viitavad kaubanduse ja masstarbimise põhiolemusele e üha rohkem ja rohkem pakkuda/osta, siis kaubamärgitaotleja kaubamärgil selline kirjeldav assotsiatsioon puudub. Selle välistab tehissõna „More´“ kasutamine domineerivalt kaubamärgi koosseisus.

#### 1.5. Vaidlustaja tähise vähenenud eristusvõime

Taotleja leiab, et tavapärasel ingliskeelsel sõnal „more“ (tõlkes enam, rohkem), millest ka keskmine eesti tarbija aru saab klassi 35 müügiteenuste osas vähenenud eristusvõime, kuna see viitab otseselt sõnumile, mida see tähis tarbijale edastab – rohkem kaupa on pakkumisel ja aina enam ja enam saab osta (masstarbimine).

Eelnev tähendab aga, et sõna „more“ eraldiseisva tähisena on olematu või nõrgenenud eristusvõimega ja ei saa funktsioneerida vaidlusaluste teenuste puhul eraldiseisva kaitsealuse sõnana, st varasema kaubamärgi omanikul ei ole õigus keelata kolmandatel isikutel kasutada seda sõna klassis 35 müügiteenuste tähistamisel ja seda veel eriti koos teiste eristusvõimeliste sõnadega. Leiame, et vaidlustaja ingliskeelsetel kaubamärkidel on õiguskaitse üksnes tervikuna e koos teiste sõnaliste elementidega.

Vaidlustaja on kaubamärkide võrdlemisel eksinud põhimõtte vastu, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb analüüsida võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi komponente. Euroopa kohus on otsuses C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer p-s 22 eristusvõime mõistet defineerinud järgmiselt:

selleks et tuvastada märgi eristusvõimet ja hinnata, kas see on tugeva eristusvõimega, peab liikmesriigi kohus igakülgset hindama kaubamärgi suuremat või väiksemat võimet identifitseerida kaupu või teenuseid, mille jaoks see on registreeritud, teatavalt ettevõtjalt pärinevatena, et eristada neid teiste ettevõtjate kaupadest või teenustest.

Tulenevalt eeltoodust saab asuda seisukohale, et vaidlustatud kaubamärgile loob eristusvõime võrreldes vaidlustaja kaubamärgiga, selle erinev kujunduslik osa ning eriti selle sõnaline element „More´“. Seega hinnates seda eraldiseisva eristusvõimega elementi koostoimes vaidlustaja kaubamärkide olematu või nõrga eristusvõimega elemendiga „more“, on ilmne, et käesoleval juhul puudub võrreldavate tähiste igasugune segiajamise tõenäosus.

Lisaks KaMS § 16 lg 1 p-st 2 tuleneb, et kaubamärgiomanikul ei ole õigust keelata teistel isikutel kasutada äritegevuses häid äritavasid järgides tähiseid või andmeid, mis on muutunud tavapäraseks keelekasutuses või heauskses äripraktikas. Ka EUIPO kaubamärkide kontrolli suuniste kohaselt ei ole tähis või tähise element eristusvõimeline, kui see kirjeldab üksnes kaupu ja teenuseid või kaupade ja teenuste olemust (nt kvaliteeti, väärtust, otstarvet, päritolu vms) ja/või kui nende kasutamine on asjaomaste kaupade ja teenuste puhul tavapärane.

Tallinna Halduskohus on 21/02/2002 otsuses haldusasjas nr. 3-204/2002 jõudnud järeldusele, et kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada ka käsiraamatu „Introduction to trademark Law & Practice. The Basic Concepts“ punktis 6.2.2.3 sätestatud, mille kohaselt juhul, kui võrreldakse ühiseid elemente sisaldavaid kaubamärke, tuleb kindlaks teha, kas kaubamärgiregistris ja erinevate omanike poolt on kasutuses veel teisi sama ühiselementi sisaldavaid kaubamärke. Viimasel juhul on tarbijad juba harjunud, et sellist elementi kasutavad erinevad kaubamärgiomanikud ning nad ei pööra sellele enam erilist tähelepanu kui kaubamärgi eristavale osale.

Taotleja viitab siinjuures ka TOAK-i lahendile nt 1625-o (01/08/2017 „Basic“), milles samuti leiti, et kui mingi kaubamärgi üldkasutatav element on eristusvõimetu, siis on see vabaks kasutamiseks.

See on ka ilmselt põhjus, et EUIPO andmebaasis on klassi 35 teenuste osas lisaks vaidlustaja kaubamärgile registreeritud hulgaliselt kaubamärke, mis sisaldavad sõna „more“ (otsing sõnale „more“ klassis 35 andis vasteks 908 kirjet, vt lisa 1, mis on osaline väljavõte sellest otsingust (100 esimest kirjelt); näitena tuukase ka Eesti firma AS Baltika EUTM 012859658 „and more“, lisa 2).

Tegemist ei ole identsete või samaliigiliste kaupadega/teenustega.

Kaubamärgitaotleja klassi 35 teenused on väga spetsiifiliselt määratletud: rõivaste, jalatsite, peakatete ning nende aksessuaaride jae- ja hulgimüügteenused (kolmandatele isikutele).

Vaidlustaja kaubamärkidel on klassis 35 toodud väga erinevas laialivalguvas sõnastuses tegevusi, mida saab käsitleda pigem reklaamitegevusena (kaupade esitlemine) ning kaupade komplekteerimise ja eksponeerimise tegevusena kui otsese müügtegevusena (nt kaupade koondamine teiste isikute jaoks, et kliendid saaksid neid mugavalt vaadata ja osta; kaupade koostamine kolmandatele isikutele esitluse ja müügi otstarbeks).

Selliseid tegevusi on seostatav reklaami- ja turundustegevusega, mida osutavad reklaami- ja müügiedendusagentuurid teenusena kolmandatele isikutele, et soodustada nende klientide kaupade turuedu. Tegemist ei ole müügteenuste osutamisega – reklaam ja turundus ei ole müük. Reklaami- ja turundustegevus ning müügteenuste osutamine, s.h ka turustamine on oma sisult täiesti erinevad teenused.

Näiteks „reklaam“ üldmõistena sisaldub Nizza klassifikaatori klassi 35 päises. Vaidlustaja kaubamärgi klassi 35 teenused on kõik oma olemuselt reklaamiteenused. Reklaam kui Nizza klassifikaatori üldmõiste ei sisalda endas müügteenuseid.

Patendiameti selgituste kohaselt (abiks kasutajale, vt osa 2 (e) müügteenuste klassifitseerimine) ei sisalda Nizza klassifikatsioon üldiseid termineid "jaemüügteenused" ja "hulgimüügteenused", sest klassifikatsiooni välja töötanud ja seda arendanud töögrupid olid varem arvamisel, et need ei ole iseseisvad kolmandatele isikutele osutatavad teenused. Praktikas on siiski ilmne, et nii kaupluste, hulgiladude kui ka muude kaubandusettevõtete üksteisest eristamiseks on kaubamärgi kasutamine vajalik. Patendiamet ja EUIPO (alates 2001) aktsepteerivad müügteenuseid klassifitseerituna klassi 35. Patendiamet aktsepteerib neid järgmises sõnastuses:

- jaemüügteenused (kolmandatele isikutele)
- hulgimüügteenused (kolmandatele isikutele).

Neid termineid võib soovi korral täpsustada tegevusvaldkonna (näiteks toidukaupade hulgimüügteenused (kolmandatele isikutele)) või teenuse iseloomu järgi (näiteks kaubamaja jaemüügteenused (kolmandatele isikutele)).

Euroopa kohtu otsus C-307/10 „IP Translator“ sätestas muuhulgas, et taotleja peab oma kaubamärgiregistreeringutes määrama piisava selguse ja täpsusega kindlaks need kaubad ja teenused, mille osas kaubamärgi õiguskaitset taotletakse, nii et pädevad asutused ja ettevõtjad saaksid taotletava õiguskaitse ulatuse kindlaks teha üksnes sellel alusel. Selle otsuse tulemusena võtsid EU Kaubamärgiametid juba 02/05/2013 vastu ühisteate, millega ühtlustati Nizza klassifikatsiooni klassipealkirjad üldmõistete tõlgendamist. Eesti Patendiameti ja ka EUIPO (OHIM) seisukoht on, et klassipäistes kasutatud termineid tuleb tõlgendada sõna-sõnalt (tähendavad seda, mida ütlevad), kõik kaubad ja teenused, mille kohta taotlus esitatakse või mis registreeritakse, loetletakse eraldi ning klassipäises toodud üldmõistete osas registreeritud kaubamärkide kaitseulatust tuleb tõlgendada sõna-sõnalt.

Patendiameti on veel oma „Abiks kasutajale“ juhendis märkinud, et märkides kaubamärgi registreerimistaotlusesse klassipäise, saab taotleja märgi registreerimise korral õiguskaitse üksnes nende kaupade/teenuste osas, mis kuuluvad klassi päises nimetatud üldmõistete alla, mitte kõikide sellesse klassi kuuluvate teenuste osas.

Järelikult on nii Eesti Patendiameti kui ka EUIPO praktika selline, et klasside üldmõistetest tulenev õiguskaitset tuleb käsitleda sõna-sõnalt ja selle põhjal ei saa õiguskaitset laiendada teenustele, mis vastavas üldmõistes ei sisaldu. Antud juhul ei sisalda vaidlustaja kaubamärkide klasside 35 teenused müügteenuseid ja järelikult pole vaidlustaja kaubamärgil õiguskaitset teenuste „jae- ja hulgimüügteenused osas“, kuna nende teenuste osas kaitse saamiseks peab need eraldi teenuste loetelus kajastama, mida aga vaidlustaja pole teinud. Tegemist ei ole ka samaliigiliste teenustega, kuna nt reklaamiteenuse või kaupade komplekteerimise sisuks ei ole müügteenuste osutamine.

Järelikult ei saa kaubamärgitaotluses toodud „jae- ja hulgimüügteenused“ vaidlustamisel kohaldada KaMS § 10 lg 1 p 2, mis eeldab identsete või samaliigiliste teenuste olemasolu.

Ainsa vaidlustaja kaubamärgina, mida saab teenuste võrdluse kontekstis käsitleda on kaubamärk EUTM 015404131 „More & Co.“, kuid siin tuleb jällegi arvesse võtta tähiste terviklikuna võrdlemise vajadust.

Lisaks on EUIPO juba 2001. aastal võtnud teenuste ja kaupade vaheliste konfliktide suhtes seisukoha (mida rakendab ka Patendiamet oma igapäevases tegevuses):

et kuigi teoreetiliselt ei saa eitada "sarnasust" kaupade, mida müüakse jae, ja jaemüügteenuste vahel, on jaemüügteenuste, ühelt poolt, ja teatud kaupade, teiselt poolt, äravahetamise risk ebatõenäoline, välja arvatud väga erilistel juhtudel, nagu siis, kui vastavad kaubamärgid on identsed või peaaegu identsed ning turul üldlevinud. Iga juhtumit vaadeldakse loomulikult eraldi.



Selles olukorras ei peaks need, kes taotlevad kaubamärkide registreerimist jaemüügiteenuste (või sarnaste teenuste) tähistamiseks lootma omandada sellega kaitse ka nende märkide kasutamise vastu kaupadel või kaupade tähistamiseks registreerimise vastu. Kui soovitakse ka sellist kaitset, siis tuleb taotleda registreerimist ka kaupade jaoks.

Taotleja leiab, et seda põhimõtet saab rakendada ka vastupidises olukorras – kui kaupade osas registreeritud kaubamärgi omanik soovib saada ka kaitset müügiteenustele, tuleb see eraldi klassi 35 teenuste osas registreerida ja vastav teenus esile tuua. Vaidlustaja kaubamärkides, välja arvatud ühe erandiga, ei ole see tingimus täidetud. Samuti ei ole käesoleval juhul tegemist identsete või peaaegu identsete kaubamärkidega ning üldlevinud (üldtuntud) kaubamärkidega, mis oli EUIPO käsitles lubatavaks erandiks.

Tulenevalt eeltoodust saab jõuda järeldusele, et kuna võrreldavate kaubamärkide kaubad/teenused ei ole identsed ega samaliigilised, siis seda sarnasemad võivad omavahel olla kaubamärgid. Samas siinjuures polegi taotleja arvates selle põhimõtte esiletõmine otseselt vajalik, kuna lisaks kaupade/teenuste eriliigilisusele (müügiteenused) on ka kaubamärgid ise teineteisest täiesti erinevad.

Taotleja palub vaidlustusavaldus täies ulatuses jätta rahuldamata.

Lisatud on:

- 1 – EUIPO üldine kaubamärgiotsing klassis 35
- 2 – kaubamärk EUTM012859658
- 3 – vaidlustaja poolt kaubamärkide omandamine 2016. a

**22.04.2019** esitas vaidlustaja oma lõplikud seisukohad, milles ta jäi varem esitatu juurde.

**22.05.2019** esitas taotleja oma lõplikud seisukohad, milles ta jäi varem esitatu juurde. Taotleja on viidanud TOAK- i otsustele nr 1759-o, 1647-o ja tsiviilasjale nr 2-17-14494.

Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas **07.06.2019**.

### **Komisjoni seisukohad ja otsus**

Komisjon, tutvunud menetlusosalise seisukohtadega ning hinnanud esitatud tõendeid kogumis, leiab, et vaidlustusavaldus kuulub rahuldamisele.

Patendiamet on vastu võtnud otsuse registreerida taotleja nimele kaubamärk



(taotlus M201701244, taotluse esitamise kuupäev 18.12.2017, avaldamise kuupäev 02.07.2018) klassis 35 - rõivaste, jalatsite, peakatete ning nende aksessuaaride jae- ja hulgmüügiteenused (kolmandatele isikutele).

Vaidlustaja on järgnevat EUIPO kaubamärkide omanik:

**MORE &** (reg nr 6405451, taotlus esitatud 18.10.2007, registreeritud 14.07.2008), mh klassis 25 - rõivad, sh imiku-, spordi-, jalgratturi- ja välisrõivad (mis kõik kuuluvad klassi 25); jalatsid, sh spordijalatsid ja nende osad (mis kuuluvad klassi 25); tallad (jalatsi-), jalatsitallad; peakatted, sh nokkmütsid; kindad (rõivaste juurde); aluspesu, pesu (rõivaesemed); hommikumantlid ja pidžaamad, samuti unemaskid; ujumistrikood, supelpüksid, supelmantlid, supelmütsid; saunasandaalid ja saunasussid; rahavööd (rõivad), püksitraksid; dressipaelad; mähkmed (riidest), riidemähkmed.);

**MORE & MORE ACADEMIA** (reg nr 15604408, taotlus esitatud 04.07.2016 registreeritud 06.12.2016), mh klassis 25: rõivad, nimelt püksid, jakid, ülekuued, mantlid, seelikud, ülikonnad, kampsunid, vestid, päevasärgid, valmis nahkvoodrid (rõivaosad), T-särgid, dressipluusid, kleidid, põlvpüksid, lühikesed püksid, pidžaamad, pulloverid, teksased, jooksudressid, vihmarõivad, rannariided, rannarõivad, ujumistrikood; spordirõivad (eranditult spordis kasutamiseks), imikurõivad, nimelt särgid, aluspüksid, mantlid, kleidid; alusrõivad, -riided, -pesu, teisisõnu, bokserid (aluspüksid), rinnahoidjad, lühikesed aluspüksid, aluspüksid; sokid; jalatsid, nimelt kingad, va ortopeedilised kingad, sandaalid, veekindlad saapad, kõndimissaapad, papud, spordijalatsid, tuhvlid; jalatsite osad, nimelt kontsaplekid, jalatsite sisetallad, jalatsite pealsed; peakatted, nimelt mütsid, murumütsid, spordimütsid, kübarad, baretid;

kindad, sukad, vööd, naistesärgid, sarongid, sallid, kaelarätid, kaelasallid, kraed, kaelasidemed, lipsud, traksid ja

klassis 35 - järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: rõivad, nimelt püksid, jakid, mantlid, seelikud, ülikonnad, kampsunid, vestid, särgid, nahast valmisvoodrid (rõivaosad), T-särgid, dressipluusid, kleidid, bermuuda šortsid, šortsid, pidžaamad, pulloverid, teksased, jooksudressid, vihmarõivad, rannarõivad, ujumistrikood, ujumisrõivad, spordirõivad (ainult spordiks), et kliendid saaksid neid kaupu mugavalt vaada ja osta; järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: imikurõivad, nimelt särgid, püksid, mantlid, kleidid, ihupesu, nimelt bokserid, rinnahoidjad, lühikesed aluspüksid, püksid, sokid, jalatsid, nimelt jalatsid, va ortopeedilised jalatsid, sandaalid, veekindlad saapad, matkasaapad, tuhvliid, spordijalatsid, toakingad, jalatsiosad, nimelt kontsaplekid, jalatsite sisetallad, jalatsipealsed, peakatted, nimelt nokkmütsid, pigimütsid, spordimütsid, mütsid, baretid, et kliendid saaksid neid kaupu mugavalt vaada ja osta; järgmiste kaupade koondamine teiste isikute jaoks: kindad (rõivad), sukad, vööd (rõivad), naistesärgid, sarongid, sallid, kaelasallid, kaelarätid, lipsud, sukahoidjad, pits ja tikand;

**MORE & CO.** (reg nr 15404131, taotlus esitatud 04.05.2016, registreeritud 14.10.2016), mh klassis 25 - rõivad; jalatsid; peakatted; vööd, rihmad [rõivad]; kindad [rõivad] ja

Klassis 35 - jae- ja hulgemüügitteenused [sh telepoesaated], samuti sidus- ja kataloogipostimüügitteenused järgmiste kaupadega: kaitserõivad vigastuste vältimiseks, kaitsejalatsid, rõivad, jalatsid, peakatted, vööd [rõivad], kindad [rõivad], märgid (embleemid), muust kui väärismetallist, paigad rõivastele, prossid [rõivatarvikud], kingapaelad, rõivapaelad [nöörid], pitsid, tikandid, rõivaste tikandid;

**MORE & MORE** (reg nr 8788929 taotlus esitatud 21.05.2010, registreeritud 08.02.2010), mh klassis 25 -

rõivad, sh imiku-, spordi-, jalgratturi- ja välisrõivad (mis kõik kuuluvad klassi 25); jalatsid, sh spordijalatsid ja nende osad (mis kuuluvad klassi 25); tallad (jalatsi-), jalatsitallad; peakatted, sh nokkmütsid; kindad (rõivaste juurde); aluspesu, pesu (rõivad); hommikumantlid ja pidžaamad ning magamismaskid; ujumistrikood, supelpüksid, supelmantlid, supelmütsid; saunasandaalid ja saunasussid; rahavööd (rõivad), püksitraksid; Tressipaelad; mähkmed (riidest), riidemähkmed ja Klassis 35 - oksjonite korraldamine internetis; kaupade esitlemine sidevahendites jaekaubanduseks (elkõige internetis).

Varasemalt need kaubamärgid kuulusid More & More GMBH- le, kes 15.08.2016 andis kaubamärgid üle vaidlustajale. More & More GMBH näol oli tegemist rahvusvaheliselt tuntud firmaga (rõivad, aksessuaarid jms). Taotleja esitas kaubamärgi registreerimistaotluse 18.12.2017. Ei ole vaidlust selles, et vaidlustaja kaubamärgid on taotleja kaubamärgist varasemad.

Vaidlustaja leiab, et taotleja kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2 (redaktsioonis kuni 31.03.2019). Komisjon sellega nõustub.

KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestab: õiguskaitsset ei saa kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitsese identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

KaMS § 10 lg 2 kohaselt õiguskaitsset välistavat asjaolu vaidlustatava kaubamärgi suhtes ei arvestata, kui on olemas varasema kaubamärgi omaniku kirjalik luba. Antud juhul vastavat luba vaidlustaja poolt antud ei ole.

Euroopa Kohtu 29. septembri 1998. a otsusest C-39/97 tuleneb, et märkide sarnasus ja kaupade samaliigilisus on omavahelises seoses selliselt, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peaksid olema nendega tähistatud kaubad ja vastupidi.

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et käesoleval juhul ei ole nimetatud tingimus täidetud, taotleja kaubamärk on nii visuaalselt, foneetiliselt kui ka semantiliselt sarnane vaidlustaja varasemate kaubamärkidega sellisel määral, mis võimaldab neid omavahel segi ajada. Eeldatakse, et tarbija tugineb toote valimisel oma ebatäiuslikule mälupeegeldile ning tajub kaubamärki tervikuna, pööramata sealjuures tähelepanu üksikutele detailidele. Käesoleval juhul on taotleja kaubamärgi *More` More colours + kuju* stiliseering väga minimaalne ning selle sõnalise osa algus on identne vaidlustaja kaubamärkide algusega. Seetõttu tekib tarbijal kaubamärkidest väga sarnane üldmulje ning taotleja kaubamärk *More` More colours + kuju* assotsieerub vaidlustaja varasemate kaubamärkidega. Äravahetamiseni sarnasust suurendab veel asjaolu, et antud kaubamärgid on registreeritud identsete või väga sarnaste kaupade ja teenuste osas. Nii vaidlustaja kui ka taotleja kaubamärgid on seotud rõivaste, jalatsite, peakatete jms jae- ja hulgemüügiga.

Komisjon nõustub, et võrreldavad kaubamärgid tähistavad osaliselt identseid ja osaliselt sarnaseid teenuseid. Vaidlustaja kaubamärkidega lisaks tähistatakse ka kaupu - rõivaid, jalatseid, aksessuaare jms. Taotleja soovib oma kaubamärgiga tähistada rõivaste, jalatsite, peakatete ning nende aksessuaaride jae- ja

*hulgimüügiteenused (kolmandatele isikutele)*. Ehk käesoleval juhul on klassis 25 tähistatud kaubad ja klassis 35 tähistavad teenused on sarnased.

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et võrreldavad kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad. Taotleja viidatud eelnevad TOAK otsused ei oma käesoleva asja lahendamisel tähtsust. Iga vaidluse puhul hinnatakse asjaolusid ja tõendeid konkreetse asja raames.

Taotleja väide, et *More'* näol on tegemist prantsusepärase sõnaga, mida hääldatakse [*moree*], on väär. Prantsuse keeles kasutatakse kolme rõhumärke ja neid kasutatakse täishääliku peal, mitte tähe kõrval. Prantsusepäraselt oleks kirjastiil *Moré*, täishääliku peal rõhumärgi ' näol on tegemist *accent aigue*-ga. Peale mingit sõna ülamärgi ' näol ei ole tegemist rõhumärgiga. Sellist ülamärki kasutatakse näiteks ka *more 'nd*, siinjuures 'nd tähendab ingliskeelset *and*, ehk ka &. Mõnikord 'nd, and ja & asemel on tänapäeval hakatud kasutama ka lühemat tähist '. Vaidlustatud tähist *more'more* on võimalik hääldada samamoodi, kui vaidlustaja kaubamärke *more&more*. Vaidlustatud tähise osa *colours* ei tee kaubamärki eristavamaks. Võrreldavad kaubamärgid on omavahel foneetiliselt äärmiselt sarnased identsete alguste ning sõna *more* mitmekordse järjestikku kasutamise tõttu.

Neil asjaoludel leiab komisjon, et taotleja nimele kaubamärgi *More`More colours + kuju* registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 61 lg-st 1, komisjon,

**o t s u s t a s:**

**Vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi *More`More colours + kuju* (taotlus nr M201701244) registreerimise kohta Osaühing N-Kaubandus nimele klassis 35 ning keelduda kaubamärgile *More`More colours + kuju* (taotlus nr M201701244) klassi 35 kuuluvate kaupade suhtes õiguskaitses andmisest.**

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada hagi Harju Maakohtusse kahe kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni hagi esitamisest.

Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kahe kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Kui hagi esitatakse, kuid kohus ei võta hagi menetluse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

E. Sassian  
/allkirjastatud digitaalselt/

E. Hallika  
/allkirjastatud digitaalselt/

R. Laaneots  
/allkirjastatud digitaalselt/