



**PATENDIAMET  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON**

**OTSUS nr 1786-o**

Tallinnas 29. augustil 2019. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Margus Tähepõld (eesistuja), Harri-Koit Lahek ja Sulev Sulsenberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku MONASAN GmbH (esindaja volikirja alusel patendivolinik Kristjan Leppik) vaidlustusavalduse Sõeluuringud OÜ nimele kaubamärgi MONACOR + kuju (taotlus nr M201800280) klassis 5 registreerimise täielikuks tühistamiseks.

**Asjaolud ja menetluse käik**

1) 03.12.2018 esitas MONASAN GmbH (edaspidi ka vaidlustaja), Isarstr. 1, 83026 Rosenheim, Saksamaa, tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi ka komisjon) vaidlustusavalduse, milles vaidlustatakse kaubamärgi MONACOR + kuju (taotlus nr M201800280) registreerimine klassis 5 Sõeluuringud OÜ (edaspidi ka taotleja), Tartu mnt 74, 10111 Tallinn, nimele. Vaidlustusavaldus võeti menetlusse 17.12.2018 ja eelmenetlejaks määrati Margus Tähepõld.

**2) Vaidlustaja seisukohad**

Patendiameti ametlikus väljaandes Eesti Kaubamärgileht nr 10/2018 avaldatust nähtub, et Patendiamet otsustas registreerida kaubamärgi MONACOR + kuju Sõeluuringute OÜ nimele, muuhulgas järgmiste kaupade tühistamiseks :

Kaubamärk:	
Registreerimistaotlus nr:	M201800280
Taotluse esitamise kuupäev:	15.03.2018
Avaldamise kuupäev:	01.10.2018
Taotleja:	Sõeluuringute OÜ
Klass/kaubad:	5 - Toidulisandid; vitamiinid; vitamiinipreparaadid; mineraal-preparaadid; mikroelementidest koosnevad toidulisandid; farmatseutilised taimeekstraktid; meditsiinilised taimeekstraktid; ravimkapslid.

Vaidlustaja leiab, et nimetatud otsus on õigusvastane ning kaubamärgi MONACOR + kuju osas esinevad õiguskaitset välistavad asjaolud.

Vaidlustaja vaidlustab taotleja õiguse kaubamärgile MONACOR + kuju klassi 5 kaupade osas juhindudes KaMS § 10 lg 1 p-st 2.

Vastavalt KaMS § 10 lg 1 p-le 2 ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamiseks vastandab vaidlustaja 11.08.2011. a. registreerimiseks esitatud ning 15.01.2013. a. registreeritud Euroopa Liidu kaubamärgi MONACHOL registreeringu nr. 010191195, mille olulisemad andmed on järgmised:

Kaubamärk:	MONACHOL
Reg. nr:	010191195
Taotluse esitamise kuupäev:	11.08.2011
Registreeringu kuupäev:	15.01.2013
Klass/kaubad:	5 - riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks; dieetained (meditsiinilised), imikutoidud; plaastrid, sidemematerjalid; hambaplommimaterjalid, hambajäljendivaha; kahjuritõrjevahendid; herbitsiidid.

Tulenevalt KaMS § 11 lg-st 6 tuleb nimetatud kaubamärki lugeda varasemaks, kuivõrd märk on saavutanud kaitse enne 15.03.2018. a., s.o enne vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva.

KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise järgmiseks imperatiivseks tingimuseks on vastavate märkidega kaetud kaupade identsus ja/või samaliigilisus.

Võrreldavate kaubamärkide kaupu iseloomustab alltoodud tabel:

Vastandatud varasem kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk
Klass 5 - riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks; dieetained (meditsiinilised), imikutoidud; plaastrid, sidemematerjalid; hambaplommimaterjalid, hambajäljendivaha; kahjuritõrjevahendid; herbitsiidid	Klass 5 - toidulisandid; vitamiinid; vitamiinipreparaadid; mineraalpreparaadid; mikroelementidest koosnevad toidulisandid; farmatseutilised taimeekstraktid; meditsiinilised taimeekstraktid; ravimkapslid.

Ülaltoodud tabelist nähtub, et vaidlustaja kaubamärk on kaitstud klassis 5 mh erinevate inimese tervist parandavate ja toetavate ainete tähistamiseks. Taotlusega on samuti kaetud erinevad inimotstarbelised toidulisandid ja preparaadid. Nimelt kasutatakse taotluses toodud toidulisandeid<sup>1</sup>, vitamiine ja taimeekstrakte tavatoidu täiendamiseks. Ka „riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks“ ning „dieetaineid“ kasutatakse tavatoidu täiendamiseks inimese tervise parandamiseks. Vaidlustaja juhib siinkohal komisjoni tähelepanu ka asjaolule, et registreerimistaotluses nr M201800280 toodud toote etiketil on toodud toote otstarbele viitava tekstina „hea kolesterooli tasemele“. Seega on vaadeldavate kaupade eesmärk, sihtrühmad, kaupade müügikanalid ning turustusviisid kattuvad. Samuti asetsevad kaubad kaupluses või apteegis samadel riulitel ning veebipoodides samades kauba kategooriates.

Kokkuvõtvalt on taotletud märgi kaubad KaMS § 10 lg 1 p 2 mõttes samaliigilised vastandatud märkide õiguskaitse ulatusega.

Kaubamärgi esmaseks funktsiooniks majandus- ja äritegevuses on kaupade ja/või teenuste eristamine teiste isikute samaliigilistest kaupadest ja/või teenustest (KaMS § 3). Kuivõrd taotleja taotleb kaitset eksitavalt sarnasele kaubamärgile samaliigiliste kaupade tähistamiseks, milliste osas vaidlustaja juba omab oma kaubamärkidele õiguskaitset, siis tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade ja/või teenuste päritolu osas, kahjustades vaidlustajale kuuluvaid varasemaid õigusi.


Vaidlustaja ei ole andnud taotlejale luba kaubamärgi MONACOR + kuju (taotluse nr M201800280) registreerimiseks klassis 5, mistõttu antud asjas ei rakendu KaMS § 10 lg 2, mis võimaldaks minna mööda KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitset välistavast asjaolust.

Käesoleval juhul taotletakse varasema vaidlustaja kaubamärgiga võrreldes sarnasele kaubamärgile Eestis kaitset samaliigiliste kaupade tähistamiseks.

Kohtu ja ka komisjoni praktikas on kinnistunud põhimõte, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel on märkide sarnasus ja kaupade ning teenuste sarnasus omavahelises vastastikususes seoses selliselt, et mida sarnasemad on võrreldavad kaubad, seda erinevamad peavad olema neid eristavad kaubamärgid ning vastupidi (Euroopa Kohtu 29.09.1997. a otsus nr C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn Mayer Inc, EKL 1998, lk I- 5507, p 17; TOAK 27.03.2007. a otsus nr 830-o; TOAK 09.04.2008. a otsus nr 999-o; TOAK 28.09.2009. a otsus nr 988-o; TOAK 30.07.2010. a otsus nr 1196-o).

Seega tuleb antud juhul kaubamärkide võrdlusele suhtuda eriti kriitiliselt, kuivõrd tegemist on samaliigiliste kaupadega, s.o vaadeldavate kaubamärkidega tähistatakse sama valdkonda kuuluvaid kaupu. Käesoleval juhul on võrreldavateks kaubamärkideks järgnevas tabelis esitatud reproduktsioonidega kaubamärgid.

<sup>1</sup> Toidulisandite kasutamise eesmärk on vajadusel tavatoitu täiendada ja pakkuda vajalikke toitaineid või muid aineid kontsentreeritud kujul. Toidulisandeid müüakse kindlate annustena (nt kapslid, tabletid, pastillid) või pakendis, mis võimaldab toodet tarbida väikeste mõõdetud kogustena (nt tilgutuspudel, pulbrikotikesed).

Vastandatud varasem kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk
<p><b>MONACHOL</b></p>	

Euroopa kohtu lahendites nr C-342/97, nr C-251/95 (SABEL), nr T-6/01 (MATRATZEN), nr T-34/04 (Turkish Power) väljendatu valguses on kaubamärk varasema kaubamärgiga sarnane, kui see meenutab varasema prioriteediga märki sedavõrd lähedaselt, et tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade ja/või teenuste päritolu osas. Samuti on kaubamärkide sarnasuse hindamisel oluline see, et enamat kaalu tuleb omistada ühistele elementidele, mis võivad põhjustada eksitamist, samas kui erinevused, mida keskmine tarbija ei märka, peaksid jääma rõhutamata.

Osundatud põhimõtteid arvestades nähtub antud juhul kaubamärkide võrdlemisel, et tegemist on tervikuna äärmiselt sarnaste kaubamärkidega, milliste puhul tarbija poolne eksitusse sattumise tõenäosus on eriti suur.

Varasem kaubamärk on sõnaline. Kuigi vaidlustatud märgi näol on tegemist kujundusliku märgiga, milline sisaldab ka täiendavaid sõnalisi elemente, on täiendavate sõnaliste elementide näol tegemist üksnes tavapäraste otseselt toodet kirjeldavate elementidega<sup>2</sup>.

Kaubamärgi kujundus seisneb tavapärasel toote pakendi etiketil, mistõttu ei funktsioneeriks kujunduslik element eraldi eristusvõimet lisava elementina, s.o taotluses toodud märgi kujunduslik element ei sisalda erilist loominguulist pingutust nõudnud elemente, millised võiksid eksisteerida eraldiseisvate eristusvõimeliste elementidena.

Eristusvõimeline ning domineeriv element on siiski üksnes ja ainult sõnaline osas MONACOR. Seega on antud juhul vaadeldavateks märkideks MONACHOL ja MONACOR. Visuaalsel vaatlusel on tarbijale, kes on piisavalt informeeritud ning mõistlikult tähelepanelik ja hoolas, koheselt tuvastatav tähiste identne struktuur. Märkides on kaashäälikud ja täishäälikud sama asetusega. Sama struktuuriga märkide puhul ei ole minimaalsed erinevused tähemärkide arvus ning häälikutes, piisavad välistamaks kaubamärkide üldmuljelt sarnasust (vt. ka ARTEX/ALREX - T-154/03; FORTIS/FORIS – R-0049-2002/4; EPILEX/EPLEX – T-161/10<sup>3</sup>).

Vaidlustatud tähis ning vastandatud kaubamärgid koosnevad kaheksast ja seitsmest tähemärgist ning struktuurilt asetsevad häälikud identselt vastandatud kaubamärgis sisalduvate vastavate häälikutega, s.o vastavalt täishäälikud tähiste keskel – O-A-O- ning O-A—O- ning kaashäälikud M-N-C-R ning M-N-CH-L.

Taotletud tähise nägemisel seostab tarbija seda koheselt varasema MONACHOL kaubamärgiga, mistõttu ei suuda vaidlustatud kaubamärk täita kaubamärgi eristavat funktsiooni. Seega võib öelda, et visuaalselt on tegemist äravahetamiseni sarnaste ning assotsieeruvate kaubamärkidega.

Foneetilisel võrdlusel omab määravat tähendust häälikute asetus ja identne silpide arv. Antud juhul on täis- ning kaashäälikud sama asetusega ning märkidel on sama struktuur. Minimaalne erinevus tähiste lõpuosas ei tekita häälduslikult sedavõrd olulist erinevust, mis võimaldaks selgelt märkidel vahet teha. Vaidlustaja leiab, et klassi 5 kaupade osas omab häälduslik sarnasus eriti olulist rolli, kuna tavatarbijal on klassi 5 kuuluvate kaupade kontekstis tähiseid meelde jätta keeruline ning tarbija usaldab meelde jäänud n-õ üldist kõlapilti. Antud juhul on ka oluline, et Eesti tarbija jaoks häälduvad taotletud märgis kolmanda silbi COR (hääldub KOR) algus ning vastandatud kaubamärgi kolmanda silbi algus CHOL (hääldub KOL), identselt. Viimase tähe erinev hääldus ei muuda tähiseid tervikuna hääldades erinevateks.

<sup>2</sup> Kaubamärgi koosseisus esitatud sõnalised osad: “Hiina punase riisi ekstrakt”, “toidulisand südamele ja veresoontele”, “hea kolesterooli tasemele”, “tõestatud efektiivsus”, “ei sisalda tsitriiniini” ja “30 kapslit” on eranditult kõik toote otstarvet, koostist ning teisi omadusi kirjeldav tekst. KaMS § 16 kohaselt ei laiene kaubamärgiõigused kauba omadusi või kaupa kirjeldavatele tähistele ja andmetele.

<sup>3</sup> Loetletud märkide puhul leiti, et märgid on visuaalselt äravahetamiseni sarnased.

Vaidlustaja hinnangul on märgid foneetiliselt piisavalt sarnased, et tarbija vastavad tähised omavahel segi võiks ajada, mistõttu on antud juhul tähised MONACOR ja MONACHOL häälduslikult äravahetamiseni sarnased.

Kuivõrd keskmisele Eesti tarbijale vaadeldavad kaubamärgid tähendust ei oma, ei saa ka märke semantiliselt ega kontseptuaalselt võrrelda.

Kokkuvõtvalt taotletakse Eestis kaitset registreerimistaotluses nr M201800280 toodud kaubamärgile MONACOR + kuju, mis on äravahetamiseni sarnane varasema kaubamärgiga MONACHOL ja mis omab kaitset kaupade suhtes, mis on samaliigilised taotluses toodud kaupadega. Seega esinevad kõik KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise tingimused ning Patendiameti registreerimisotsuse nr 7/M201800280 tühistamise alused.

Lähtudes eeltoodust ning juhindudes KaMS § 10 lg 1 p-st 2, § 41 lg-st 2 ning tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 39 lg 1 p-st 2 ja § 61 lg-st 1 palub vaidlustaja tühistada Patendiameti otsuse kaubamärgi MONACOR + kuju (registreerimistaotluse nr M201800280) registreerimise kohta klassis 5 Eestis ning teha Patendiametile ettepanek jätkata menetlust kaubamärgi MONACOR + kuju asjas komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud väljavõte Kaubamärgilehest nr 10/2018; väljatrükk Patendiameti elektroonilisest andmebaasist registreerimistaotluse nr M201800280 kohta; väljatrükk EUIPO elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist registreeringu nr 010191195 andmete kohta; riigilõivu tasumist tõendav maksekorraldus nr 32281, 03.12.2018.a. ja volikirii.

### 3) Taotleja seisukohad

18.03.2019 esitas taotleja, keda esindab patendivolnik Sirje Kahu, oma seisukoha.

Taotleja ei ole vaidlustaja seisukohtadega nõus ning leiab, et vaidlustusavaldus tuleb jätta rahuldamata alljärgnevatel põhjustel.

Taotleja leiab, et tema kaubamärgi MONACOR + kuju puhul ei esine vaidlustuse aluseks oleva KaMS § 10 lg 1 p-s 2 ettenähtud tingimusi, mille kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Vaidlustaja on leidnud, et taotleja kombineeritud kaubamärk MONACOR + kuju (nr M201800280) on sarnane vaidlustaja varasema sõnalise kaubamärgiga MONACHOL (EL kaubamärk nr 010191195).

Vaidlustaja kaubamärk MONACHOL on sõnamärk.

Taotleja kaubamärk on kombineeritud tähis, mis hõlmab lisaks kujundatud sõnale MONACOR ka tekstidega pakendikujundust. Taotleja ei nõustu vaidlustaja seisukohaga, et kaubamärkide võrdlemisel tuleb arvesse võtta ainult taotleja kaubamärgi sõnalist osa MONACOR. Taotleja kaubamärgist 2/3 hõlmavad keskselt paigutatud kujunduselementidena punane stiliseeritud veresoone kujutis ning oranž valgete täppidega kaarjas kujutis. Lisaks on tähisel keskmest vasakul kujutatud kolm eri värvi (helepunane, punane ja hall) üksteisega vertikaalis ühendatud kasti. Kaubamärk sisaldab sõnalist osa: HIINA PUNASE RIISI EKSTRAKT, mis on mustas ja punases kirjas esitatud valgel taustal kaubamärgi paremal ülanurgas; eelneva all on esitatud sõna MONACOR, mis on suuremas jämedamas mustas kirjas ning tähe M kohal on stiliseeritud elektrokardiogrammi sakkidega punane südamekujutis; selle all omakorda joondatuna vasakule on punases kirjas tekst „Toidulisand südamele ja veresoontele“; ning vertikaalis ühendatud värvilistes kastides on vastavalt tekstid: „Hea kolesteroolitasemele“, „Tõestatud efektiivsus“ ja „Ei sisalda tsitriini“.

Vaidlustaja kaubamärk MONACHOL koosneb 8 tähest. Taotleja kaubamärgi osa MONACOR koosneb 7 tähest. Tähiste esimene pool on identne „MONA“. Samas tähiste lõpud on erinevad, vastavalt „CHOL“ ja „COR“.

Taotleja on seisukohal, et vaidlustaja on jätnud kaubamärkide visuaalsest võrdlusest põhjendamatult välja taotleja kaubamärgi kujunduse ning taotleja ei nõustu vaidlustaja väitega, et taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju kujundus on eristusvõimetu, kuna see sisaldab kaupu kirjeldavaid väljendeid ja märgi „kujunduslik element ei sisalda erilist loomingu pingutust nõudnud elemente, millised võiksid eksisteerida eraldiseisvate eristusvõimeliste elementidena“.

Kohtu- ja komisjoni lahenditega kinnitatud praktika kohaselt (nt Euroopa Kohtu 11/11/1997 otsus asjas nr C-251/95, SABEL, p 23) tuleb kaubamärke võrrelda tervikuna ning kirjeldavate elementide esinemine kaubamärgis ei tähenda, et tähis tervikuna ei funktsioneeriks kaubamärgina. Seetõttu on põhjendamatult jätta tähiste võrdlemisel täielikult kõrvale taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju kujundus. Taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju üldmuljes haarab proportsionaalselt suure osa keskne kujunduselementide kogum kaarjast oranžist kujundist, punasest stiliseeritud veresoone läbilõikest, värvilisest tekstiosast ning kolmikkastielemendist. Seetõttu on põhjendamatult jätta tähiste võrdlemisel täielikult kõrvale taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju kujundus.

Kõrvutades sõnalise kaubamärgi MONACHOL ja kombineeritud kaubamärgi MONACOR + kuju, on visuaalne üldmulje erinev.

Vaidlustaja tähist MONACHOL hääldab Eesti asjaomane üldsus kas „monakol“ või „monatšol“. Taotleja kombineeritud kaubamärgi osa MONACOR hääldab Eesti asjaomane üldsus „monakor“.

Sõnade MONACHOL ja MONACOR esimese poole MONA/MONA hääldus on sarnane ning teise poole CHOL/COR hääldus erinev.

Taotleja ei nõustu vaidlustaja väitega, et võrreldavatel tähistel puudub Eesti asjaomase üldsuse jaoks tähendus ning et tähiseid pole võimalik kontseptuaalselt võrrelda.

Vaidlustaja kaubamärk MONACHOL viitab tervikuna sõnale „monakoliin“, inglise ja saksa keeles „*monacolin*“, olles justkui selle termini lühend.

Punane pämiriis on Hiina fermenteeritud riisitoode (*Monascus purpureus*). See sisaldab looduslikult esinevat ainet *monacolin K*. Seda ühendit kasutatakse laialdaselt meditsiinilistes toidulisandites, mille eesmärgiks on parandada vereringet vähendades kolesterooli ja triglütseriidide taset veres (vt nt [https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2697909/#b3-ptj34\\_6p313](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2697909/#b3-ptj34_6p313)). EL Toiduohutuse Ameti EFSA lubatud terviseväidete registris on *monakoliin K* kohta registreeritud järgnev terviseväide: „Punasest fermenteeritud riisist saadud monakoliin K aitab hoida normaalset vere kolesterooli taset (*Monacolin K from red yeast rice contributes to the maintenance of normal blood cholesterol levels*)“, <https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.2903/j.efsa.2011.2304>.

Taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju sõnalise osa puhul ei ole tegemist väljendi „monakoliin“ lühendiga, vaid tegemist on väljamõeldud tähisega. Tähise esimene osa „mona“ äärmisel juhul üksnes vihjab monakoliinile (mitte ei kirjelda seda) ning sellele on lisatud „cor“, mis nt ladina keeles tähendab südant. Sõna „cor“ võib Eesti asjaomasele üldsusele olla seostatav südamega.

Kohtu ja komisjoni praktikas on aktsepteerimist leidnud seisukoht, et kuigi tarbija tajub kaubamärki tavaliselt tervikuna ega analüüsi selle erinevaid detaile, jääb siiski faktiks, et tajudes sõnamärki jagab tarbija selle osadeks, mis vihjavad talle konkreetset tähendust või mis sarnanevad talle tuttavate sõnadega (Euroopa Kohtu 13/02/2007 otsus, T-256/04, RESPICUR, p 57).

Seega erinevalt vaidlustaja kaubamärgi MONACHOL kontseptsioonist, mis on pelgalt saksa- või inglisekeelse sõna *monacolin* (eesti k monakoliin) lühend, on taotleja kaubamärgi sõnalise elemendi MONACOR kontseptsioon loominguiline.

Seega on võrreldavad kaubamärgid kontseptuaalselt erinevad.

Võrreldavate kaubamärkide õiguskaitses aluseks olevates registreeringutes esitatud kaubad on samaliigilised.

Taotleja kaubamärgi kaubad	Varasema kaubamärgi kaubad
Klass 5 - Toidulisandid; vitamiinid; vitamiinipreparaadid; mineraalpreparaadid; mikroelementidest koosnevad toidulisandid; farmatseutilised taimeekstraktid; meditsiinilised taimeekstraktid; ravimkapslid.	Klass 5 - Riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks; dieetained (meditsiinilised), imikutoidud; plaastrid, sidemematerjalid; hambaploommaterjalid, hambajäljendivaha; kahjuritõrjevahendid; herbitsiidid.

Kohtu- ja komisjoni praktika kohaselt tuleb kaubamärkide äravahetamise tõenäosust hinnata igakülgset võttes arvesse kõiki asjakohaseid faktoreid, sh kaubamärkide sarnasust, kaupade sarnasust, asjaomast üldsust ja selle tähelepanu astet ning varasema kaubamärgi eristusvõimet. Nimetatud asjaolude puhul tuleb arvestada ka nende vastastikkust sõltuvust, mistõttu näiteks kaubamärkide suurem erinevus võib üle kaaluda kaupade sarnasuse ja vastupidi (Euroopa Kohtu 29/09/1998 otsus, C-39/97, Canon, p 17).

Mida madalam on ühe faktori tase, seda kõrgem peab olema teiste faktorite tase, et esineks äravahetamise tõenäosus. Seejuures asjaomase üldsuse kõrgendatud tähelepanu vähendab äravahetamise tõenäosust.

Vaidlustaja kaubamärgi eristusvõime aste määrab selle kaubamärgi õiguskaitses ulatuse. Vastava kohtupraktika kohaselt tuleb tähise eristusvõime määratlemisel hinnata kaubamärgi suuremat või väiksemat võimet identifitseerida kaupu või teenuseid pärinevana kindlalt ettevõtjalt ja seeläbi eristada neid kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest (Euroopa Kohtu 22/06/1999 otsus, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, p 22).

Kaubamärk on madala eristusvõime tasemega, kui tähis viitab kaupade ja teenuste omadustele, kuid ei ole kaupade ja teenuste omaduste suhtes täielikult kirjeldav.

Vaidlustaja kaubamärk MONACHOL on väga madala, minimaalse eristusvõime tasemega. Kohtu- ja komisjoni praktikas on juurdunud seisukoht, et madalama eristusvõimega kaubamärkide puhul omavad ka kõige väiksemad erinevused suurt eristavat jõudu.

Nagu juba eespool tähist kontseptuaalses võrdluses on välja toodud, on vaidlustaja kaubamärk MONACHOL sellega tähistatava toote „riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks“ toimeainele monakoliinile (inglise ja saksa k *monacolin*) üheselt viitav. Vaidlustaja kaubamärgis ei ole muudetud kirjeldavat terminit *monacolin* viisil, mis oleks piisavalt loominguiline ja ulatuslik, et kaoks otsene viide toote põhitunnustele ja omandaks uue olemuse, mis annaks sellele enama kui väga madala eristusvõime.

Vastavalt Euroopa Kohtu praktikale tuleb äravahetamise tõenäosuse hindamisel arvestada kõnealuste kaupade keskmise tarbijaga, kes on mõistlikult hästi informeeritud ning mõistlikult tähelepanelik ja ettevaatlik. Seejuures tuleb samuti meeles pidada, et keskmise tarbija tähelepanu aste on erinevate kaubakategooriate puhul erinev (Euroopa Kohtu 13/02/2007 otsus, T-256/04 RESPICUR, p 42).

Asjaomase üldsuse kõrgendatud tähelepanu vähendab äravahetamise tõenäosust.

Võrreldavate kaubamärkide asjaomaseks üldsuseks on nii lõpptarbija kui vastava valdkonna spetsialist (proviisor, arst).

Nii taotleja kaubamärgiga MONACOR + kuju kui vaidlustaja kaubamärkidega MONACHOL tähistatakse kaupu, mille puhul asjaomasel üldsusel on kõrgendatud tähelepanu, kuna need kas mõjutavad nende tervist (lõpptarbija) või on ametist lähtuvalt nõutav vastava kauba väga hea tundmine (proviisor, perearst, eriarst). Kõrgendatud tähelepanuga üldsus märkab paremini kaubamärkide detaile ning erinevusi. Seetõttu vähendab asjaomase üldsuse kõrgendatud tähelepanu kaubamärkide äravahetamise tõenäosust.

Ei ole tõenäoline, et kõnealuste kaubamärkidega tähistatavate kaupade (toidulisandid, vitamiinid, dieetained jne) olemusest tingutuna väga kõrge tähelepanelikkuse ja informeerituse tasemega asjaomane üldsus eksib vastavate kaupade päritolu määramisel.

Selline kõrge teadlikkuse ja tähelepanelikkusega üldsus (kes võib olla nii oma tervise eest hoolitsev tavatarbija kui proviisorist või arstist professionaal) suudaks taotleja ja vaidlustaja kaupadel kaubamärkide MONACOR + kuju ja MONACHOL alusel vahet teha ka siis, kui kaubamärkide sarnasuse astet hinnata normaalseks või kõrgeks.

Kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb vastavalt kohtupraktikale arvesse võtta ka viisi, kuidas tähistatavaid kaupu turundatakse ehk kuidas asjaomane üldsus vastavat liiki kaupu tavapäraselt valib (Euroopa Kohtu 22/09/1999 otsus, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik p 27). Sellest sõltub, kas ja mil määral mõjutab äravahetamise tõenäosust tähiste visuaalne, foneetiline või kontseptuaalne sarnasus. Toidulisandeid ostetakse enamasti kas apteegist, poest või e-poest, kus on kaup riivlitel või siis veebilehel kujutatud. Tarbija vaatleb toote pakendeid, uurib neil esitatud infot ja teeb siis ostuotsuse. Seetõttu on määrava tähtsusega just kaubamärkide visuaalse sarnasuse aste – see mõjutab enim asjaomase üldsuse valikut konkreetse kauba kasuks. Taotleja kaubamärk MONACOR + kuju on kombineeritud kaubamärk, mis kõrvutatuna vaidlustaja kaubamärgiga MONACHOL eristub visuaalselt selgelt viimasest. Kuna taotleja kaubamärk on kaitstud pakendi kujundusena, siis ei saa vaidlustaja kasutada sarnast toote kujundust (ka registreerides selle kaubamärgina), kuid erinevalt kujundatud pakendite puhul on kaubamärkide äravahetamine veelgi vähem tõenäoline.

Kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada ka kontseptuaalset aspekti. Kuna võrreldavate kaubamärkide sõnade MONACOR ja MONACHOL esimene pool MONA/MONA on kirjeldava iseloomuga, on sõnade teisel poolel COR/CHOL suurem kaal sarnasuste ja erinevuste hindamisel. Seejuures on vaidlustaja kaubamärk tervikuna väga madala eristusvõimega olles sisuliselt tähistatava toote toimeaine monakoliini inglise- või saksa keelne lühend.

Taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju kujundustervik loob samuti kõrge erinevuse astme.

Arvestades kõiki eelkirjeldatud asjaolusid, sh kaubamärkide visuaalse ja kontseptuaalse erinevuse kõrget astet, vaidlustaja kaubamärgi väga madalat eristusvõimet ning asjaomase üldsuse kõrgendatud tähelepanelikkust, on taotleja seisukohal, et puudub tarbija poolt kaubamärkide MONACOR + kuju ja MONACHOL äravahetamise tõenäosus, sh assotsieerumine.

Lähtudes ülaltoodust palub taotleja vaidlustusavaldust mitte rahuldada.

**4) Vaidlustaja lõplikud seisukohad.** 24.07.2019 esitas vaidlustaja lõplikud seisukohad, milles jääb varasemalt esitatud argumentide ning nõuete juurde, s.o kuivõrd kaubamärgi MONACOR + kuju registreerimisotsuse osas esinevad õiguskaitset välistavad asjaolud, palub vaidlustaja juhindudes KaMS § 41 lg 2 sätestatust tühistada Patendiameti otsuse nr 7/M201800280 kaubamärgi MONACOR + kuju registreerimise kohta klassis 5 taotletud kaupade tähistamiseks ning ühtlasi teha Patendiametile ettepanek jätkata kaubamärgi MONACOR + kuju menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Täiendavalt lisas vaidlustaja järgmist.

Kaubamärgi esmaseks funktsiooniks majandus- ja äritegevuses on kaupade ja/või teenuste eristamine teiste isikute samaliigilistest kaupadest ja/või teenustest (KaMS § 3). Kuivõrd taotleja taotleb kaitset eksitavalt sarnasele kaubamärgile samaliigiliste kaupade tähistamiseks, milliste osas vaidlustaja juba omab oma kaubamärgile õiguskaitset, siis tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade ja/või teenuste päritolu osas, kahjustades vaidlustajale kuuluvaid varasemaid õigusi.

Kuigi vaidlustatud märgi näol on tegemist kujundusliku märgiga, milline sisaldab ka täiendavaid sõnalisi elemente, on täiendavate sõnaliste elementide näol tegemist üksnes tavapäraste otseselt toodet kirjeldavate elementidega.

Kaubamärgi kujundus seisneb tavapärasel toote pakendi etiketis, mistõttu ei funktsioneeriks kujunduslik element eraldi eristusvõimet lisava elementina, s.o taotluses toodud märgi kujunduslik element ei sisalda erilist

loomingulist pingutust nõudnud elemente, millised võiksid eksisteerida eraldiseisvate eristusvõimeliste elementidena.

Ka taotleja on oma 18.03.2019. a. seisukohtade punktis 1.3 välja toonud, et taotletud märgi koosseisus toodud sõnalised osad on toidulisandite kirjeldamisel laialdaselt kasutusel olevad elemendid ning kujunduslikult on esitatud (punktis 1.1.) stiliseeritud veresoone kujutis, milline samuti seostub otseselt kaupade eesmärgiga, s.o parandada vereringet, vähendada kolesterooli ja triglütseriidide taset veres.

Seega on vaidlustaja hinnangul antud juhul eristusvõimelisteks elementideks vaadeldavates märkides MONACHOL ja MONACOR.

Asjaolu, et taotletud märgi reproduktsioonil on toodud pakendi kujutis, ei muuda seda veel erinevaks vastandatud märgist. Kui Taotleja soovinuks kaitset pakendi kujule, oleks saanud taotluse esitada ka ilma sõnalise elemendita MONACOR. Antud juhul on pakendi kujutis selgelt teisejärguline ning peamist identifitseerivat rolli mängib siiski sarnane MONACOR.

Foneetilise sarnasuse hindamisel möönab ka taotleja oma seisukohtades häälduslikku sarnasust tähiste vahel, so tähiste algusosade hääldus on sarnane ning minimaalne erinevus seisneb üksnes lõpuosas.

Vaidlustaja leiab, et keskmisele Eesti tarbijale vaadeldavad kaubamärgid tähendust ei oma, mistõttu ei saa ka märke semantiliselt ega kontseptuaalselt võrrelda.

Seevastu taotleja on veendunud, et Eesti tarbija teab ingliskeelset sõna MONAKOLIIN ning oskab seda seostada punase pärmirüisiga, mis on hiina fermenteeritud riisitoode, milline on laialdaselt kasutusel meditsiinilistes toidulisandites. Viimaste eesmärgiks on parandada vereringet vähendades kolesterooli ja triglütseriidide taset veres.

Vaidlustaja ei pea osundatud käsitlust kuigivõrd tõenäoliseks, kuid kui tarbija tõepoolest peaks sellistele järeldustele jõudma, muudab antud asjaolu vaadeldavad märgid kontseptuaalselt selgelt sarnasteks. Taotleja on üles loetlenud kõik need kirjeldavad elemendid, mis on esitatud taotletud märgi reproduktsioonil, argumenteerinud kirjeldavate elementide laialdast kasutust ning seeläbi nõustunud vaidlustajaga, et antud juhul saab eristusvõimeliseks võrreldavaks elemendiks lugeda üksnes MONACOR. Viimane on aga äravahetamiseni sarnane varasema kaubamärgiga MONACHOL.

Kokkuvõtvalt taotletakse Eestis kaitset registreerimistaotluse nr M201800280 toodud kaubamärgile MONACOR + kuju, milline on äravahetamiseni sarnane varasema kaubamärgiga MONACHOL, milline omab kaitset kaupade suhtes, mis on samaliigilised taotluses toodud kaupadega. Seega esinevad kõik KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise tingimused ning Patendiameti registreerimisotsuse nr7/M201800280 tühistamise alused.

**5) Taotleja lõplikud seisukohad.** Komisjon edastas 24.07.2019 vaidlustaja lõplikud seisukohad taotlejale omapoolsete lõplike seisukohtade esitamiseks hiljemalt 26.08.2019. Taotleja esitas oma lõplikud seisukohad 23.08.2019, milles jääb varasemalt esitatu juurde ja palub komisjonil jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.

Taotleja leiab, et tema kaubamärk MONACOR + kuju (nr M201800280) on niivõrd erinev vaidlustaja varasemast kaubamärgist MONACHOL, et puudub vaidlustuse aluseks olevas KaMS § 10 lg 1 p-s 2 ettenähtud õiguskaitset välistav asjaolu.

Vaidlustaja väidab, et kaubamärgi MONACOR + kuju kujundus seisneb tavapärasel toote pakendi etiketil, mistõttu ei funktsioneerivat kujunduslik element eraldi eristusvõimet lisava elemendina. Kohtupraktika kohaselt (nt Euroopa Kohtu 11/11/1997 otsus asjas nr C-251/95, SABEL, p 23) tuleb kaubamärke siiski võrrelda tervikuna ning kirjeldavate elementide esinemine kaubamärgis ei tähenda, et tähis tervikuna ei funktsioneeriks kaubamärgina.

Kaubamärgi MONACOR + kuju üldmuljes on proportsionaalselt suur keskne kujunduselementide kogum, mis hõlmab suurt kaarjat oranži kujundit, punast stiliseeritud veresoone läbilõiget, värvilist teksti ning kolmik kastielementi. Kõrvutades sõnalist kaubamärki MONACHOL ja kombineeritud kaubamärki MONACOR + kuju, on nende visuaalne üldmulje erinev.

Foneetilisest aspektist on oluline, et vaidlustaja tähist MONACHOL võib Eesti asjaomane üldsus hääldada kas „monakol“ või „monatšol“. Taotleja kombineeritud kaubamärgi osa MONACOR hääldab Eesti asjaomane üldsus „monakor“. Seega on võrreldavate kaubamärkide lõpuosa CHOL/COR hääldus erinev.

Võrreldavate kaubamärkide kontseptsioonilise aspekti osas ei ole taotleja nõus vaidlustaja väitega, et neil tähistel puudub Eesti asjaomase üldsuse jaoks tähendus ning et neid ei saa kontseptuaalselt võrrelda.

Vaidlustaja kaubamärk MONACHOL viitab monakoliinile, inglise ja saksa keeles „monacolin“, olles justkui selle termini lühend. Monacolin K on looduslikult esinev aine, mida sisaldab punane pärmirüis. Asjaomane üldsus on teadlik, et monakoliin K on laialt kasutusel meditsiinilistes toidulisandites.

Taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju sõnalise osa puhul ei ole tegemist monakoliini lühendiga, vaid see on väljamõeldud tähis.

Seega erinevalt vaidlustaja kaubamärgi MONACHOL kontseptsioonist, mis on pelgalt saksa- või inglisekeelse sõna „monacolin“ (eesti k monakoliin) lühend, on taotleja kaubamärgi sõnalise elemendi MONACOR kontseptsioon loominguiline.

Kohtupraktika kohaselt tuleb kaubamärkide sarnasuse hindamisel arvestada ka viisi, kuidas tähistatavaid kaupu turundatakse ehk kuidas asjaomane üldsus vastavat liiki kaupu tavapäraselt valib. Sellest sõltub, kas ja mil määral tähiste visuaalne, foneetiline või kontseptuaalne sarnasus mõjutab nende äravahetamise tõenäosust.

Toidulisandeid ostetakse enamasti kas apteegist, poest või e-poest, kus on kaup riulitel või kuvatud veebilehel (koos pakendiga). Tarbija vaatleb toote pakendeid, uurib esitatud infot ja teeb siis ostuotsuse. Seetõttu on määrava tähtsusega just kaubamärkide visuaalse sarnasuse aste – see mõjutab enim asjaomase üldsuse valikut konkreetse kauba kasuks. Taotleja kaubamärk MONACOR + kuju on kombineeritud kaubamärk, mis kõrvutatuna vaidlustaja kaubamärgiga MONACHOL eristub visuaalselt selgelt viimasest.

Arvestades kaubamärkide visuaalset, foneetilist ja kontseptuaalset erinevust ning asjaomase üldsuse tähelepanelikkust, on taotleja seisukohal, et puudub tarbija poolt kaubamärkide MONACOR + kuju ja MONACHOL äravahetamise tõenäosus, sh assotsieerumine.

6) 29.08.2019 alustas komisjon asjas nr 1786 lõppmenetlust.

### Komisjoni seisukohad

Komisjon, hinnanud menetluses esitatud seisukohti ja esitatud tõendeid, leiab järgmist.

Vaidlust ei ole selles, et vaidlustaja kaubamärk MONACHOL on varasem kaubamärgitaotluse nr M201800280 MONACOR + kuju suhtes ega selles, et vaidlustaja ei ole andnud KaMS § 10 lg 2 kohast luba hilisema kaubamärgi registreerimiseks.


Vaidlust ei ole ka selles, et vaidlustaja kaubamärgiga MONACHOL kaitstud klassi 5 kaubad *riisijahu, kõrge kolesteroolitaseme alandamiseks; dieetained (meditsiinilised), imikutoidud; plaastrid, sidemematerjalid; hambaplommimaterjalid, hambajäljendivaha; kahjuritõrjevahendid; herbitsiidid* on samaliigilised taotleja kaubamärgi MONACOR + kuju klassi 5 kaupadega *toidulisandid; vitamiinid; vitamiinipreparaadid; mineraalpreparaadid; mikroelementidest koosnevad toidulisandid; farmatseutilised taimeekstraktid; mditsiinilised taimeekstraktid; ravimkapslid.*

Vaidlustaja hinnangul on kaubamärgi MONACOR + kuju registreerimine vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt *ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.*

Kaubamärkide äravahetamise sarnasuse hindamisel tuleb arvestada, et äravahetamise tõenäosusega on tegemist juhul, kui avalikkus võib arvata, et asjaomaseid kaupu või teenuseid pakub üks ja seesama ettevõtja või teatud juhtudel majanduslikult seotud ettevõtja. Kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu segiajamise hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid faktoreid, sealhulgas visuaalset, foneetilist ja kontseptuaalset sarnasust ning nimetatud hinnang peab tuginema üldisele avalikkusel tekkivale kujutluspildile, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid elemente. Kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb arvestada, et mida sarnasemad on võrreldavad märgid, seda erinevamad peavad olema nende kaupade ja teenuste loetelud ning vastupidi. Peale selle on segiajamise oht seda suurem, mida eristusvõimelisem on varasem märk.

Kuna vaidlust ei ole selles, kas vastandatud kaubamärkidega kaitstavad kaubad on identsed või samaliigilised, tuleb kindlaks teha, kas vastandatud kaubamärgid on sedavõrd sarnased, et koosmõjus tähistatavate kaupade identsuse ja samaliigilisusega on tõenäoline nende äravahetamine, sealhulgas hilisema kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Vastandatud kaubamärkide reproduktsioonid on järgmised:

Vaidlustaja varasem Euroopa Liidu kaubamärk	Taotleja kaubamärgitaotlus
<p><b>MONACHOL</b></p>	

Komisjon nõustub taotlejaga, et tema taotletav kaubamärk sisaldab lisaks kujundatud sõnale MONACOR ka tekstidega pakendikujundust, mida ei tohi kaubamärkide võrdlemisel tähelepanuta jätta. Kaubamärgi kujunduslikud elemendid võivad märgi muude elementide kõrval aidata tarbijail kaubamärke visuaalselt eristada. Tarbija tähelepanu tõmbavad käesoleval juhul endale näiteks oranž kaarjas valgete täppidega



kujundelement taotleja kaubamärgis. Seega ei ole õige öelda, et taotleja kaubamärgi ainus domineeriv ja eristav element on selle sõnaline osa MONACOR. Visuaalsel võrdlemisel tuleb kaubamärke siiski võrrelda tervikuna. Komisjon tõdeb samas, et kuivõrd käesoleval juhul koosneb taotleja kaubamärk nii sõnalistest kui kujundelementidest, siis nii nagu on leitud ka Euroopa kohtupraktikas, tuleb sõnalisi elemente pidada eristusvõimelisemateks, sest tarbijal on kaubale lihtsam viidata selle nime välja öeldes kui kujunduslikke elemente kirjeldades (vt Esimese Astme Kohtu otsus T-312/03, p 37). Seega kuigi taotleja kaubamärgi kujundus aitab ühe asjaoluna kaasa võrreldavate tähiste eristamisele, ei ole see käesoleval juhul siiski piisav, kuna vaidlustaja ja taotleja kaubamärkide eristusvõimelised sõnalised osad on väga sarnased, muutes väga sarnasteks ka kaubamärgid tervikuna.

Kui visuaalselt võrrelda ainult võrreldavate kaubamärkide sõnalisi osi, siis ilmneb tähiste MONACHOL ja MONACOR ühetäheline pikkuse erinevus (8 vs 7 tähte) ning asjaolu, et sõnade algusosa MONA on mõlemal tähisel identne, samas lõpuosas CHOL vs COR on erinevusi. Komisjon nõustub vaidlustajaga, et võrreldavatel tähistel on identne struktuur ning neis on kaas- ja tähshäälikud sama asetusega, mistõttu on tõenäoline, et tähised tunduvad visuaalselt sarnased ning tarbija võib seetõttu seostada taotleja kaubamärgiga tähistatud tooted vaidlustajaga. Kuigi vaidlustaja kaubamärk MONACHOL on sõnamärk, siis komisjoni hinnangul on hoolimata taotleja kaubamärgi kujundlikest elementidest märke tervikuna võrreldes nende visuaalne üldmulje tulenevalt domineerivamate sõnalistest elementidest sarnane.

Kaubamärkide eristusvõimeliste sõnaliste osade foneetilisel võrdlusel ilmneb, et silpide arvult on sõnalised osad MO-NA-CHOL ja MO-NA-COR identsed. Minimaalne erinevus tähiste lõpuosas ei tekita häälduslikult sellist erinevust, mis võimaldaks neil selget vahet teha. Komisjon märgib ka, et kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada ka seda, et kaubamärkide alguspoolt märkab tarbija paremini, mistõttu jääb talle ka tähiste esimene pool lihtsamini meelde. Eesti tarbija hääldab tähiseid vastavalt "monakol" või "monatšol" ja "monakor". Sisuliselt tekib häälduspildis ühetäheline erinevus, mis komisjoni hinnangul ei võimalda tähiseid kindlalt teineteisest eristada, mistõttu leiab komisjon, et tähised on foneetiliselt sarnased.

Kuna vaidlustaja kaubamärgil MONACHOL ja taotleja kombineeritud kaubamärgi eristusvõimelisel sõnalisel osal MONACOR eesti keeles tähendust ei ole, siis kontseptuaalselt neid võrrelda ei saa. Kuigi taotleja hinnangul viitab vaidlustaja tähis sõnale monakoliin, olles justkui selle lühend, ja mis peaks tähendama hiina punase pärmirühi ekstrakti, siis komisjon ei pea usutavaks, et enamus tarbijaid sellist seost luua oskab. Vaidlustaja tähisel on õiguskaitse ja seda ei ole järelkult kirjeldavaks peetud, seetõttu puudub ka komisjonil alus seda sel viisil kirjeldavaks lugeda ja sellele taotleja pakutud kontseptuaalset tähendust omistada.

Arvestades võrreldavate kaubamärkide visuaalseid, foneetilisi ja kontseptuaalseid sarnasusi, samuti võrreldavate klassi 5 kaupade identsust ja samaliigilisust, leiab komisjon, et vaidlustaja kaubamärk MONACHOL ja taotleja kaubamärk MONACOR + kuju on sarnased määral, mis toob kaasa tõenäosuse, et tarbijad ajavad neid omavahel segi või et märgid assotsieeruvad omavahel KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses.

Komisjon märgib siinkohal, et erinevalt vaidlustaja poolt taotletust ei kohusta komisjon vastavalt alates 01.04.2019 kehtiva KaMS § 41 lg-le 3 vaidlustusavalduse rahuldamise korral Patendiametit mitte jätkama menetlust, vaid teeb kaubamärgi registreerimise kohta ise uue otsuse.

Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg-d 1 ja 2, KaMS § 10 lg 1 p 2 ja § 41 lg 3, komisjon

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

**1. Vaidlustusavaldus rahuldada ja tühistada Patendiameti otsus kaubamärgile MONACOR + kuju (kaubamärgitaotlus nr M201800280) klassis 5 õiguskaitse andmise kohta.**

**2. Keelduda kaubamärgile MONACOR + kuju (kaubamärgitaotlus nr M201800280) klassis 5 õiguskaitse andmisest.**

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada lagi kahe kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni lagi esitamisest. Kui lagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kahe kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

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

Allkirjad:

M. Tähepõld  
/allkirjastatud digitaalselt/

S. Sulsenberg  
/allkirjastatud digitaalselt/

H.-K. Lahek  
/allkirjastatud digitaalselt/