

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1001-o

Tallinnas, 30. oktoobril 2008. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Rein Laaneots (eesistuja), Edith Sassian ja Evelyn Hallika, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku Visa International Service Association, aadress: 900 Metro Center Blvd., Foster City, California 94404, US, vaidlustusavalduse Patendiameti otsuse kaubamärgi **Televisa** (taotluse nr M200500911) registreerimise kohta Eestis Televisa Holding Suisse OÜ nimele klassis 36. Vaidlustusavalduse esitajat esindab patendivolnik Urmas Kernu, AAA Patendibüroo OÜ, Tartu mnt 16, 10117 Tallinn.

Vaidlustusavaldus nr 1001 esitati 03.07.2006. a., võeti menetlusse 07.07.2006. a ja eelmenetlejaks määrati Rein Laaneots.

Menetluse käik ja asjaolud

Vaidlustusavalduse esitaja, Visa International Service Association (edaspidi VISA), on alljärgnevate Eestis kehtivate kaubamärkide omanik:

VISA, kaubamärgiregistreering nr 07206, prioriteet 12.12.1975. a, reg kuupäev 25.01.1994. a, klassi 36 kuuluvate teenuste “panga- ja finantsoperatsioonid” osas.

VISA, kaubamärgitaotlus nr M200500841, taotluse kuupäev 27.06.2006. a, klassi 36 kuuluvate teenuste “kindlustus; rahalised, finants- ja kinnisvaratehingud” osas.

VISA, Euroopa Ühenduse kaubamärgiregistreering nr 000405480, registreerimise kuupäev 25.10.1996. a, klassidesse 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28, 35, 36, 38, 41 ja 42 kuuluvate kaupade ja teenuste osas.

Nimetatud VISA kaubamärgiregistreeringute kohta on lisatud väljatrükid Patendiameti ja Ühenduse kaubamärgi andmebaasidest.

Lisaks on VISA nimele registreeritud veel kaubamärgid EUROVISA (Eesti registreering 07208) ning E-VISA (Euroopa Ühenduse kaubamärgiregistreering nr 001800234). Lisatud on andmebaaside väljatrükid.

Kaubamärgilehes nr 5/2006 avaldatust nähtub, et Patendiamet on otsustanud registreerida Televisa Holding Suisse OÜ nimele kaubamärgi **Televisa**, taotluse nr M200500911, taotluse esitamise kuupäev 07.07.2005. a, klassi 36 kuuluvate teenuste “kindlustus; rahalised, finants- ja kinnisvaratehingud” osas.

Lisatud on nimetatud kaubamärgi publikatsiooni koopia Kaubamärgilehest (lk 41) ning väljatrükk Patendiameti andmebaasist.

VISA leiab, et nimetatud Patendiameti otsus registreerida kaubamärk **Televisa** äriühingu Televisa Holding Suisse OÜ nimele on väär ning vastuolus kaubamärgiseaduse normidega. Vaidlustusavalduse esitaja leiab, et Patendiameti otsusega on rikutud tema õigusi ja seadusega kaitstud huvisid.

1. Kaubamärgi **Televisa** registreerimine on vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 10 lg 1 p-ga 2, mille kohaselt õiguskaitset ei saa 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.

Vaidlustusavalduse esitaja leiab kaubamärgi **Televisa** olevat sarnase tema registreeritud VISA kaubamärkidega.

VISA kaubamärk on registreeritud sõnalise kaubamärgina ja Televisa kaubamärgi registreerimist on taotletud samuti sõnalise kaubamärgina (vt alljärgnevat).

VISA

Televisa

Kaubamärgis **Televisa** sisaldub vaidlustaja kaubamärk **VISA** täies ulatuses kaubamärgi **Televisa** teises pooles. Kaubamärgi **Televisa** puhul on tegemist liitsõnaga, mis selgelt tajutavalt koosneb kahest sõnast **Tele** ja **visa**, seetõttu on Televisa kaubamärgi seostamine VISA varasemate kaubamärkidega tõenäoline.

Siinjuures tuleb lisaks arvesse võtta kaubamärgi **VISA** suurt tuntust ning mainet klassi 36 teenuste osas.

Vaidlustaja viitab SL Õhtulehe 30.06.2006. a artiklile “Mida välisreisile kaasa võtta – krediitkaart või sularaha?”, mille kohaselt 40 % Eesti elanikest on VISA kaart.

Visuaalselt võrreldes võib tõdeda, et **VISA** ja **Televisa** on sõnalised kaubamärgid. Neil on küll erinev sõnade pikkus, kuid visuaalselt on tuvastatav, et kaubamärgi **Televisa** (mis on kahest sõnast koosnev liitsõna) teine pool kordab täielikult kaubamärki **VISA**.

Kaubamärgi **VISA** äratundmine kaubamärgis **Televisa** on tõenäoline eelõige vaidlustaja kaubamärgi **VISA** üldtuntuse ja asjaolu, et **Televisa** on liitsõna (**Tele** + **visa**), tõttu.

Foneetilise võrdluse osas leiab vaidlustaja, et kehtivad samad asjaolud, mis kaubamärkide visuaalse võrdlusegi puhul – tegemist on küll erineva pikkusega sõnadega, kuid VISA kaubamärk **VISA** sisaldub hilisemas kaubamärgis **Televisa** ning ka foneetilisel võrdlusel eristub Televisa kaubamärgis selle lõpuosas **visa**.

Kaubamärgina, klassi 36 teenuste osas, on kaubamärk **VISA** omandanud tuntuse, kui vaidlustaja kaubamärk, millega tähistatakse erinevaid finantsteenuseid.

Kuigi sõnal **VISA** on eesti keeles ka oma tähendus, võib pidada mitte tõenäoliseks, et klassi 36 teenuste osas tarbija seostaks kaubamärgi **VISA** selle eestikeelse tähendusega ning **VISA** on pigem tähenduseta sõna klassi 36 teenuste osas.

Sõna **Tele** vasteks on Õigekeelsussõnaraamatu järgi muuhulgas: “*kaug-, kauge-, kaugus: pangandus, kaugpangandus...*”

Kaubamärgi semantilist tähendust tuleb hinnata kontekstis kaupade ja teenustega, mille osas seda kasutatakse või registreerimist taotletakse. Seetõttu seostub sõna **Televisa** just pangandusega ning tarbijad mõistavad seda, kui “kaugvisa”.

Siinjuures tuleb seega arvestada ka asjaolu, et sõna **Tele** kirjeldava tähenduse tõttu on Televisa kaubamärgi kõige tugevamaks ja domineerivamaks elemendiks just sõna **VISA**.

Siinjuures vaidlustaja esitab analoogia Eesti tuntuima panganduskaubamärgiga HANSAPANK ja HANSA ning nende Interneti keskkonnas toimiva tarkvaralahendusega TELEHANSA.

Televisa Holding Suisse OÜ soovist tegutseda just pangakaartidega seotud teenuste osas, mille osas kaubamärk **VISA** on tuntuse saavutanud, annab tunnistust ka lisatud Televisa Holding Suisse OÜ registriandmete väljatrükk, millelt nähtub, et nende tegevusalad on põhiliselt just seotud maksekaartidega.

Vaadeldavad teenused klassis 36 on identsed.

Lisaks tuleb märkida, et vaidlustaja nimele on registreeritud kaubamärgid **EUROVISA** ja **E-VISA**, mis viitab kaubamärkide seeriale, kus märgi esimene pool on teenuste territooriumile (**EURO**) või iseloomule (**E-**) viitav ning märgi teine pool sisaldab üldtuntud **VISA** kaubamärki.

Televisa kaubamärk on üles ehitatud samu põhimõtteid järgides.

Seetõttu leiab vaidlustaja, et kaubamärgi **Televisa** äravahetamise, s.h assotsieerumise tõenäosus varasema ja üldtuntud kaubamärgiga **VISA** on märkimisväärselt suur.

Vaidlustusavalduse esitaja on varasema kaubamärgi **VISA** omanik KaMS § 11 lg 1 p 1 mõistes, mille kohaselt varasem kaubamärk on kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem. Kaubamärk **VISA** on omandanud Eestis õiguskaitsese klassi 36 teenuste osas varem, kui 07.07.2005. a, KaMS § 11 lg 1 p 2 mõistes, mille kohaselt varasem kaubamärk on registreeritud kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikuupäev on varasem (varasemaks märgiks on **VISA**, reg nr 07206, prioriteet 12.12.1975. a, reg kuupäev 25.01.1994. a), KaMS § 11 lg 1 p 3 mõistes, mille kohaselt varasem kaubamärk on registreerimiseks esitatud kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikuupäev on varasem (varasemaks märgiks on **VISA**, kaubamärgitaotlus nr M200500841, taotluse kuupäev 27.06.2006. a) ja KaMS § 11 lg 1 p 6 mõistes, mille kohaselt varasem kaubamärk on Ühenduse kaubamärgi määruse alusel registreeritud Ühenduse kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev, prioriteedikuupäev või Eesti registreeringu alusel omandatud vanemskuupäev on varasem (varasem märk on **VISA**, reg nr 000405480, registreerimise kuupäev 25.10.1996. a, Eestis õiguskaitsese omandamise kuupäev 01.05.2004. a).

Kaubamärgitaotluse **Televisa** esitamise kuupäev on hilisem – 07.07.2005. a.

Lähtudes ülaltoodust ja juhindudes KaMS § 10 lg 1 p-st 2, § 41 lg-st 2 ja 3 palub vaidlustaja tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi **Televisa** (taotluse nr M200500911) registreerimise kohta klassis 36 Televisa Holding Suisse OÜ nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust.

Lisad:

1. Visa International Service Association volikiri;
2. Väljatrükk reg nr 07206 **VISA** kohta;
3. Väljatrükk taotluse nr M200500841 **VISA** kohta;
4. Väljatrükk reg nr 000405480 **VISA** kohta;
5. Väljatrükk reg nr 07208 **EUROVISA** kohta;
6. Väljatrükk reg nr 001800234 **E-VISA** kohta;
7. Koopia kaubamärgi **Televisa** taotluse nr M200500911 publikatsioonist;
8. Väljatrükk taotluse nr M200500911 kohta;
9. SL Õhtuleht 30.06.2006 artikkel “Mida välisreisile kaasa võtta – krediitkaart või sularaha?”;
10. Väljavõte Eesti keele sõnaraamatust ÕS 1999;
11. Televisa Holding Suisse OÜ registriväljavõte.

Vaidlustaja lõplikud seisukohad

11.07.2008. a esitas **VISA** lõplikud seisukohad, milles ta jääb vaidlustusavalduses esitatu juurde, lisades järgmist.

VISA on maailmas ja Eestis tuntud finantsteenuste pakkuja, keda iseloomustavad alljärgnevad arvnäitajad.

2007. aastal tehti Euroopas **VISA** kaartidega tehinguid üle 800 miljardi Euro väärtuses, enam kui 14 miljardit tehingut, **VISA** kaartide arv on üle 300 miljoni. **VISA** deebetkaartidega tehti tehinguid üle 500 miljardi Euro väärtuses ja kaarte on üle 200 miljoni. **VISA** krediitkaartide tehingute maksumus oli üle 200 miljardi Euro ja kaarte üle 100 miljoni. **VISA** kommertskaartidega teostati tehinguid üle 50 miljardi Euro väärtuses ja kaarte üle 9 miljoni.

Kaubamärgi **VISA** kasutus ja tuntus on Eesti ja Lätis umbkaudu samaväärsed. Vaidlustaja juhib tähelepanu ka sellele, et kaubamärgi **VISA** tuntust on Läti Apellatsioonikomisjon tunnistanud juba oma 2001. a otsuses (koopa lisatud). **VISA** on olnud läbi aegade ka paljude spordivõistluste sponsoriks, sealhulgas olümpiamängudel, FIFA jalgpalli

maailmameistrivõistlustel jne. Tegemist on nr 1 finantsteenuste kaubamärgiga maailmas (vt lisa).

Vaidlustusavalduse esitaja leiab, et kaubamärk **Televisa** on sarnase tema registreeritud kaubamärkidega **VISA**.

Vaadeldavate kaubamärkide reproduktsioonid on alljärgnevad:

Vaidlustaja kaubamärgid

Taotleja kaubamärk

VISA

Televisa



Vaidlustaja leiab, et kaubamärgiseaduse tõlgendamisel on analoogia alusel kohaldatavad Euroopa Kohtu lahendid seoses Esimese Nõukogu direktiiviga 89/104/EEC 21. detsembrist 1988 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta.

Euroopa Kohus on 11.11.1997. a otsuses (C-251/95 Sabèl BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, European Court reports 1997 page I-06191) leidnud, et äravahetamise tõenäosust peab hindama globaalselt, arvesse võttes kõike tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega. Globaalne hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente.

VISA kaubamärk on registreeritud sõnalise kaubamärgina (lisaks üks stiliseeritud värviline sõnamärk) ja Televisa kaubamärgi registreerimist on taotletud samuti sõnalise kaubamärgina. Mõlema kaubamärgi domineerivaks osaks on seega nende sõnalised osa **VISA vs Televisa**.

Kaubamärgis **Televisa** sisaldub vaidlustaja kaubamärk **VISA** täies ulatuses Televisa kaubamärgi teises pooles. Kaubamärgi **Televisa** puhul on tegemist liitsõnaga, mis selgelt tajutavalt koosneb kahest sõnast **Tele** ja **visa**, seetõttu on Televisa kaubamärgi seostamine VISA varasemate kaubamärkidega tõenäoline. Lisaks tuleb märkida eesliite **Tele** tavapäraselt ja kirjeldavat iseloomu ja seda muuhulgas klassi 36 teenuste osas. Seetõttu võib tähenduslikult pidada taotleja kaubamärgis domineerivamaks ning eristusvõimelisemaks just märgi teist poolt, mis on identne vaidlustaja tuntud kaubamärgiga.

Märkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasi, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, kuid tarbija pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele. Arvestada tuleb ka seda, et tarbijatel puudub võimalus üldjuhul märke üheaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti varasemast märgist. Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osas. Seetõttu on märkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad, kui nende erinevused.

Siinjuures tuleb lisaks arvesse võtta kaubamärgi **VISA** suurt tuntust ning mainet klassi 36 teenuste osas.

Visuaalselt võrreldes võib tõdeda, et **VISA** ja **Televisa** on sõnalised kaubamärgid. Neil on küll erinev sõnade pikkus, kuid visuaalselt on tuvastatav, et kaubamärgi **Televisa** (mis on kahest sõnast koosnev liitsõna) teine pool kordab täielikult VISA kaubamärki.

Foneetilise võrdluse osas leiab vaidlustaja, et kehtivad samad asjaolud, mis kaubamärkide visuaalse võrdlusegi puhul – tegemist on küll erineva pikkusega sõnadega, kuid kaubamärk **VISA** sisaldub hilisemas kaubamärgis **Televisa** ning ka foneetilisel võrdlusel eristub Televisa kaubamärgis selle lõpuosas **visa**.

Kaubamärgi semantilist tähendust tuleb hinnata kontekstis kaupade ja teenustega, mille osas seda kasutatakse või registreerimist taotletakse. Seetõttu seostub **VISA** just pangandusega ning tarbijad mõistavad seda, kui “kaug**visa**”.

Äravahetamise tõenäosust suurendab veelgi asjaolu, et tegemist on identsete kaupadega.

Vaidlustusavalduse esitaja viitab 29.09.1997. a Euroopa Kohtu otsusele (C-39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, European Court reports 1998. lehekülj I-05507, para. 17), milles Euroopa Kohus on leidnud, et “väiksem sarnasuse tase kaupade või teenuste osas võib olla ülekaalutud kaubamärkidest pärineva suurema märkide sarnasusega ja *vice versa*.”

Eelkõige märkide kontseptuaalsest ühtsusest, domineerivate osade foneetilistest ja visuaalsetest sarnasustest ning kõnealuste kaupade identsuse ja samaliigilisuse tõttu on kaubamärkide äravahetamise, s.h. assotsieerumise tõenäosus märkimisväärselt suur, s.t. tarbija arvab kaubamärgiga **Televisa** tähistatud teenused pärinevat kaubamärgi **VISA** omanikult või temaga seotud ettevõttelt.

Lähtudes ülaltoodust ja juhindudes KaMS § 10 lg 1 p-st 2, § 41 lg-st 2 ja 3 palub vaidlustusavalduse esitaja tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi **Televisa** (taotluse nr M200500911) registreerimise kohta klassis 36 Televisa Holding Suisse OÜ nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon (edaspidi komisjon) teavitas Televisa Holding Suisse OÜ esindajat patendivolinikku Kalev Käosaart 03.07.2006. a VISA poolt esitatud vaidlustusavaldusest ja samuti VISA poolt 11.07.2008. a esitatud lõplikest seisukohtadest. Televisa Holding Suisse OÜ nendele kirjadele ei vastanud.

Komisjon alustas antud asjas lõppmenetlust 23.10.2008. a

Komisjoni seisukohad ja otsus

Komisjon, tutvunud vaidlustusavalduse esitaja seisukohtadega ning hinnanud esitatud tõendeid kogumis, leiab järgmist.


Vastavalt tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TOAS) kehtiva 08.04.2005. a jõustunud redaktsiooni § 54¹ lõigetele 1 ja 2 (1. lause) teeb komisjon lõplike seisukohtade esitamise ettepaneku menetlusosalistele kuu möödumisel menetlusosaliselt (TOAS § 51 kontekstis peetakse silmas vaidlustusavalduse menetluses taotlejat ehk isikut, kelle õigus kaubamärgile on vaidlustusavalduse esitaja poolt vaidlustatud) seisukohtade saamisest, kusjuures esiteks tehakse ettepanek lõplike seisukohtade esitamiseks vaidlustusavalduse esitajale. TOAS § 51 lõigete 1 ja 4 kohaselt vaidlustusavalduse menetlusse võtmisel saadab apellatsioonikomisjon teisele menetlusosalisele kaebuse või vaidlustusavalduse ärakirja ja teeb talle ettepaneku esitada oma kirjalik seisukoht kolme kuu jooksul, arvates ettepaneku tegemise kuupäevast, kusjuures asjaolu, et menetlusosaline ei ole oma kirjalikku seisukohta esitanud või küsimusele vastanud, ei takista menetluse jätkamist.

Vaidlustusavalduses on leitud, et kaubamärgi **Televisa** registreerimine taotleja nimele on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 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.

Nähtuvalt käesoleva asja materjalidest on vaidlustaja kaubamärk **VISA** (reg nr 07206, prioriteet 12.12.1975. a, reg kuupäev 25.01.1994. a) KaMS § 11 lg 1 p 2 mõistes, kaubamärk **VISA** (kaubamärgitaotlus nr M200500841, taotluse kuupäev 27.06.2006. a) KaMS § 11 lg 1 p 3 mõistes, ja Ühenduse kaubamärk **VISA** (reg nr 000405480, registreerimise kuupäev 25.10.1996. a, Eestis õiguskaitse omandamise kuupäev 01.05.2004. a) KaMS § 11 lg 1 p 6 mõistes varasem taotleja kaubamärgist **Televisa**

(taotluse nr M200500911, taotluse esitamise kuupäev 07.07.2005. a) klassi 36 kuuluvate teenuste “kindlustus; rahalised, finants- ja kinnisvaratehingud” osas.

Kaubamärkide reproduktsioonid, mida antud asjas on võrreldud, on järgmised:

Vaidlustaja kaubamärgid	Taotleja kaubamärk
VISA	Televisa
	

Patendiameti on-line andmebaasist on näha, et lisaks kuuluvad klassis 36 vaidlustajale kaubamärgid:



, registrinumber 11312;

EUROVISA, registrinumber 07208;

VISA CASH; registrinumber 31617.

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et taotleja kaubamärk **Televisa** on väga sarnane vaidlustaja varasemate kaubamärkidega. Kaubamärgid on sarnased nii foneetiliselt, visuaalselt kui ka semantiliselt.

Taotleja kaubamärk sisaldab vaidlustaja kaubamärgi ainsat eristusvõimelist sõna VISA, mis asetseb taotleja kaubamärgi lõpus, st et kaubamärgis **Televisa** sisaldub vaidlustaja kaubamärk **VISA** täies ulatuses.

Kaubamärgi **Televisa** puhul on tegemist liitsõnaga, mis selgelt tajutavalt koosneb kahest sõnast **Tele** ja **visa**, seetõttu on Televisa kaubamärgi seostamine VISA varasemate kaubamärkidega tõenäoline.

Tavaliselt ei analüüsi tarbija kaubamärke detailselt, kuid ta pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele. Üldjuhul puudub tarbijatel võimalus märke üheaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti varasemast märgist. Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on märkide sarnasused, ehk mällu talletuv ühine element, olulisemad kui nende erinevused. Võrreldavate märkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada ka kaubamärgi **VISA** üldteada suurt tuntust ning mainet klassi 36 teenuste osas. Eesti keele sõnaraamat toob välja sõna „tele” tähenduse: „*kaug-, kauge-, kaugus-, telepangandus – kaugpangandus*”. Eesliite „tele” kasutamine koos tuntud tähisega „visa” ei tee kaubamärgi eristatavaks, vaid pigem näitab oma seost tähisega „visa”. Seetõttu võib tähenduslikult pidada taotleja kaubamärgis domineerivamaks ning eristusvõimelisemaks just märgi teist poolt, mis on identne vaidlustaja tuntud kaubamärgiga.

Visuaalselt sõnalistel kaubamärkidel **VISA** ja **Televisa** on küll erinev sõnade pikkus, kuid kaubamärgi **Televisa** teine pool kordab täielikult VISA kaubamärki, mis teeb võrreldavad märgid äravahetamiseni sarnasteks.

Foneetiliselt on tegemist küll erineva pikkusega sõnadega, kuid kaubamärk **VISA** sisaldub hilisemas kaubamärgis **Televisa** ning ka foneetilisel võrdlusel eristub Televisa kaubamärgis selle lõpuosas **visa**, mis teeb võrreldavad märgid äravahetamiseni sarnasteks.

Neil asjaoludel leiab komisjon, et tarbija peamise tähelepanu kummaski kaubamärgis pälvib sõna VISA, mis loob kaubamärkidest tervikuna sarnase mulje nii visuaalselt kui foneetiliselt.

Kaubamärgi semantilist tähendust saab hinnata kontekstis kaupade ja teenustega, mille osas seda kasutatakse või registreerimist taotletakse. Seetõttu leidis komisjon, et VISA seostub pangandusega ning tarbijad mõistavad seda, kui “kaugvisa”.

Äravahtamise tõenäosust suurendab veelgi asjaolu, et tegemist on identsete kaupadega.

Komisjon leiab, et märkide kontseptuaalsest ühtsusest, domineerivate osade foneetilisest ja visuaalsetest sarnasustest ning kõnealuste kaupade identsuse tõttu on kaubamärkide äravahtamise, s.h. assotsieerumise tõenäosus märkimisväärselt suur, s.t tarbija võib arvata, et kaubamärgiga **Televisa** tähistatud teenused pärinevat kaubamärgi VISA omanikult või temaga seotud ettevõttelt. Seega kaubamärgi **Televisa** registreerimine taotleja nimele on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2.

Komisjon arvestas otsuse tegemisel ühtlasi asjaolu, et kaubamärgi **Televisa** taotleja ei ole teatanud soovist osaleda vaidlustusavalduse läbivaatamisel ja ei ole esitanud menetluse käigus mitte mingisuguseid seisukohti vaidlustusavalduse kohta, mis komisjoni hinnangul näitab kaubamärgitaotleja huvi puudumist tähise registreerimise suhtes vaidlustatud ulatuses.

Eeltoodust tulenevalt ning juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse §-st 61, KaMS § 10 lg 1 p-st 2 ning § 41 lg-st 3, apellatsioonikomisjon

o t s u s t a s:

rahuldada vaidlustusavaldus, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi Televisa (taotlus nr M200500911) registreerimise kohta klassis 36 Televisa Holding Suisse OÜ nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust käesolevas otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, kes soovib apellatsioonikomisjoni otsuse peale edasi kaevata menetlusnormide rikkumise tõttu, võib esitada kaebuse apellatsioonikomisjoni otsuse peale Harju Maakohtusse kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates. Kohus vaatab kaebuse läbi hagita menetluses.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda apellatsioonikomisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada hagi teise menetlusosalise vastu kaubamärgi õiguskaitset välistava asjaolu või selle puudumise kindlakstegemiseks kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates.

Kui kaebust ega hagi ei ole esitatud, jõustub apellatsioonikomisjoni otsus kolme kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Allkirjad:

R. Laaneots

E. Sassian

E. Hallika