

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1045-o

Tallinnas, 23. septembril 2008. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Edith Sassian (eesistuja), Priit Lello ja Sulev Sulsenberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi kodumaise juriidilise isiku AS Eesti Pagar, Kalda tee 7c, 11625 Tallinn vaidlustusavalduse kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuhu“ (taotlus nr M200501308) registreerimise kohta MTÜ Eesti Leivaliit nimele klassis 30.

Asjaolud ja menetluse käik

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või apellatsioonikomisjon) laekus 02.01.2007 AS-ilt Eesti Pagar (edaspidi vaidlustaja) vaidlustusavaldus kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuhu“ (taotlus nr M200501308) registreerimise vastu MTÜ Eesti Leivaliit nimele (edaspidi taotleja) nimele klassis 30. Vaidlustusavalduse esitas vaidlustaja volitatud esindajana patendivolnik Kalev Käosaar.

Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 1045 all ja eelmenetlejaks määrati Edith Sassian.

Vaidlustusavalduse objektiks on Patendiameti 18.09.2006.a otsus nr 7/ M200501308 kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuhu“ (taotlus nr M200501308) registreerimise kohta MTÜ Eesti Leivaliit nimele klassis 30.

Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult:

Kaubamärgilehes nr 11/2006 avaldatud teate kohaselt on Patendiamet teinud otsuse registreerida taotleja nimele kaubamärk „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuhu“ (taotlus nr M200501308) alljärgnevate kaupade osas:

Klass 30 kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja muud teraviljasaadused ning -tooted; pagaritooted; riivsaai; leib, sai; leiva- ja saiatooted, kuklid, sepikud, koogid, sh kaalukoogid, keeksid, biskviidid, pirukad, pitsad, saiakesed, vahvlid, kondiitritooted, küpsised ja maiustused; tordi-, koogi- ja keeksipulbrid ning teised sarnased tooted, mis kuuluvad klassi 30; koogimaitseained ning klassi 30 kuuluvad pagari- ja kondiitritoodete kaunistamise materjalid; tainad ja tainakergitusained; mesi, siirup; pärm, küpsetuspulber; sool, sinep; äädikas, vürtsikastmed; vürtsid.

Taotlus kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuhu“ registreerimiseks on esitatud 14. oktoobril 2005.a (vaidlustusavalduse Lisa 6).

Vaidlustajale kuulub varasem kaubamärk nr 40626 "Eesti Pagar + kuhu" (taotlus esitatud 29.01.2004 ja kantud registrisse 11.02.2005) alljärgnevate kaupade tähistamiseks:

klassis 30 leib, sai; sepik; leiva- ja saiatooted; jahu ning muud teraviljatooted; tainad; pagari- ja kondiitritooted, sh tordid, koogid, saiakesed, kuklid, keeksid, küpsised; maiustused (Lisa 3).

Vaidlustaja on alates 2004.a veebruarist kõiki oma tooteid turustanud kaubamärgi "Eesti Pagar" all. Kaubamärki on kasutatud kõikide tooteliikide osas: rukkileivad, rukki-nisusegaleivad, peenleivad, terade ja seemnetega rukkileivad, delikatessleivad, lauasaiaid, terade ja seemnetega

lauasaiad, magusad lauasaiad, röstsaiad, sepikud, kuklid (Lisa 4). Seejuures oli vastavalt ACNielsen'i poolt läbi viidud uuringule AS Eesti Pagar (endine ETK Leib) toodete turuosa nii 2004. aastal kui ka 2005. aastal suuruselt teine Eestis (Lisa 5). Eeltoodust tulenevalt oli kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" turuosa nii 2004.a kui ka 2005.a leiva- ja saiatoodete ning pagaritoodete osas suuruselt teine.

AS Eesti Pagar vaidlustab kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju“ (taotlus nr M200501308) registreerimise klassis 30, kuna esinevad kaubamärgiseaduse (edaspidi ka KaMS) § 10 lg 1 punktis 2 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud.

Kaubamärgiseaduse § 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.

Kaubamärgiseaduse § 11 lg 1 p 2 kohaselt loetakse varasemaks kaubamärgiks registreeritud kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikuupäev on varasem.

Taotlus kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" registreerimiseks esitati 29. jaanuaril 2004.a, kaubamärgi "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" taotlus esitati 14. oktoobril 2005, seega on kaubamärk "Eesti Pagar+ kuju" varasem KaMS § 11 lg 1 p 2 tähenduses.

Kaubamärki "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" taotletakse klassis 30 kaupade tähistamiseks, mis on identsed või hõlmatud varasemate kaubamärkide "Eesti Pagar+ kuju" kaupadega klassis 30.

Alljärgnevad taotletavad kaubad on identsed varasema kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" kaupadega: leib, sai; leiva- ja saiatooded, kuklid, sepikud; jahu ja muud teraviljasaadused ning -tooted, tainad, pagaritooded, kondiitritooded, koogid, sh kaalukoogid, keeksid, biskviidid, pirukad, pitsad, saiakesed, vahvlid, küpsised ja maiustused.

Varasema kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" kaupadega on järgnevad taotletavad kaubad samaliigilised: kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseed; riivisai; tordi-, koogi- ja keekspulbrid ning teised sarnased tooted, mis kuuluvad klassi 30; koogimaitseained ning klassi 30 kuuluvad pagari- ja kondiitritoodete kaunistamise materjalid; mesi, siirup; pärm, küpsetuspulber; sool, sinep; äädikas, vürtsikastmed; vürtsid ja tainakergitusained.

Tavapärastelt müüakse jahu ja muid teraviljasaaduseid ning -tooteid koos teiste kuivainetega nagu riis; riivisai; suhkur; sool, tapiokk (*maniokitärklis*); saago; tordi-, koogi- ja keekspulbrid ning teised sarnased tooted, mis kuuluvad klassi 30. Samuti on tavapärane, et üks tootja toodab ja turustab kõiki eeltoodud kuivained (nt Balti Veski AS, AS Antomin jne). Sarnase kaubamärgi kasutamisel nimetatud kaupadel on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Seejuures on koogimaitseained ning klassi 30 kuuluvad pagari- ja kondiitritoodete kaunistamise materjalid, mesi, siirup, pärm, küpsetuspulber ja tainakergitusained tooted, mida tarbija kasutab koos varasema kaubamärgi selliste kaupadega nagu jahu ning muud teraviljatooded, tainad, mistõttu on tegemist üksteist täiendavate toodetega. Eeltoodud kaupadel on sama sihtgrupp, samad jaotuskanalid ning sageli müüakse neid poodides kõrvuti.

Kaubamärkide äravahetamiseni sarnasuse hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki asjaolusid. Seejuures olulised asjaolud mõjutavad üksteist, eriti kaubamärkide sarnasus ühelt poolt ja kaupade sarnasus teiselt poolt. Kaupade väiksema sarnasuse võib kompenseerida kaubamärkide suurem sarnasuse aste ning vastupidi - kaupade suurem sarnasuse aste võib kompenseerida

kaubamärkide väiksema sarnasuse. Nimetatud asjaolule on viidatud ka kaubamärgidirektiivi sissejuhatuses 10. punktis (vt ka Euroopa Kohtu 29.09.1998.a otsus asjas C-39/97 punkt 17). Seega kaubamärkide alljärgneval hindamisel tuleb arvestada asjaoluga, et tegemist on osaliselt identsete kaupadega, mis suurendab kaubamärkide äravahetamise, sealhulgas assotsieerumise tõenäosust.

Taotletavate kaupade ja varasema kaubamärgi kaupade puhul (toidukaubad) kasutatakse ostjale suunatud turunduses ja infokommunikatsioonis enamusel juhtudel üksnes kaubamärkide sõnalisi osi kas suuliselt või kirjalikult. Selliste näidetena võib tuua: info jaekaubanduse riilitele kinnitatavatel tootesiltidel, info poesistel müügiendendusplakatitel, info toote kohta kassatšekkidel, info edastamine tarbijatele ringhäälingu (nt raadio) või poesiste valjuhääldite kaudu (nt info poes toimuvatest soodusmüükidest, degusteerimistest vms). Samuti kasutatakse ostusituatsioonis just kaubamärgi sõnalist osa. Eeltoodust tulenevalt on võrreldavate kaubamärkide sõnaliste osade sarnasus äärmiselt oluline.

Kaubamärgid "Eesti Pagar+ kuju" ja "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" on semantiliselt identsed. Nii sõna "Eesti" kui ka sõna "pagar" omavad eesti keeles kindlat tähendust. Seejuures oli kaubamärgi "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" taotluse esitamise ajaks 14. oktoobril 2005.a varasemat kaubamärki ja selle sõnalist osa "Eesti Pagar" kasutatud ligi 2 aasta jooksul äärmiselt intensiivselt - kaubamärgiga "Eesti Pagar+ kuju" tähistatud toodete turuosa oli suuruselt teine. Eeltoodust tulenevalt seondub tähis "Eesti Pagar" ja selle tähendus üksnes AS' iga Eesti Pagar.

Kaubamärgid "Eesti Pagar+ kuju" ja "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" on seejuures ka foneetiliselt äravahetamiseni sarnased tulenevalt identse sõnalise osa "Eesti Pagar" kasutamisest.

WIPO käsiraamatu "Introduction to Trademark Law and Practice. Basic Concepts" kohaselt võib kaubamärkide äravahetamine (assotsieerumine) tuleneda sarnasest kirjast, hääldusest või tähendusest ning sarnasus ühes eeltoodud aspektis on piisav rikkumiseks, kui see sarnasus eksitab tarbijat (Lisa 7).

Käesoleval juhul tuleb silmas pidada, et kaubamärki taotletakse varasemate kaubamärkidega osaliselt identsetele kaupadele, mille olemusest tulenevalt (toidukaubad) ei kaalu tarbijad ostuotsust põhjalikult ning teevad ostuotsuse tuginedes olemasolevale mälopildile kaubamärgist.

AS Eesti Pagar on kaubamärgiseaduse § 41 lg 2 sätestatud isik. Kaubamärgiseaduse § 41 lg 2 kohaselt võib asjast huvitatud isik tööstusomandi apellatsioonikomisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile kaubamärgiseaduse § 9 lõikes 1 või §-s 10 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul.

Kaubamärgile "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" õiguskaitse andmine kahjustab varasema kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" omaniku ainuõigust keelata õiguskaitse saanud kaubamärgiga sarnase kaubamärgi kasutamist Eesti Vabariigis. Eeltoodust tulenevalt on vaidlustaja asjast huvitatud isik KaMS § 41 lg 2 tähenduses.

Vaidlustaja palub Patendiameti otsus tühistada ja kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele oli lisatud: 1) AS Eesti Pagar volikiri; 2) riigilõivu maksekorraldus; 3) väljatrükk Patendiameti kaubamärgibaasist kaubamärgi "Eesti Pagar+kuju" (reg nr 40626) kohta; 4) väljatrükkid AS Eesti Pagar koduleheküljelt toodete pakendite kohta; 5) väljavõte ACNielsen'i uuringust; 6) väljavõte Eesti Kaubamärgilehest 11/2006 kaubamärgi "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+kuju" (taotlus nr M200501308) kohta; 7) väljavõte WIPO käsiraamatust "Introduction to Trademark Law and Practice. Basic Concepts"; 8) kopiaid vaidlustusavaldusest ja lisadest.

23. aprillil 2007.a esitas taotleja (esindaja patendivolinik Villu Pavelts) vaidlustusavaldusele vastuse. Taotleja vaidles vaidlustusavaldusele vastu.

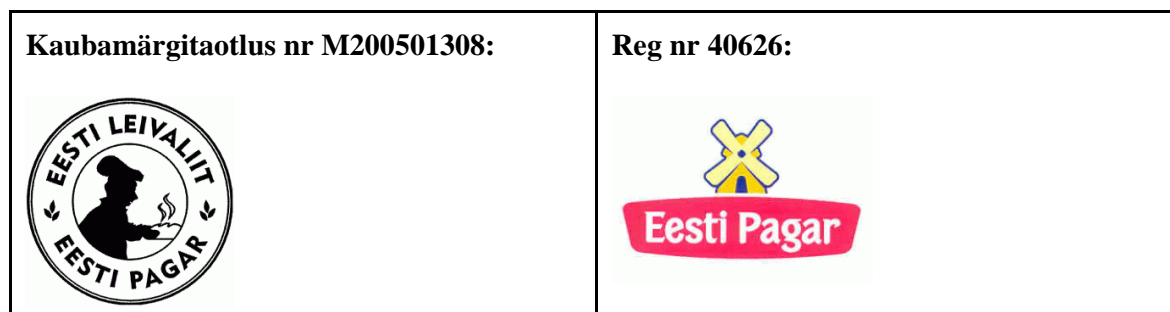
Esiteks teavitab patendivolinik, et vaidlustatud kaubamärgil „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ on kaks taotlejat: Eesti Leivaliit ja Eesti Pagarite Selts. Lisatud on väljatrükk Patendiameti kaubamärkide andmebaasist (taotleja vastuse lisa 1). Patendibüroo LASVET esindab mõlemat taotlejat (volikirjad lisatud) ning käesolev vastus sisaldab mõlema taotleja seisukohti.

Patendiameti otsus on õige ja seaduslik. Oma seisukohta põhjendatakse alljärgnevana.

KaMS § 11 lg 1 p 1 kohaselt on varasem märk kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem või, punkti 2 järgi, registreeritud kaubamärk, kui taotluse kuupäev on varasem. Vaidlust ei ole, et AS-i Eesti Pagar kaubamärk „Eesti Pagar + kuju“ (reg nr 40626) on varasem kui vaidlustatud kaubamärk „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“. Kuid kaubamärgitaotlejatele jääb selgusetuks vaidlustaja kaubamärgi „Eesti Pagar + kuju“ (reg nr 40626) üldtuntuks tunnistamise vajadus käimasoleva menetluse raames. Vaidlustaja kaubamärk reg nr 40626 ning kaubamärk, mille üldtuntuks tunnistamist taotletakse, on täielikult identsed. Kuna vaidlustaja märk „Eesti Pagar + kuju“ juba omab registrisse kantud kujul õiguskaitset läbi registreeringu nr 40626, siis apellatsioonikomisjonil puudub vajadus ja ei ole otstarbekas hinnata registreeritud kaubamärgiga identse kaubamärgi üldtuntust, kuna vaidlustaja varasema kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluse (KaMS § 12 lg 1) osas ei anna antud kaubamärgi üldtuntuks lugemine midagi juurde.

Seetõttu puudub ka taotlejal vajadus esitada seisukoht kaubamärgi „Eesti Pagar + kuju“ (reg nr 40626) üldtuntuse kohta.

Antud asjas võrreldavad kaubamärgid on:



On ilmne, et kaubamärgid on piisavalt erinevad. Ainukeseks ühisosaks on, millele ka vaidlustaja on viidanud, et taotletav kaubamärk ja varasem kaubamärk sisaldavad sõnade kombinatsiooni "Eesti Pagar".

Nimetatud sõnade kombinatsioon "Eesti Pagar" koosneb geograafilisest nimetusest "Eesti" ja leiva-saiatoodete valmistaja nimetusest "Pagar". Mõlemad sõnad on klassi 30 kaupade suhtes tavapärased ja kirjeldavad. Sõna "pagar" all mõistetakse leiva-saiatoodete valmistajat nii inimese kui ka ettevõtte (pagariäri) tähenduses (allikas: Eesti Kirjakeele Seletussõnaraamat, vt lisa 2).

Antud juhul on ühe kaubamärgitaotleja - Eesti Pagarite Seltsi (reg kood 80080022) liikmeteks füüsilistest isikutest pagarid ning teise kaubamärgitaotleja - Eesti Leivaliidu liikmete seas juriidilistest isikutest pagarid, kelledest osa kasutab sõna "pagar" ka oma ärinimes. Otsing äriregistri teabesüsteemis andis tulemuseks arvukalt nimetusi, mis sisaldavad sõna "pagar" (Liivimaa Pagar, Loiri Pagar, Kivi Pagar, Nasva Pagar, Karksi Pagar, Viru Pagar jne), mis näitab, et tegemist on tavapärase tähisega klassi 30 kuuluvate kaupade tootmise valdkonnas (lisa 3). Ka ei saa olla kahtlust, et sõna "Eesti" on tavapärane keelekasutuses ja äritegevuses.

Kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p 2, 3 ja 4 kohaselt ei saa õiguskaitset tähis, millel puudub a) eristusvõime; b) mis koosneb üksnes kaupade või teenuste liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aega või kaupade või teenuste teisi omadusi näitavatest või muul viisil kaupa või teenust kirjeldavatest tähistest või andmetest, c) mis koosneb üksnes tähistest või andmetest, mis on muutunud tavapäraseks keelekasutuses või heauskses äripraktikas. Sama paragrahvi lõike 3 kohaselt loetakse ülaltoodud punktides nimetatud tähise kasutamisel kaubamärgi koosseisus see tähis kaubamärgi mittekaitstavaks osaks.

KaMS § 16 lg 1 sätestab ainuõiguse piirangud. Nimetatud sätte p 2 kohaselt ei ole kaubamärgiomanikul õigust keelata kauba või teenuse liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aega või kaupade või teenuste teisi omadusi näitavatest või muul viisil kaupa või teenust kirjeldavatest tähistest või andmetest või eelnimetatud tähistest või andmetest, mida ei ole oluliselt muudetud, koosnevaid tähistusi; ja p 3 kohaselt tähiseid või andmeid, mis on muutunud tavapäraseks keelekasutuses või heauskses äripraktikas.

Patendiamet on oma praktikas korduvalt avaldanud seisukohta, et kahe tavapärase ja/või kirjeldava tähise kombinatsioon ei anna kokku kaitstavat tervikut. Antud juhul näitab klassi 30 toodete suhtes tavapärastest ja kirjeldavatest sõnadest "Eesti" ja "pagar" kombinatsioon "EESTI PAGAR", et tegemist on Eestis asuva leiva-, saia jm pärmitainatoodete valmistajaga ning seega vastavate klassi 30 kaupade suhtes eristusvõimetu ja tavapärase tähisega, mille kasutamise ainuõigust ei saa anda ühele ettevõttele. Olukorras, kus turul konkureerivad mitu isikut, kes kõik asuvad Eestis ja tegelevad pagaritoodete valmistamisega, peab olema võimalik igäühel neist nimetada end Eesti pagariks, st Eestis asuvaks pagaritoodete valmistajaks ja oma kaupu iseloomustada kui Eesti pagari ehk Eestis asuva pagaritoodete valmistaja poolt tehtuid.

Tulenevalt eeltoodust ei anna varasem kaubamärgiregistreering nr 40626 "Eesti Pagar + kuju" ainuõigust tähise "EESTI PAGAR" kasutamiseks. Arvestades sõnade kombinatsiooni "EESTI PAGAR" eristusvõimetut, kirjeldavat ning tavapärast olemust, ei ole võimalik olukord, kus nimetatud tähise kasutamiseks oleks ühel isikul monopoolne õigus. Kirjeldatud olukord piiraks vaba ettevõtlust ja konkurentsi.

Seega ei ole oluline, et mõlemad kaubamärgid sisaldavad sõnade kombinatsiooni "Eesti Pagar", kuna see on eristusvõimetu, kirjeldav ja tavapärane kombinatsioon.

KaMS § 16 lg 1 p 1 piirab kaubamärgiomaniku õigust keelata teistel isikutel kasutada nende isikute nimesid. Kaubamärgitaotleja Eesti Pagarite Selts nimes sisaldub vastavas käändes sõnadekombinatsioon "Eesti Pagar". Eesti Pagarite Selts, mis koondab Eestis tegutsevaid füüsilistest isikutest pagareid, asutati juba aastal 1999, s.o oluliselt varem, kui vaidlustaja muutis oma ärinime AS-ist ETK LEIB AS-iks Eesti Pagar ja võttis kasutusele kaubamärgi reg nr 40626. Eelnevast tulenevalt ei saa vaidlustusavalduse esitaja keelata Eesti Pagarite Seltsil sõnade kombinatsiooni EESTI PAGAR sisaldava tähise kasutamist ja registreerimist.

Kõike ülaltoodut silmas pidades ei saa õigeaks pidada vaidlustaja väidet, et tähis "Eesti Pagar" ja selle tähendus seondub üksnes AS-iga Eesti Pagar. Nagu ülal märgitud, tähendab "Eesti Pagar" Eestis asuvat/tegutsevat leiva- ja saiatoodete valmistajat. Eestis asub ja tegutseb arvukalt füüsilisest ja juriidilisest isikutest pagareid, kes kõik on Eesti pagarid. Jääb arusaamatuks, miks peaks kõik Eesti pagarid (nii füüsilised kui juriidilised isikud) seonduma AS-iga Eesti Pagar. Ka varasemalt asutatud Eesti Pagarite Selts ei seondu AS-iga Eesti Pagar. Toidumesside raames on enne kaubamärgi "Eesti Pagar + kuju" kasutuselevõttu korraldatud "Eesti pagarite meistrivõistlusi", mis samuti ei seondu üksnes AS-iga Eesti Pagar (lisa 4).

Vastuses palutakse jätta vaidlustusavaldus täielikult rahuldamata.

Vastusele on lisatud: 1) väljatrükk Patendiameti kaubamärkide andmebaasist; 2) väljavõte Eesti Kirjakeele Seletussõnaraamatust, IV köide 1. vihik; 3) Äriregistri teabesüsteemi otsingu tulemused; 4) väljatrükk internetist - Eesti pagarite meistrivõistluste 2002.a tulemused; 5) volikirjad

08.mai 2007.a. esitas vaidlustaja oma täiendavad seisukohad ja tõendid.

AS Eesti Pagar tugines vaidlustusavalduses asjaolule, et alates 2004.a veebruarist on AS Eesti Pagar kõiki oma tooteid turustanud kaubamärgi "Eesti Pagar" all. Kaubamärgi üldtuntuse kinnitamiseks esitas vaidlustaja täiendavaid tõendeid ja asjaolusid.

Vaidlustusavalduses toodud kaubamärgi kasutamise näidetena esitas vaidlustaja järgnevad pakendid:

1. Eesti Pagari batoonsai (Lisa 1)
2. Eesti Pagari Õnne sepik (Lisa 2)
3. Eesti Pagari Õnne teraleib (Lisa 3)
4. Eesti Pagari Õnne kohupiimaga sai (Lisa 4)
5. Eesti Pagari Õnne sai (Lisa 5)
6. Eesti Pagari Kodupaiga rukkileib (Lisa 6)
7. Eesti Pagari Kodukandi rukkileib (Lisa 7).

Kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" kasutusele võtmist 2004.a alguses tõendavad lisaks veel järgmised asjaolud ja dokumendid:

1. 23.02.2004.a pakkumine Rimi Eesti Food AS'ile (Lisa 8)
2. Eesti Pagari Õnne T-särkide 03.03.2004 (Lisa 9) ja 31.05.2004 (Lisa 10) arved, foto Eesti Pagari Õnne T-särgist (Lisa 11), 24.11.2004.a toimunud vaheloosimise protokoll (Lisa 12), väljatrükk Eesti Pagari kodulehelt võitjate kohta (Lisa 13), T-särgile järele tulnute kinnitus kättesaamise kohta (Lisa 14).
3. Eesti Pagari 13.06.2005.a pressiteade (Lisa 15)

Kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" kasutusele võtmist 2004.a ja laialdast kasutamist kinnitavad ka järgmised dokumendid:

1. 10.06.2004.a kookide hinnakiri (Lisa 16)
2. 01.09.2004.a klientidele saadetud hinnakiri (Lisa 17)
3. 01.10.2004.a klientidele saadetud hinnakiri (Lisa 18)

Vaidlustaja viitas juba vaidlustusavalduses, et vastavalt ACNielsen'i poolt läbi viidud uuringule oli AS Eesti Pagar (endine ETK leib) toodete turuosa nii 2004.a kui ka 2005.a suuruselt teine Eestis. AS Eesti Pagar kasutas ja kasutab jätkuvalt kaubamärki "Eesti Pagar+ kuju" kõikidel oma toodetel, mistõttu oli selle kaubamärgiga tähistatud saia- ja leivatoodete turuosa nii 2004.a kui ka 2005.a samuti suuruselt teine Eestis.

Kaubamärgitaotleja on asunud seisukohale, et kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" üldtuntus ei oma käesolevas asjas tähtsust, kuna vaidlustajale kuulub niikuinii registreeritud kaubamärk nr 40626. Vaidlustaja sellise seisukohaga ei nõustu.

Kaubamärgitaotleja on viidanud asjaolule, et sõnade kombinatsioon "Eesti Pagar" koosneb geograafilisest nimetusest "Eesti" ja leiva-saiatoodete valmistaja nimetusest "Pagar", mistõttu on klassi 30 kaupade suhtes tavapärased ja kirjeldavad. Kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" taotlus esitati 29. jaanuaril 2004.a, s.t sisuliselt üheaegselt kaubamärgi kasutusele võtmisega, mistõttu KaMS § 9 lg 2 ei olnud registreeritud kaubamärgi puhul kohaldatav. Samas ei välista kaubamärgiseadus, et kaubamärgiomanikule võiksid üheaegselt tuleneda õigused registreeritud kaubamärgist ja registreeritud kaubamärgiga identsest üldtuntud kaubamärgist. Kuivõrd üldtuntud kaubamärgist tulenevad õigused on laiemad kui registreeritud kaubamärgist tulenevad, oleks põhjendamatu ja ebaloogiline mõttekäik, mille kohaselt kaubamärgi registreerimine välistab kaubamärgi üldtuntusele tuginemise, tingides seeläbi iseenesest üldtuntud kaubamärgile kitsama kaitse.

Ilmselt oli kaubamärk "Eesti Pagar+ kuju" kasutamise tulemusel muutunud üldtuntuks kaubamärgi "EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR+ kuju" taotluse esitamise hetkeks 14. oktoober 2005.a. Kaubamärgiseaduse § 9 lg 2 kohaselt ei kohaldata üldtuntud kaubamärgi puhul § 9 lg 1 punktides 2-4 sätestatud, st kirjeldavus või tavapärusus ei välista õiguskaitse tekkimist kui tegemist on üldtuntud kaubamärgiga. Eeltoodust tulenevalt on üldtuntud kaubamärgil "Eesti Pagar+ kuju" kaitse all ka sõnaline osa. Vaidlustajal on seega ainuõigus kasutada tähist "Eesti Pagar+ kuju" kaubamärgina ning ühtlasi keelata tähise "Eesti Pagar+ kuju" ja sellega sarnaste tähiste kasutamist kaubamärgina. Kuivõrd kaubamärgi "Eesti Pagar+ kuju" domineeriv osa on sõnaline, on kindlasti vaidlustajal õigus keelata oma kaubamärgi domineeriva osa kasutamist teistes kaubamärkides. Vaidlustaja mõonab, et üldtuntust kaubamärgist tulenevate õiguste kohaselt saab ta keelata üksnes tähise "Eesti pagar" kasutamist kaubamärgina, mitte aga muus kontekstis, millele vaidlustaja tegelikult ei pretendeerigi.

Lisaks eeltoodule on kaubamärgi tuntus oluline ka registreeritud kaubamärgi ja taotletava kaubamärgi äravahetamise tõenäosuse hindamisel. Nimelt on Euroopa Kohus 09.01.2003.a eelotsuses (Davidoff & Cie SA & Zino Davidoff SA v Gofkid Ltd, C-292/00) asunud seisukohale, et liikmesriigid võivad võimaldada erilist kaitset registreeritud kaubamärkidele, millel on maine, juhul kui hilisemat kaubamärki, mis on registreeritud kaubamärgiga identne või sarnane, kavatakse kasutada või kasutatakse kaupade ja teenuste tähistamiseks, mis on registreeritud kaubamärgi kaupade või teenustega identsed või sarnased. Euroopa Kohus on 23.11.2003.a eelotsuses (Adidas- Salomon AG, Benelux BV v. Fitnessworld Trading Ltd, C-408/01) kinnitanud eelnevat seisukohta ning märkinud täiendavalt, et liikmesriigid on kohustatud tagama registreeritud kaubamärgile, millel on eriline maine, erilise kaitse nii juhuks kui registreeritud kaubamärgiga sarnast tähist kasutatakse teist liiki kaupade ja teenuste tähistamiseks ning seeläbi kasutatakse ära või kahjustatakse kaubamärgi eristusvõimet või mainet kui ka juhuks kui teist tähist kasutatakse samaliigiliste kaupade ja teenuste tähistamiseks. Seejuures ei eelda see kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse esinemist, vaid piisab sellest, kui kaubamärkide sarnasuse tõttu tarbijad üksnes seostavad kaubamärke.

Vaidlustaja jääb oma taotluse juurde lugeda kaubamärk "Eesti Pagar+ kuju" üldtuntuks, kuivõrd see on oluline nii vaidlustajale kuuluva ainuõiguse ulatuse määramisel (ainuõigus ulatub ka sõnadele "Eesti Pagar") kui ka tingimuste osas, mis peavad olema täidetud kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks.

18.juulil 2008.a. esitas vaidlustaja lõplikud seisukohad. Ta jäi varem esitatud väidete juurde ja palus vaidlustusavaldus rahuldada.

Taotleja esitas lõplikud seisukohad 21.augustil 2008.a, ta jäi varem esitatud seisukohtade juurde.

Uute väidetenä on esitatud:

Vaidlustusavalduse esitaja on asunud seisukohale, et kaubamärk „Eesti Pagar + kuju“ on muutunud üldtuntud kaubamärgiks KaMS § 7 mõttes ning seda kaubamärgi „Eesti Leivaliit Eesti Pagar + kuju“ taotluse sisseandmise ehk 14.10.2005 seisuga. Eesti Pagarite Selts ja MTÜ Eesti Leivaliit soovivad märkida, et siia maani pole vaidlustusavalduse esitaja tõendanud enda kaubamärgi „Eesti Pagar + kuju“ üldtuntust (k.a. 8. mai 2007a. kirja lisad), tõendatud on vaid asjaolu, et kaubamärgi „Eesti Leivaliit Eesti Pagar + kuju“ taotluse sisseandmise seisuga eksisteerisid tooted, millel oli kujutatud tähis „Eesti Pagar + kuju“. KaMS § 7 lg 4 kohaselt on üldtuntuse tunnistamiseks vajalik, et valdav enamus vähemalt ühte KaMS § 7 lg 1 p-s 1 kirjeldatud sektorisse kuuluvatest isikutest tunneb antud kaubamärki. Vaidlustusavalduse esitaja 08.05.08 kirja lisa 8 näol on tegemist tekstitabeliga, pealkirjaga '...pakkumine...' ning sisaldab endas mõningast infot (toote nimetus, kood, kaal jne), kuid ei tõenda kaubamärgi üldtuntust KaMS § 7 lg 3 p 1 mõttes. Märgitud kirja lisad 1-7 (fotod pakenditest) kinnitavad vaid, et tähis 'Eesti Pagar + kuju' on antud toodetel kujutatud väga väikeselt, domineerivateks elementideks on sõnad 'ÕNNE...' või BATOONISAI või 'KODU...', kuid mitte 'Eesti Pagar + kuju', ka antud lisad ei kinnita asjaolu, et vaidlustaja tähis oli üldtuntud KaMS § 7 mõttes, kuna tegemist on, nagu mainitud, vaid kilepakendite fotodega. Lisade 17-18 (hinnakirjad) näol on samuti tegemist tabelitega, kus on välja toodud küll mõningane info, kuid antud andmed ei ole tõendiks kaubamärgi üldtuntusest. Lisad 9-14 (T-särgi kampaaniaga seotud materjal) ei kinnita, et kaubamärki tunneb enamus KaMS § 7 lg 3 p-s 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest, seda enam, et tähis 'Eesti Pagar (+kuju)' on nimetatud T-särgil kujutatud vaid väga väikeses vormis. Särgi rinnutisel asetseb suur tähis, mis koosneb päikesest ning sõnalistest elementidest 'õne • särk • Õnesärgis ei pruugi sündida igäüks, Õne Leiba aga jätkub kõigile', 'õlal' (st suhteliselt kõrvalises kohas) kujutatud märk „Eesti Pagar + kuju“ on eelmainitud hinnanguliselt 15 korda väiksem. Eeltoodust tulenevalt leiavad taotlejad, et antud T-särk (ning selle kampaania) tutvustas tarbijatele tähist 'Õne Leib', kuid mitte kaubamärki „Eesti Pagar + kuju“, eeltoodut kinnitab ka vaidlustusavalduse esitaja enda poolt lisatud pressiteade (lisa 15), millest nähtub, et tänu kampaaniale suurenes vaid Õne-seeria toodete müük, millel, nagu eelpool viidatud, on kujutatud vaidlustusavalduse esitaja kaubamärk vaid väga väikeses vormis.

Võttes arvesse kõike eeltoodut, leiavad taotlejad, et vaidlustusavalduse esitaja tähise „Eesti Pagar + kuju“ näol ei ole tegemist tähise, mida oleks tundnud valdav enamus Eestis kaubamärgiga „Eesti Pagar + kuju“ tähistatud kaupade või analoogiliste kaupade tegelikke ja võimalikke tarbijaid, valdav enamus nende kaupade jaotusvõrgus tegutsevatest isikutest või valdav enamus isikutest, kes töötavad antud kaubamärgiga tähistatavate kaupadega tegelevas äri sektoris.

Samuti leiti, et vaidlustusavalduses on jäetud kõrvaldamata puudujäägid.

Vaidlustusavalduse lisa 5 näol on tegemist võõrkeelse tõendiga. Taotlejad viitavad siinkohal tööstusomandi apellatsioonikomisjoni põhimäärusele § 4 l-le 1, mille kohaselt on apellatsioonikomisjoni töökeeleks eesti keel. Sama paragrahvi lg 2 kohaselt esitatakse dokumendid, mis ei ole eesti keeles (st võõrkeeles), koos eestikeelse tõlkega. Lähtudes eeltoodust ning asjaolust, et vaidlustaja pole esitanud nimetatud materjali eestikeelset tõlget, tuleb jätta antud tõend tähelepanuta ning seda otsuse tegemisel mitte arvesse võtta

Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas 10.septembril 2008. a.

Komisjoni seisukohad ja otsus

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

MTÜ Eesti Leivaliit esitas Patendiametile taotluse kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ registreerimiseks 14.oktoobril 2005.a klassis 30 loetletud kaupade suhtes - *kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja muud teraviljasaadused ning -tooted; pagaritooted; riivisai; leib, sai; leiva- ja saiatooted, kuklid, sepikud, koogid, sh kaalukoogid, keeksid, biskviidid, pirukad, pitsad, saiakesed, vahvlid, kondiitritooted, küpsised ja maiustused; tordi-, koogi- ja keeksipulbrid ning teised sarnased tooted, mis kuuluvad klassi 30; koogimaitseained ning klassi 30 kuuluvad pagari- ja kondiitritoodete kaunistamise materjalid; tainad ja tainakergitusained; mesi, siirup; pärm, küpsetuspulber; sool, sinep; äädikas, vürtsikastmed; vürtsid.*

Kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ registreerimise otsuse tegi Patendiamet 18. septembril 2006. a. ja kaubamärk avaldati Kaubamärgilehes nr 11/2006. 17.aprillil 2007.a. esitas MTÜ Eesti Leivaliit oma esindaja patendivolinik Villu Paveltsi kaudu Patendiametile avalduse, milles palus märkida kaubamärgi kaastaotlejaks Eesti Pagarite Seltsi ning väljastada taotlejale vastav teade. 17.aprillil 2007.a teatas Patendiamet, et kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ (taotlus M20050138) kaastaotlejaks on loetud Eesti Pagarite Selts. Tulenevalt KaMS § 45 võib taotleja kuni registreeringu või kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse tegemiseni teha taotlusesse parandusi ja täiendusi, mis ei muuda taotluse esitamise kuupäeval selles esitatud kaubamärgi reproduktiooni ega laienda kaupade ega teenuste loetelu. Käesoleval juhul ei ole Patendiamet seni keelduvat otsust teinud ja vaidlustatud kaubamärk ei ole registrisse kantud (s.o puudub kaubamärgi registreering). Alates 17.04.2007 on seega kaastaotlejaks Eesti Pagarite Liit.

Vaidlustaja leiab, et võttis oma kaubamärgi Eesti Pagar kasutusele 2004.aasta alguses ja taotleja poolt kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise päeva seisuga (14.10.2005) oli tema varasem registreeritud kaubamärk üldtuntud ning vaidlustatud kaubamärgi registreerimine 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.

KaMS § 11 lg 1 p 2 kohaselt loetakse varasemaks kaubamärgiks registreeritud kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikuupäev on varasem ning KaMS § 11 lg 1 p 1 kohaselt varasem kaubamärk on kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem.

KaMS § 5 lg 1 p 1 kohaselt saab õiguskaitse kaubamärk, mis on üldtuntud Eestis tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni (RT II 1994, 4/5, 19) artikli 6 *bis* tähenduses.

Pariisi konventsiooni artikli 6 *bis* 1 kohaselt kohustuvad Liidu liikmesriigid *ex officio*, kui antud riigi seadused seda lubavad, või asjast huvitatud isiku taotlusel tagasi lükkama või kehtetuks tunnistama ja keelama kaubamärgi tarvitamise, kui märk kujutab endast teise märgi taasesitust, jäljendit või tõlget, mis võib põhjustada tema äravahetamist, kuivõrd registreerimis- või kasutusriigi pädev organ tunnistab, et märk on selles riigis üldtuntud kui käesoleva konventsiooni eesõigusi kasutava isiku märk ja seda tarvitatakse samasuguste või sarnaste toodete jaoks. Käesolev säte laieneb ka juhtudele, kus märgi oluline osa kujutab endast niisuguse üldtuntud märgi taasesitust või jäljendit, mis võib põhjustada äravahetamist teise märgiga.

Tulenevalt KaMS § 7 lõigetest 2 kuni 5 loeb apellatsioonikomisjon kaubamärgi üldtuntuks ainult seoses Patendiameti otsuse peale esitatud kaebuse või kaubamärgi kaitstavus-alase

vaidlustusavalduse lahendamise ja üldtuntuse tunnistamisel arvestatakse muuhulgas kaubamärgi:

- 1) tuntuse astet Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas äriktoris;
- 2) kasutamise ja tutvustamise kestust ja ulatust ning kaubamärgi geograafilist levikut;
- 3) registreerimist, kasutamist ja üldtuntust teistes riikides;
- 4) hinnangulist väärtust.

Üldtuntuse tunnistamiseks piisab, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte käesoleva paragrahvi lõike 3 punktis 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Kaubamärgi üldtuntuse tunnistamine ei oma õigusjõudu hilisemates vaidlustes.

Komisjon ei nõustu taotleja väitega, et vaidlustusavalduses esinevad puudused. Tulenevalt TÕAS § 41 dokumendid, mis ei ole eesti keeles, esitatakse apellatsioonikomisjonile käesoleva seaduse § 9 lõike 3 kohaselt koos eestikeelse tõlkega. TÕAS § 9 lg 3 kohaselt esitab isik dokumendi eestikeelse tõlke komisjoni nõudel. Vaidlustusavalduse lisa 5 näol on tegemist väljavõttega ACNielseni tabeli kujul tehtud uuringust. Komisjon ei pidanud vajalikuks nõuda eestikeelse tõlke esitamist, sest osaliselt on dokument eesti keeles. Muus osas on uuringus kasutatud selliseid ingliskeelseid sõnu nagu TOP, BRAND, MARKET, MANUFACTURER, TOTAL, VALUE jms. Tegemist on terminitega, mida tavapäraselt ja eriti uuringutes kasutatakse ingliskeelsetena ning need sõnad on arusaadavad ja ei vaja käesoleval juhul täiendavat tõlget.

Samuti juhib komisjon taotleja tähelepanu sellele, et kuigi nii vaidlustusavaldus koos lisadega kui ka vaidlustaja täiendavad tõendid oli esitatud taotlejale rohkem kui aasta tagasi, tuli taotleja uute väidete ja väljalükkedega välja alles oma 21.08.2008 lõplikes seisukohtades. TÕAS § 54¹ lg 4 kohaselt võib lõplikes seisukohtades viidata üksnes asjaoludele, mis kirjalikes seisukohtades esile toodi, ja tõenditele, mis olid enne lõplike seisukohtade esitamise ettepaneku tegemist apellatsioonikomisjonile esitatud.

Pooled ei vaidle selle üle, et võrreldavad kaubamärgid tähistavad identseid või samaliigilisi kaupu klassis 30.

Komisjon nõustub vaidlustaja seisukohaga, et tema kaubamärk „Eesti Pagar“ muutus üldtuntuks vaidlustatud kaubamärgi esitamise ajaks. Iseäranis vähe kahtlust selles jätab komisjonile esitatud ACNielseni uuring. Taotlejad MTÜ Eesti Leivaliit ja Eesti Pagarite Selts esindavad ühingu, kuhu on koondunud vaidlustusavalduse esitaja konkurendid. Kõik need isikud tegutsevad sisuliselt samas valdkonnas ning ühel või teisel moel on seotud toiduaine- ja pagaritööstusega. AS Eesti Pagar eelkäijaks oli AS ETK Leib, mis 2004.aastal oli Eesti mastaabis suuretevõtte. Äriregistri on-line teabesüsteemi andmetel 2000.aastaks AS-ga ETK Leib ühinesid AS Saile, AS Jõgeva ETK Leib, AS ETK Võru Leib, AS ETK Valga Leib, AS ETK Räpina Leib. Samuti äriregistri andmetel oli AS ETK Leib 2003.aastal käive üle 152 miljoni krooni, 2004.aastal üle 187 miljoni krooni ja 2005.aastal üle 222 miljoni krooni. AS ETK Leib müüs igapäevaselt tarbitavat kaupa – leiba, saia ja muid toidukaupu. Võib järeldada, et 2004, 2005 aastal oli sisuliselt iga Eesti elaniku laual vaidlustaja toodang. Suure ettevõtte puhul uue kaubamärgi turule toomine äratav tavapäraselt rohkem tähelepanu, seda enam, kui kaubamärgiga tähistatakse igapäevaselt kasutatavaid (toidu)kaupu. Vaidlustaja poolt esitatud tõendid piisavalt kinnitavad, et 14.oktoobriks 2005.a oli kaubamärk Eesti Pagar laialdase müügi ja reklaamikampania tulemusel muutunud Eesti tarbijale üldtuntuks.

Kuna taotlejatega seotud isikud tegutsevad sisuliselt vaidlustajaga samas valdkonnas ning ühel või teisel moel on seotud toiduaine- ja pagaritööstusega (ehk sama jaotusvõrguga ja äriktoris), siis 14.oktoobril 2005.a. kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“

registreerimistaotluse esitamise ajal pidid nad olema teadlikud kaubamärgi „Eesti Pagar“ olemasolust ja üldtuntusest. Taotlejate näol on tegemist KaMS § 7 lg 3 p 1 nimetatud isikutega.

Komisjon nõustub taotlejate väidetega, et sellised sõnad nagu Eesti, Leivaliit, Pagar on oma olemuselt nõrga eristusvõimega. Samas tuleb arvestada, et kaubamärk „Eesti Pagar + kuju“ oli muutunud üldtuntuks, mistõttu saab käesoleval juhul rääkida vaidlustaja kaubamärgi omandatud eristusvõimest.

Apellatsioonikomisjon ei nõustu taotlejate seisukohaga, et kaubamärgi „Eesti Pagar + kuju“ üldtuntus on asjassepuutumatu, kuna tegemist on sama kaubamärgiga, mis on taotleja nimele registreeritud ning seetõttu ei anna kaubamärgi üldtuntus vaidlustaja seisukohtadele midagi juurde. Varasema kaubamärgi üldtuntusest võib tuleneda suurem kaubamärkide äravahetamise ja assotsieerumise tõenäosus, s.t kaubamärgi üldtuntus on muuhulgas oluline KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude hindamisel. Lisaks vaidlustaja poolt osundatud Euroopa Kohtu praktikale on nimetatud kinnitanud Euroopa Kohus ka näiteks oma 11.11.1997 otsuses nr C-251/95 ning 22.06.1999 otsuses nr C-342/97. Käesoleval juhul ongi kaubamärkide „Eesti Pagar + kuju“ ning „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ äravahetamine ja assotsieerumine tõenäoline eelkõige just vaidlustaja kaubamärgi sõnalise osa omandatud tuntusest ning seega ka selle sõnapaari suuremast eristusvõimest tulenevalt.

Võrreldavates kaubamärkides domineerivaks osaks on sõnaline osa.

Vaidlustatud kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ koosseisus üldtuntud kaubamärgi sõnalise osa ‚eesti pagar‘ identne kasutamine teeb selle kaubamärgi assotsieeruvaks varasema üldtuntud kaubamärgiga „Eesti Pagar+ kuju“.

Vaidlustaja tähise üldtuntuse juures tuleb arvestada ka vaidlustaja enda tuntust ja tema head mainet. Kui juba 2004 oli vaidlustaja toodang läbimüügi osas teisel kohal ning 2005 aastal vaidlustaja aasta käive suurenes 70 miljoni krooni võrra, siis on alust arvata, et tarbija oli muutunud tähelepanelikuks vaidlustaja toodangu osas.

Vaidlustaja oli ja on suuretevõtte, alates 2006.aastast on tema ärinimi AS Eesti Pagar, üldtuntud tähise „Eesti Pagar + kuju“ koosseisus oleva sõnaühendi ‚eesti pagar‘ kasutamisel teise samas jaotusvõrgus ja äri sektoris tegutsevate isikute kaubamärgi koosseisus on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Mis puudutab taotleja argumenti, et sõnaühend Eesti Pagar muuhulgas viitab ühe taotleja, s.o mittetulundusühingu Eesti Pagarite Selts nimele, millest tulenevalt omakorda ei ole vaidlustajal õigust sõnaühendit Eesti Pagar sisaldava tähise kasutamist ja registreerimist keelata, peab komisjon vajalikuks märkida järgmist. Asjaolu, et kaubamärgis korratakse sõnu, mis on kasutusel ka kaubamärgitaotleja nimes, ei ole iseenesest kaubamärgi registreerimise õigustus. See ei saa olla põhjuseks kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude hindamata jätmiseks või tingimuslikuks hindamiseks, mis sisuliselt tähendaks varasema kaubamärgi omaniku ainuõiguse põhjendamatu kitsendamist. Tööstusomandi seadused ei näe kaubamärgi registreerimist välistavate asjaolude hindamisel ette erikohtlemist isikuile, kes soovivad registreerida oma nimesid (osaliselt) kordavaid kaubamärke.

Komisjon leiab, et esinevad KaMS § 7, § 10 lg 1 2, § 11 lg 1 p 1 ja p 2 ettenähtud alused vaidlustatud kaubamärgi registreerimise otsuse tühistamiseks.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 61 lg 1, § 41 lg 2 ja 3 komisjon,

o t s u s t a s:

rahuldada AS-i Eesti Pagar vaidlustusavaldus, tühistada Patendiameti 18. septembri 2006. a otsus nr 7/M20050138 kaubamärgi „EESTI LEIVALIIT EESTI PAGAR + kuju“ (taotlus M20050138) registreerimise kohta klassis 30 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

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

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada hagi kolme kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates.

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

Allkirjad:

E. Sassian

P. Lello

S. Sulsenberg