

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

**OTSUS nr 1166-o**

Tallinnas 27. mail 2010. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon (edaspidi komisjon), koosseisus Rein Laaneots (eesistuja), Priit Lello ja Harri-Koit Lahek, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku Marcela Beatriz Arancibia Barrios, aadress: Padina N0. 525, Jardin del Mar, Vina del Mal, Tšiili, (esindaja volikirja alusel patendivolinik Riina Pärn) vaidlustusavalduse rahvusvahelise kaubamärgi **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) registreerimise vastu klassides 29, 30 ja 31 CHIPS AB, aadress: Standgatan 6, Mariehamn, FI-22100, FI, nimele, mille kohta oli avaldatud teave Eesti Kaubamärgilehes nr 9/2008.

**Asjaolud ja menetluse käik**

Komisjonile laekus 31.10.2008. a vaidlustusavaldus välismaiselt juriidiliselt isikult Marcela Beatriz Arancibia Barrios (edaspidi vaidlustaja) Patendiameti otsuse kaubamärgile **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) Eestis õiguskaitse andmise kohta klassides 29, 30 ja 31 CHIPS AB (edaspidi taotleja) nimele täielikuks tühistamiseks.

Vaidlustusavalduse esitas patendivolinik Riina Pärn ja võeti menetlusse nr 1166 all.

Komisjoni esimees määras 13.11.2008. a vaidlustusavalduse nr 1166 eelmenetlejaks Rein Laaneots'a.

**Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult**

Vaidlustajale kuulub järgmine kaubamärk **KRYZPO** (reg nr 37991, taotl kuup 15.05.2002. a), mis on registreeritud klassides 29 ja 30 järgmiste kaupade suhtes:

klass 29: *liha, kala, linnuliha ja ulukiliha; lihaekstraktid; konservitud, kuivatatud ja keedetud puuvili ja köögivili; tarretised, keedised, puuviljakompotid; munad, piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad; puljongid, supid, supikogud ja puljongiained; juust; vorstid; kalatooted; marmelaad; kartulihelbed, kartulkrõpsud; puuviljakrõpsud; konservitud seened; töödeldud pähkliid;*

klass 30: *kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja muud teraviljasaadused, leib, sai, kondiitritooted ja maiustused, jäätis; mesi, siirup; pärm, küpsetuspulbrid; sool, sinep; äädikas, vürtsikastmed; vürtsid; jää; võileivad; pannkoogid; pitsad; raviolid; tacod; tortiljad; makarontooted; pirukad; jahust kondiitritooted; jahutooted ja jahutoidud; külmutatud jogurt; kört; röstitud mais; maisijahu; teraviljahelbed; popkorn; müsli; närimiskummi (v.a meditsiiniline), maiustused; šokolaad.*

Vaidlustusavaldusele on lisatud Patendiameti *on-line* andmebaasi väljavõtte vaidlustajale kuuluvast kaubamärgist (vt lisa 2).

Kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 11 lg 1 p 2 kohaselt on kaubamärk varasem, kui registreeritud kaubamärgi taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikoopäev on varasem. Viidatud vaidlustajale kuuluva kaubamärgi taotluse esitamise kuupäev on varasem võrreldes vaidlustatud rahvusvahelise kaubamärgi registreeringu kuupäevaga, sellest tulenevalt loetakse vaidlustajale kuuluvat kaubamärki varasemaks nimetatud kaubamärgiseaduse sätte tähenduses.

Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi **CRISPOS** registreerimise kohta on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2, mille kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tühistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga. KaMS § 10 lg 2 kohaselt

nimetatud õiguskaitset välistavat asjaolu ei arvestata, kui on olemas varasema kaubamärgi omaniku kirjalik luba. Vastavat luba aga väljastatud pole.

Vaidlustaja on seisukohal, et Patendiameti otsusega registreerida Eestis rahvusvaheline kaubamärk **CRISPOS** kaupade osas klassides 29, 30 ja 31 taotleja nimele võidakse kahjustada temale kuuluvaid varasemaid kaubamärgiõigusi, kuna vaidlustatav kaubamärk **CRISPOS** on sarnane vaidlustajale kuuluva varasema kaubamärgiga **KRYZPO** ning nimetatud vaidlustaja kaubamärgiga laieneb õiguskaitse identsetele ja samaliigilistele kaupadele klassides 29 ja 30.

Vaidlustaja on seisukohal, et kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses niivõrd sarnased kaubamärgid, et on tõenäoline nende kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi **CRISPOS** assotsieerumine varasema kaubamärgiga **KRYZPO**. Tuginedes antud kaubamärgiseaduse sättele, siis äravahetamiseni sarnasuse hindamisel saab piisavaks lugeda juba seda tõenäosust, et tarbijad võivad antud kaubamärgid ära vahetada, sh neis tekitada assotsiatsioone.

Võrreldavad kaubamärgid on alljärgnevad:

Varasem vaidlustaja kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk
<b>KRYZPO</b>	<b>CRISPOS</b>

Euroopa Kohtu seisukohti arvesse võttes, tuleb tarbijate poolt kaubamärkide äravahetamise tõenäosust hinnata üleüldiselt, võttes arvesse kõiki antud asjas tähtsust omavaid tegureid (vt nt otsust ühendatud asjas T-81/03, T-82/03, T-103/03 *Mast-Jägermeister AG v OHIM* [2006], p 72). Hinnates kaubamärkide visuaalset, foneetilist või kontseptuaalset sarnasust, siis peab antud üleüldine hinnang tuginema vaadeldavate kaubamärkide üldisele muljele, mida need kaubamärgid endas kätkevad, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid komponente (*ibid.*, p 73).

Kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** puhul on tegemist sõnamärkidega, kusjuures on tegemist küllaltki lühikeste sõnadega, kus iga täht omab teatavat kaalu. Kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** äravahetamist tarbijate poolt, sh nende assotsieeruvust põhjendab vaidlustaja järgmiste asjaoludega:

1) kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on foneetiliselt praktiliselt identsed, kuna sõna **KRYZPO** hääldub eesti keeles kui “krispo” ning sõna **CRISPOS** kui “krispos”. Seega erinevad võrreldavad kaubamärgid foneetilisest aspektist vaid kaubamärgis **CRISPOS** sisalduva viimase tähe S võrra. Antud asjaolu aga ei oma kaubamärkide hindamisel olulist tähtsust, kuna antud sõnad langevad kokku nende esiosades ning tarbija ei pruugi oma tavalise tähelepanelikkuse juures märgata ühetähelist erinevust kaubamärgi **CRISPOS** lõpus. Foneetiliselt on kaubamärgid ühepikkused, mõlemad omavad ühesugust silpide arvu **KRYZ-PO** vs. **CRIS-POS**, hääldusel on mõlemal juhul rõhuasetus sõnade teisel silbil. Seega on võrreldavad kaubamärgid foneetiliselt praktiliselt identsed, erinevus on vaid vaidlustatud kaubamärgi lõpptähes, kuid taoline erinevus pole piisav, et märkidevahelist äravahetamist välistada. Antud asjaolud muudavad võrreldavad tähised foneetiliselt äravahetamiseni sarnasteks ning assotsieeruvateks.

2) kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on ka üldmuljelt visuaalselt sarnased. Tähtede arvult on antud kaubamärgid peaaegu sama pikad, s.t ühel juhul on tegemist 6-tähelise sõnaga ning teisel juhul 7-tähelise sõnaga, milledest visuaalselt langevad kokku tähed R ja PO sõnade alguses ja lõpus. Täheldatav on ka mingil määral visuaalne sarnasus esitähedeks: K vs. C. Seega on tähised praktiliselt sama pikad, kuna antud sõnad jätavad ühesuguse pikkusega visuaalse mulje, ning tähised omavad kokkulangevaid identseid tähti sarnase positsioonilise asetusega. Turusituatsioonis on võimalik antud tähiseid ära vahetada, kuna tarbijad ei jäta meelde kõiki kaubamärgi komponente. Seega on tähised visuaalselt äravahetamiseni sarnased ning assotsieeruvad.

3) Vaidlustaja leiab, et semantilisest küljest lähtuvalt on võrreldavate kaubamärkide ühiseks tunnuseks see, et nad on tehissõnad, millel puudub tähenduslik erinevus. Kuna kumbki sõna eesti tarbijale mingit tähendust ei oma ning assotsiatsioon ei tekita, siis seetõttu ei ole võimalik võrreldavaid kaubamärke eristada ka nende semantilisest aspektist lähtuvalt.

Vaatamata mõningasele visuaalsele erinevusele, on ühiste tunnuste esinemine mõlemas kaubamärgis piisav, et tarbija, kes näeb neid kaubamärke üheskoos või eraldi, loob seose mõlema kaubamärgi vahel. Antud kaubamärkide üldist muljet arvestades on raske täheldada märkides sisalduvaid üksikuid visuaalseid erinevusi. Järelikult on antud tähised sedavõrd kokkulangevad, et on olemas tõenäosus kaubamärkide äravahetamiseks tarbija poolt, sh nende assotsieerumine.

Samas on Euroopa Kohus asunud seisukohale, et keskmine tarbija omab harva võimalust võrrelda erinevaid märke otseselt, sellest tulenevalt tuleb tal usaldada seda vigast mälu pilti, mille ta on jäädvustanud nendest tähistest oma meeltes (vt nt otsust asjas C-412/05 P *Alcon Inc. v OHIM, Biofarma SA* [2007], p 60). Kuna antud tähistel on kokkulangevus sedavõrd suur ning tarbijatel puudub võimalus üldjuhul märke üheaegselt vaadelda, kusjuures meelde jääb eelkõige märkide domineerivam ja eristusvõimelisem osa, siis sellest tulenevalt on olulised just märkide sarnasused ning antud sarnasused muudavad võrreldavad märgid teineteise suhtes sedavõrd sarnasteks, et on olemas tõenäosus kaubamärkide äravahetamiseks tarbija poolt, sh nende assotsieerumine.

Seega on vaidlustaja kaubamärk **KRYZPO** ning vaidlustatud kaubamärk **CRISPOS** sarnased, nii et on võimalik tarbijate poolne tõenäoline kaubamärkide äravahetamine, sh kaubamärkide assotsieerumine KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses.

KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise teiseks eelduseks on kaubamärkidega kaetud kaupade identsus või samaliigilisus. Samuti on Patendiamet oma otsustes korduvalt viidanud, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda suurem peab olema erinevus kaupade/teenuste vahel ning vastupidi. Sama põhimõtte on väljendatud Euroopa Kohtu otsuses asjas C-39/97 *Canon v MGM* [1998] (p 17).

Kuna kaubamärkide vaadeldavad sõnalised elemendid on äravahetamiseni sarnased, siis tulenevalt Patendiameti lähenemisest, varasemast praktikast antud vallas ning Euroopa Kohtu seisukohast peaksid vaadeldavate kaubamärkidega kaetud kaubad olema niivõrd erinevad, et ei toimuks tõenäolist kaubamärkide äravahetamist tarbijate poolt, sh nende assotsieerumist. Kuid antud juhul soovitakse vaidlustatud kaubamärgiga saavutada õiguskaitset identsete ja samaliigiliste kaupade osas.

Taotleja soovib Eestis saavutada õiguskaitset rahvusvahelise kaubamärgiga **CRISPOS** klassides 29, 30 ja 31 järgnevate kaupade osas:

*Class 29: Meat, fish, poultry and game; meat extracts; preserved, frozen, dried and cooked fruits and vegetables; jellies, jams, compotes; eggs, milk and milk products; edible oils and fats.*

*Class 30: Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee; flour and preparations made from cereals, bread, pastry and confectionery, ices; honey, treacle; yeast, baking-powder; salt, mustard; vinegar, sauces (condiments); spices; ice.*

*Class 31: Agricultural, horticultural and forestry products and grains not included in other classes; live animals; fresh fruits and vegetables; seeds, natural plants and flowers; foodstuffs for animals, malt.*

Vaidlustaja, omades õiguskaitset muuhulgas klasside 29 ja 30 päiste suhtes, ning kuna vaidlustatud rahvusvahelise kaubamärgiga soovitakse samuti saavutada õiguskaitset sealhulgas kaupade suhtes klassides 29 ja 30, hõlmates nimetatud klasside päised, on võrreldavate kaubamärkidega kaetud kaubad klassides 29 ja 30 identsed/samaliigilised.

Mis puudutab rahvusvahelise kaubamärgiga kaetud kaupade klassis 31, siis on vaidlustaja seisukohad antud asjaolude suhtes alljärgnevad.

KaMS § 12 lg 4 kohaselt ei oma kaupade ja teenuste liigitus Nizza klassifikatsiooni järgi tähendust kaupade ja teenuste samaliigilisuse määratlemisel.

Kaubamärkidega kaetud kaupade või teenuste samaliigilisuse analüüsimisel on Euroopa Kohus asunud seisukohale, et hinnates kaupade või teenuste samaliigilisust, tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid tegureid, mis iseloomustavad kaupade- või teenustevahelisi seoseid. Antud tegurid hõlmavad sealhulgas võrreldavate kaupade olemust, lõpptarbijaid ja kasutusviisi ning kas nad on üksteise suhtes konkureerivad või üksteist asendavad (vt Euroopa Kohtu otsust asjas nr C-39/97 *Canon*, p-d 19 ja 23). Samuti on Riigikohus 03.10.2007. a otsuses nr 3-2-1-86-07 selgitanud, et teenuste samaliigilisuse hindamisel tuleb arvestada kõiki kaupade ja teenustega seotud aspekte, sh nende olemust, nende lõpptarbijaid, nende kasutusviisi, kaubamärgi kasutamise tekkivaid assotsiatsioone, kaubamärkide ja kaupade (teenuste) sarnasuse astet ning kas need on üksteist asendavad või täiendavad. Piisab ka üksnes ühe tunnuse esinemisest, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada teenuseid samaliigilisteks. Samaväärset põhimõtet võib kohaldada ka kaupade suhtes.

Vaidlustaja leiab, et antud juhul tuleb hinnata, kas vaidlustatud rahvusvahelise kaubamärgiga kaetud kaubad klassis 31 on identsed või samaliigilised vaidlustajale kuuluva kaubamärgiga kaetud kaupadega klassides 29 ja 30, kusjuures piisavaks saab lugeda juba ühe loetletud tunnuse esinemist, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada kaupu samaliigilisteks. Samuti tuleb siinjuures arvestada asjaoluga, et antud juhul on tegemist laiatarbekaupadega, mille puhul on eksitusse sattumise tõenäosus veelgi suurem, kui see oleks eksklusiivsete ja kallite kaupade puhul.

Vaidlustatud kaubamärgiga soovitakse klassis 31 saavutada õiguskaitset kaupade osas:

*Põllumajandus-, aia- ja metsasaadused ning teraviljad, mis ei kuulu teistesse klassidesse; elusloomad; värsked puu- ja köögiviljad; seemned, looduslikud taimed ja lilled; sööt, linnased.*

Antud loetelu hõlmab klassi 31 päise, hõlmates kõik antud klassi kuuluvad kaubad.

Nizza klassifikatsiooni 9. redaktsiooni (Patendiamet, 2006) klasside loend koos selgitavate märkustega annab järgneva selgituse kõnealuste klassidega hõlmata kaupade kohta (vt lisa 3):

Klassi 29 kuuluvad peamiselt loomset päritolu toiduained, samuti tarbimiseks või konservimiseks ettevalmistatud köögiviljad ja muud aiasaadused.

Klassi 30 kuuluvad peamiselt tarbimiseks või konservimiseks ettevalmistatud taimset päritolu toiduained, samuti lisandid toidu maitseomaduste parandamiseks.

Klassi 31 kuuluvad peamiselt töötlemata põllumajandussaadused, elusloomad, taimed ja loomasööt. Antud juhul kõik klassi 31 kuuluvad kaubad omavad samasugust olemust nagu seda on klassidesse 29 ja 30 kuuluvatel kaupadel (olles taimset või loomset päritolu), paljudel juhtudel klassi 31 kuuluvad kaubad transformeeruvad töötlemise tulemusena klassi 29 ja klassi 30 kuuluvateks kaupadeks, asendades ning täiendades sellest tulenevalt antud kaupu (nt värsked marjad klassis 31 vs. kuivatatud, külmutatud marjad klassis 29 jne), võimalik on ka vastupidine olukord (nt klassi 31 klassifitseeritud kalasöödana, loomasöödana on kasutatavad paljud klassidesse 29 ja 30 kuuluvad kaubad; jahu klassis 30 vs. söödajahu klassis 31 jne). Samuti on võrreldavatel kaupadel ühesugune lõpptarbija (tavatarbija). Samas pakutakse tänapäeva kaubanduses klassi 31 kuuluvaid kaupu (nt lilled, seemned, looduslikud taimed, toaloomatoit, mitmesugused põllumajandus-, aia ja metsasaadused, teraviljad jne) samas müügikohas, kus pakutakse ka klassidesse 29 ja 30 kuuluvaid kaupu.

Vastavalt Euroopa Kohtu lahenditele tähendab tõenäoline kaubamärkide äravahetamine seda tõenäosust, et tarbija võib uskuda, et vaadeldavad kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või vastavalt olukorrale, majanduslikult seotud samalt ettevõtjalt (nt: Euroopa Kohtu lahend T-169/03 *Sergio Rossi v OHIM – SISSI ROSSI (SISSI ROSSI)* [2005], art 77).

Viidatud asjaoludele tuginedes võib kaubamärkidega kaetud võrreldavaid kaupu toota või antud valdkonna kaupadega tegeleda sama ettevõtte, ning sellest tulenevalt on nimetatud märkide äravahetamise ning assotsieerumise tõenäosus suur nii klassi 29 ja 30 kuuluvate kaupade osas, kui ka klassi 31 kuuluvate kaupade osas ning kaubamärgi **CRISPOS** registreerimine Eestis klassides 29, 30 ja 31 on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2.

Kuna vaidlustatud kaubamärgiga tähistatavad kaubad klassides 29, 30 ja 31 on identsed ja/või samaliigilised vaidlustajale kuuluva kaubamärgiga kaitstud kaupadega klassides 29 ja 30, siis leiab vaidlustaja, et seda enam peavad kaubamärgid olema erinevad. Kuid antud juhul, kui vaidlustatud rahvusvahelise kaubamärgi omanik kasutab või kavatses kasutada oma kaubamärki, mille koosseisus on varasemalt õiguskaitse saanud kaubamärgiga sarnane sõna **CRISPOS**, võib aset leida tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sh assotsieerumine, kuna erinevused võrreldavate kaubamärkide vahel on sedavõrd minimaalsed, s.o tarbijad võivad uskuda, et vaadeldavaid kaupu pakub ja müüb üks ja sama majandusüksus, ning seeläbi võidakse kahjustada vaidlustajale kuuluvaid varasemaid kaubamärgiõigusi.

Arvestades kõiki esitatud asjaolusid ja kuna rahvusvahelise kaubamärgi omanikul Soome äriühingul CHIPS AB puudub vaidlustusavalduse esitaja kirjalik luba kaubamärgile **CRISPOS** õiguskaitse saavutamiseks Eestis, palub vaidlustaja tühistada KaMS § 10 lg 1 p 2 ja § 41 lg 2 alusel Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi **CRISPOS** (reg nr 0927656) registreerimise kohta klassides 29, 30 ja 31.

Vaidlustusavaldusega esitatud lisad:

1. Väljavõte Eesti Kaubamärgilehest nr 9/2008 ja Patendiameti elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi **CRISPOS** (reg nr 0927656) kohta.
2. Väljavõte Patendiameti elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi **KRYZPO** (reg nr 37991) kohta.
3. Märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni (Nizza klassifikatsiooni) 9. redaktsiooni (Patendiamet, 2006) väljavõte.

### Taotleja seisukoht

Kaubamärgi **CRISPOS** omanik, keda esindab patendivolnik Anneli Kang, ei nõustu vaidlustajaga ja on seisukohal, et Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi nr 0927656 registreerimise kohta Eestis on õiguspärane, kuivõrd kaubamärk **CRISPOS** ei ole sarnane ega assotsieeru varasema kaubamärgiga **KRYZPO**.

Taotleja lähtub sellest, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamine põhineb kaubamärkide sarnasuse visuaalsel, foneetilisel ja semantilisel võrdlemisel tekkinud võrreldavate kaubamärkide üldmuljel, arvestades, et keskmine tarbija tajub tavaliselt märki tervikuna ja ei hakka analüüsima selle erinevaid detaile.

Vaidlustaja asub seisukohale, et kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on foneetiliselt praktiliselt identsed, kuna sõna **KRYZPO** hääldub eesti keeles kui „krispo“ ning sõna **CRISPOS** kui „krispos“ ja jõuab järeldusele, et võrreldavad kaubamärgid erinevad foneetilisest aspektist vaid kaubamärgis **CRISPOS** sisalduva viimase tähe s võrra. Taotleja ei nõustu vaidlustaja seisukohaga. Esmapilgul tekitab tähise **KRYZPO** kirja pilt probleemi, kuidas märki üldse hääldada, kuivõrd võõrtäht y mõjub konsonantide klastris visuaalselt pigem kaashäälikuna ja võõrtähtede kombinatsiooni yz hääldus on igal juhul problemaatiline. Taotleja kaubamärgi puhul sarnaseid kaalutlusi ei teki, kuna tähise ainuke võõrtäht on c tähise alguses, mille hääldamine /k/-na probleemi ei teki. Vaidlustaja seisukoht, et Eesti tarbija hääldab tähist **KRYZPO** üheselt kujul „krispo“, on meelevaldne, arvesse võttes, et tähises sisaldub raskesti hääldatav võõrtähtede kombinatsioon yz. Keelereeglite kohaselt on y-tähe hääldusvariandid /ü/, /i/ ja /j/ (*Eesti keele sõnaraamat ÕS 1999, Tallinn 1999*). Taotleja juhib tähelepanu y-tähe kasutamisele ja vastavale hääldusele eesti ü-tähe asemel IT-valdkonnas, sh netiaadressides, aga samuti ilukirjanduslikes tekstides, eriti luules. Võõrtähe z levinuim hääldus on keelereeglite järgi /ts/ (muud hääldusvariandid /dz/, /z/ ja /s/) (*Eesti keele sõnaraamat ÕS 1999, Tallinn 1999*). Eelnevast tulenevalt on tähise **KRYZPO** hääldus „krüspo“ („krispo“), mis eristub selgelt omaniku kaubamärgist **CRISPOS**, mida tarbija hääldab tõenäoliselt vaidlustaja poolt esitatud kujul „krispos“ (võõrtähe c levinuim hääldusvariant on /k/). Seega on tegemist foneetiliselt erinevate tähistega, mille häälduserinevuse tagab ühelt poolt taotleja tähise lõpus olev s ning teiselt

poolt tähises **KRYZPO** sisalduva võõrtähtede kombinatsiooni yz häälduse erinevus võrreldes tähises **CRISPOS** sisalduva tähe kombinatsiooni is hääldusega.

Kaubamärkide foneetilise aspekti osas ei nõustu taotleja vaidlustaja seisukohaga kaubamärkide rõhuasetuse kohta. Eesti sõnadel (nagu ka eestipärastel laen- ning võõrsõnadel) on põhirõhk esimesel silbil, võõrsõnu hääldatakse vastavalt päritolukeelele. Antud juhul, kus mõlemad kaubamärgid on tehissõnad, ei ole mingit põhjust hääldada kumbagi kaubamärkidest rõhuga teisel silbil; tarbija hääldab neid reeglipäraselt, st rõhuga esimesel silbil.

Ülaltoodu põhjal on kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** foneetiliselt erinevad, mistõttu nende äravahetamine ega assotsieerumine tarbija poolt ei ole tõenäoline.

Vaidlustaja leiab, et kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on üldmuljelt visuaalselt sarnased. Taotleja vaidleb sellele kategooriliselt vastu. Kaubamärgid on erineva pikkusega, kusjuures erinevus pikkuses on antud juhul oluline, kuna mõlemad tähised on suhteliselt lühikesed. Seetõttu omab nende puhul ka ühetäheline erinevus pikkuses suuremat kaalu kui nt pikemate sõnade puhul. Kaubamärgi **CRISPOS** lõpus asetsev täht S on ühtlasi oluline tegur erineva visuaalse üldmulje tekitamisel. Samuti ei nõustu taotleja, et esitähed K vs. C oleks mingigi visuaalne sarnasus nagu väidab vaidlustaja – visuaalselt on tegemist erikujuliste tähtedega. Ka teatavate märkides sisalduvate identsete tähtede positsiooniline sarnasus, millele viitab vaidlustaja, ei tekita vastandatud märkide puhul sarnast visuaalset üldmuljet. Kaubamärgid erinevad märkimisväärselt oma täheliselt koosseisult, mis on antud juhul seda olulisem, et erinevate tähtede hulgas on vaidlustaja kaubamärgi koosseis visuaalselt silmatorkav võõrtähtede kombinatsioon.

Tulenevalt kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** täielikult erinevast visuaalsest üldmuljest ei ole tõenäoline ega tõsiseltvõetav, et tarbija ajaks kaubamärgid omavahel segi või seostaks ühte teisega.

Taotleja nõustub vaidlustaja seisukohaga, et võrreldavate kaubamärkide ühiseks tunnuseks on see, et nad on mõlemad tehissõnad, millel puudub tähenduslik erinevus. Ent taotleja ei nõustu vaidlustajaga selles osas, et kumbki sõna eesti tarbijale mingit tähendust ei oma ning assotsiatsioone ei tekita. Tähise **CRISPOS** puhul tekib assotsiatsioon ingliskeelse sõnaga „crisp“ (e.k. *krõbe*, *krõpsuv*, *karge*, *karastav*, *krõbisev*, *kartulikrõps*, *näkileib*), **KRYZPO** puhul assotsiatsioone ei teki.

Lähtudes eeltoodust ei nõustu taotleja vaidlustusavalduses esitatud seisukohtadega kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** foneetilise, visuaalse ja semantilise sarnasuse kohta – visuaalse erisuse tagab eelkõige kaubamärkide silmatorkavalt erinev täheline koosseis ja erinev pikkus, foneetilise erisuse kaubamärkide erinevast tähelisest koosseisust tulenev märkide erinev hääldus. Kontseptuaalses plaanis erinevad kaubamärgid asjaolu poolest, et ehkki mõlemal juhul on tegemist tehissõnadega, on omaniku kaubamärgi puhul võimalik assotsiatsioon ingliskeelse tähendusliku sõnaga “crisp”. Arvestades vastandatud kaubamärkide visuaalseid, foneetilisi ja kontseptuaalseid erinevusi Eesti keskmise tarbija jaoks, on vastandatud kaubamärkide vahelised erinevused piisavad välistamiseks segiajamise tõenäosust eelnimetatud asjaomase avalikkuse tajus. Seetõttu ei pea taotleja vaidlustaja väidet kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** tõenäolise äravahetamiseni sarnasuse ja assotsieerumise kohta õigeks ega tõendatuks.

Vaidlustaja viitab kaubamärkidega hõlmatavate kaupade küsimuses Euroopa Kohtu lahendile asjas C-39/97, mille kohaselt peab kaubamärkide erinevus olema seda suurem, mida sarnasemad on kaubad/teenused ja vastupidi. Kuivõrd käesolevas asjas erinevad vaidlustusalused kaubamärgid tervikuna kõigis olulistest aspektides ja on üldmuljelt täiesti erinevad, siis ei ole kaupade identsus ja/või võimalik samaliigilisus takistav asjaolu kaubamärgi **CRISPOS** registreerimisel taotleja nimele.

Ülaltoodud asjaolude põhjal peab taotleja vaidlustusavaldust alusetuks ning palub vaidlustusavaldus jätta rahuldamata.

### **Vaidlustaja vastus taotleja argumentidele ja vaidlustusavalduse täiendus**

Vaidlustaja oma 30.07.2009. a vastuses lisas täiendavaid tõendeid, argumente ja vastuväiteid antud asjas, samas jäädes ise vaidlustusavalduses esitatu juurde, eelkõige argumentide juurde, mis

puudutavad võrreldavate kaubamärkide sarnasuse analüüsi ning antud hinnanguid. Selles vastuses lisas vaidlustaja ka vastuväiteid vaidlustatud kaubamärgi omaniku poolt esitatud argumentidele.

1. Vaidlustatud kaubamärgi omanik on kaubamärkide foneetilise võrdluse analüüsimisel asunud seisukohale, et tähist **KRYZPO** hääldatakse eesti keeles kui “krüspo” (“kripspo”) ning on nõustunud vaidlustaja seisukohaga, et tähist **CRISPOS** hääldatakse kui “krispos”.

Vaidlustaja on endiselt seisukohal, et tähis **KRYZPO** hääldub eestikeelses kontekstis kui “krispo” (ning isegi kui hääldada “krüspo”, ei ole vokaalidevaheline “ü” vs. “i” erinevus sõnades oluliselt täheldatav), ning mitte kui “krüspo” (“kripspo”), nagu on seisukohal vaidlustatud märgi omanik. Keelevara andmebaas ([www.keelevara.ee](http://www.keelevara.ee)) viitab, et tähe “z” eestipärane hääldus on nõrk s, ning vaid saksa nimedes hääldatakse tähte “z” kui “ts” (vt lisa 1). Nii ei pea vaidlustaja õigeks tugineda 1999. a pärinevale Eesti keele sõnaraamatule ÕS 1999, millele omanik oma argumentatsioonis tugineb, ning omaniku seisukohale tähise **KRYZPO** häälduse osas. Ei ole usutav, et tähekombinatsiooni YZ nägemisel tekiks tarbijal mingeid probleeme häälduse kontekstist lähtudes, ning et antud tähekombinatsiooni hääldamine oleks “igal juhul problemaatiline” nagu omanik märgib. Tarbija püüab alati leida lihtsaima viisi, kuidas võõrtähti sisaldavaid sõnu hääldada ning mugandada antud hääldusvarianti endale meelepäraseimaks.

Sellest tulenevalt on vaidlustaja endiselt seisukohal, et tähis **KRYZPO** hääldub eestipäraselt kui “krispo”, mis on praktiliselt identne vaidlustatud kaubamärgi **CRISPOS** hääldusega.

2. Puudutades probleemi seoses tähiste rõhuasetusega foneetilisest aspektist lähtudes, siis tõepoolest, asub eesti keeles tavaliselt sõna pearõhk esimesel silbil, kuid võõrsõnades võib pearõhk olla ka mujal tulenevalt ortograafia reeglitest. Mõlema tähise puhul on tajutav, et tegemist on võõrapäraste tähistega, kuna mõlemad tähised sisaldavad endas võõrtähti.

Vaatamata erinevatele seisukohtadele tähiste rõhuasetuse osas (kas siis esimesel või teisel silbil), väljendab ka vaidlustatud märgi omanik seisukohta, et mõlematel tähistel on rõhuasetus ühesugune.

Sellest tulenevalt on tähiste rõhuasetus hääldamisel ühesugune, mida toetab ka vaidlustatud märgi omaniku arvamus.

3. Märkide semantilise võrdluse analüüsil vaidlustaja ei nõustu teatud osas vaidlustatud märgi omaniku poolt esitatud seisukohtadega.

Ka omanik väljendab nõusolekut, et mõlema märgi puhul on tegemist tehissõnadega, millel tähenduslik erinevus puudub. Sellest tulenevalt ei tekita kumbki tähis tarbijates assotsiatsioone, mis annaks alust eristada antud tähiseid teineteisest. Siiski sisaldab vaidlustatud märgi omaniku poolt esitatud semantiline analüüs vastuolulisi seisukohti, kuna järgnevas argumentatsioonis ta siiski viitab tähenduslikule olemasolule seoses vaidlustatud märgiga **CRISPOS**.

Vaidlustatud märgi omanik viitab asjaolule, et semantilisest kontekstist lähtudes on võimalik vaidlustatud kaubamärki seostada ingliskeelse tähendusliku sõnaga “crisp”. Isegi kui nõustuda antud seisukohaga, ei ole kindlasti mingit alust arvata, et eesti tarbijais võivad tekkida taolised assotsiatsioonid, nähes tähist **CRISPOS** ning foneetiliselt praktiliselt identset **KRYZPO** ei võiks tarbijais tekitada samaväärseid assotsiatsioone. Sellest tulenevalt leiab vaidlustaja, et pole põhjust tugineda taolisele seisukohale, vaid tulenevalt kaubamärgi **CRISPOS** kirjapildist, mille esiosa langeb kokku ingliskeelse sõnaga “crisp”. Assotsiatsioonide tekkimine ei eelda vaid visuaalse pildi olemasolu, selle osalist kokkulangevust, vaid assotsiatsioonid võivad tekkida ka teiste tegurite mõju tulemusena.

Isegi kui arvestada antud omaniku poolt väljendatud seisukohta, võivad samaväärsed assotsiatsioonid tarbijates tekitada ka sõna **KRYZPO**, eelkõige arvestades asjaolu, et vaidlustaja kaubamärk on omandanud õiguskaitse kaupade suhtes klassides 29 ja 30 (sh kartulihelveste, kartulikrõpsude, puuviljakrõpsude, popkorn, müsli! jne osas). Arvestades eesti tarbija kõrget inglise keele oskuse taset ning teisalt vaidlustatud märgi omaniku poolt tõstatatud aspekti seoste tekkimisega ingliskeelse sõnaga “crisp”, toetab ka antud asjaolu tähise **KRYZPO** hääldamisvormi kui “krispo”.

4. Vaidlustaja seisukohti toetab ka Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni 09.07.2008. a otsus nr 2Ap-1061, millega Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjon on tuvastanud märkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** äravahetamise tõenäosuse tekkimise tarbija poolt, sealhulgas assotsieerumise varasema märgiga, ning millega Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjon on rahuldanud Marcela Beatriz Arancibia Barrios poolt esitatud samaväärse vaidlustusavalduse rahvusvahelise registreeringu **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) suhtes klassides 29 ja 30.

Antud väite kinnituseks esitas vaidlustaja koopia vastavast Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni otsusest koos inglise ja eestikeelse tõlkega (vt lisa 2). Vaidlustajale teadaolevalt ei ole viidatud Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni otsust edasi vaidlustatud, mistõttu on viidatud otsus jõustunud.

Kokkuvõtvalt jääb vaidlustaja siinesitatud ning varasemalt esitatud tõendite, argumentide ning nõude juurde.

Lisad:

1. "Eesti Keele Käsiraamatu" väljavõte Keelevara on-line andmebaasist ([www.keelevara.ee](http://www.keelevara.ee)).
2. Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni 09.07.2008. a otsuse nr 2Ap-1061 koopia koos inglise ja eesti keelse tõlkega.

### Vaidlustaja lõplikud seisukohad

09.02.2010. a kirjaga tegi komisjon vaidlustajale ettepaneku esitada oma lõplikud seisukohad antud asjas hiljemalt 10.03.2010 a, mille ka vaidlustaja esitas.

Oma lõplikes seisukohtades soovib vaidlustaja viidata, et jääb oma varasemalt esitatud seisukohtade, argumentide, esitatud tõendite ning nõude juurde. Vaidlustaja soovib siinkohal vaid märkida, et võrreldavate märkide puhul on tegemist sõnamärkidega ilma igasuguse disainielementide või muude tunnusteta, mis muudaksid võrreldavad tähised teineteisest eristuvateks. Seejuures ei ole olulised mitte kaubamärkide detailsel võrdlemisel tuvastatavad erinevused, vaid need ühised tunnused, mis tekitavad kaubamärkides omavahelisi assotsiatsioone ning võivad mõjutada tarbija taju ning valikuid.

Vaidlustaja leiab, et on esitanud piisavalt argumente ja tõendeid, mis kinnitavad võrreldavate tähiste foneetilisest, visuaalsest ja semantilistest sarnasust ning kaubamärkidega kaetud kaupade identsust ja samaliigilisust. Võrreldavate kaubamärkidega kaetud klassi 29, 30 vs. 31 kuuluvate kaupade võrdlemisel soovib vaidlustaja viidata ka komisjoni 27.08.2009. a otsusele nr 955-o, milles komisjon on esitanud järgneva seisukoha (lk 7):

Komisjon nõustub vaidlustajaga selles, et kaubamärgi **KAALUKAD** klassis 31 loetletud kaubad on samaliigilised kaubamärgi **KAALUJÄLGIJAD** kaupadega klassis 29 ja 30 põhjusel, et tegemist on nimetatud klassides loetletud kaupade toorainetega.

Kuna tegemist on niivõrd lähedaste tähistega ning identsete ja samaliigiliste kaupadega, siis võib aset leida tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sh assotsieerumine, kuna erinevused võrreldavate kaubamärkide vahel on sedavõrd minimaalsed, s.o tarbijad võivad uskuda, et vaadeldavaid kaupu pakub ja müüb üks ja sama majandusüksus, ning seeläbi võidakse kahjustada vaidlustajale kuuluvaid varasemaid kaubamärgiõigusi.

### Taotleja lõplikud seisukohad

Lõplikes seisukohtades jääb taotleja seni esitatud seisukohtade juurde, st. et kaubamärgi **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) omanik ei nõustu vaidlustusavalduses esitatud seisukohtadega kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** foneetilise, visuaalse ja semantilise sarnasuse kohta – visuaalse erisuse tagab eelkõige kaubamärkide silmatorkavalt erinev täheline koosseis ja erinev pikkus, foneetilise erisuse kaubamärkide erinevast tähelisest koosseisust tulenev märkide erinev hääldus. Kontseptuaalses plaanis erinevad kaubamärgid asjaolu poolest, et ehkki mõlemal juhul on tegemist tehissõnadega, on omaniku kaubamärgi puhul võimalik assotsiatsioon ingliskeelse tähendusliku sõnaga "crisp". Arvestades vastandatud kaubamärkide visuaalseid, foneetilisi ja



kontseptuaalseid erinevusi Eesti keskmise tarbija jaoks, on vastandatud kaubamärkide vahelised erinevused piisavad välistamiseks segiajamise ja assotsieerumise tõenäosust eelnimetatud asjaomase avalikkuse tajus.

Vaidlustaja esitatud vaidlustusavalduse täienduse ja lisamaterjalide valguses märgib taotleja täiendavalt järgnevat.

Taotleja jääb seisukohale, et kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on foneetiliselt erinevad. Vaidlustaja poolt esitatud tõendi kohaselt on tähe *z* eestipärane hääldus nõrk *s*, ning vaid saksa nimedes hääldatakse tähte *z* kui *ts*. Taotleja poolt varem viidatud *Eesti keele sõnaraamatu ÕS 1999* (aga ka 2006) kohaselt hääldub *z* kui *ts* lisaks Saksa nimedele ka Hiina, Itaalia, Jaapani (*dz*) nimedes. Ka ei nõustu taotleja vaidlustaja seisukohaga, et tähis **KRYZPO** hääldub eestikeelses kontekstis kui „krispo“ (ning isegi kui hääldada „krüspo“, ei ole vokaalide „ü“ vs. „i“ erinevus sõnades oluliselt täheldatav). Taotleja leiab endiselt, et tähise **KRYZPO** hääldus on [krü(t)spo]. Lisaks vokaalide *ü* vs. *i* erinevusele, mis on märkimisväärne, ja tähe *z* võimalikule erinevale hääldusele, eristab tähiseid **KRYZPO** ja **CRISPOS** foneetiliselt ka tähise **CRISPOS** lõpus olev täht *s*. Ülaltoodust tulenevalt on tegemist erineva hääldusega tähistega, mille hääldus erineb mitmes olulises punktis.

Samuti ei ole alust arvata, et tarbijal tekiks kaubamärgi **KRYZPO** puhul assotsiatsioon ingliskeelse sõnaga *crisp*, mis on aga võimalik visuaalselt identset algusosa sisaldava kaubamärgi **CRISPOS** puhul visuaalse sarnasuse põhjal.

Lisaks märgib taotleja vaidlustaja poolt esitatud Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni 09.07.2008. a otsuse nr 2Ap-1061 kohta, et see ei ole määrava tähtsusega otsuse tegemisel Eestis, kuivõrd kaubamärgi õiguskaitse toimub konkreetses õigusruumis, arvestades konkreetse riigi konkreetseid asjaolusid. Arvesse ei ole võimalik võtta teiste riikide otsuseid kaubamärgiga seotud tööstusomandivaidluste lahendamisel, kuna need ei ole Eesti kaubamärgiõiguse aluseks. Seda printsiipi toetab komisjoni senine praktika (TOAK otsus nr 1016-o, p. 28).

Eeltoodu põhjal palub vaidlustatud kaubamärgi **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) omanik vaidlustusavaldust mitte rahuldada.

Komisjon alustas käesolevas asjas lõppmenetlust 10.05.2010. a.

### **Komisjoni seisukohad**

Komisjon, hinnanud menetluses esitatud seisukohti ja tõendeid, leiab, et vaidlustusavaldus kuulub rahuldamisele.

Vaidlust ei ole selles, et vaidlustaja poolt vastandatud kaubamärk **KRYZPO** (reg nr 37991, taotl kuup 15.05.2002. a) on varasem taotleja kaubamärgi **CRISPOS** (rahvusv reg nr 0927656) registreeringu kuupäevast 04.06.2007. a. Vaidlustusavalduse esitamisest võib järeldada, et puudub varasema kaubamärgi omaniku luba hilisema vaidlustatud kaubamärgi registreerimiseks.

Vaidlust ei ole ka selles, et võrreldavate kaubamärkidega kaetavad kaubad on identsed ja samaliigilised, st vaidlusaluse kaubamärgiga kaetavad kaubad klassides 29, 30 ja 31 sisalduvad samuti ka varasema kaubamärgi loetelus klassides 29 ja 30.

Vaidlustaja on seisukohal, et vaidlustatud kaubamärgi registreerimine rikub vaidlustaja varasemaid kaubamärgiõigusi ja 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.

Kaubamärkide äravahetamise tõenäosust peab hindama globaalselt, arvesse võttes kõiki 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. Seejuures kaubamärkide äravahetamise tõenäosus sõltub kõigi

kaubamärkide komponentide tervikkusest, eristavate ja domineerivate komponentide suhtest ja asendist ning nende tähtsusest kaubamärkide koosseisus.

Komisjon nõustub vaidlustaja seisukohaga, et vastandatud kaubamärkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasjal, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, kuid 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 osa.

Kaubamärkide **KRYZPO** ja **CRISPOS** puhul on tegemist sõnamärkidega, mis koosnevad keskmise pikkusega sõnadest, kus iga komponent (täht) omab teatavat kaalu. Ka leiab komisjon, et kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** on foneetiliselt väga sarnased, kuna sõna **KRYZPO** hääldub eesti keeles kui „krispo“ või „krüspo“ ning sõna **CRISPOS** kui „krispos“. Seega erinevad võrreldavad kaubamärgid foneetilisest aspektist vaid kaubamärgis **CRISPOS** sisalduva viimase tähe S võrra. Komisjon leiab, et viimase tähe S sisaldus ei oma antud kaubamärkide hindamisel olulist tähtsust, kuna sõnad langevad kokku nende esiosades ning tarbija ei pruugi oma tavalise tähelepanelikkuse juures märgata ühetähelist erinevust kaubamärgi **CRISPOS** lõpus. Foneetiliselt on kaubamärgid ühepikkused, mõlemad omavad ühesugust silpide arvu **KRYZ-PO** vs. **CRIS-POS**, hääldusel võib mõlemal juhul rõhuasetus olla nii esimesel kui ka sõnade teisel silbil. Seega on võrreldavad kaubamärgid foneetiliselt väga sarnased, erinevus on vaid vaidlustatud kaubamärgi lõpptähes, kuid taoline erinevus pole piisav, et märkidevahelist äravahetamist välistada. Antud asjaolud muudavad võrreldavad tähised foneetiliselt äravahetamiseni sarnasteks ning assotsieeruvateks.

Komisjon leiab, et visuaalsest aspektist ei ole kaubamärgid **KRYZPO** ja **CRISPOS** üldmuljelt väga sarnased. Tähtede arvult on antud kaubamärgid peaaegu sama pikad, s.t ühel juhul on tegemist 6-tähelise sõnaga ning teisel juhul 7-tähelise sõnaga, milledest visuaalselt langevad kokku tähed R ja PO sõnade alguses ja lõpus. Täheldatav on ka mingil määral visuaalne sarnasus esitähed K vs. C. Tähised on praktiliselt sama pikad ning tähised omavad kokkulangevaid identseid tähti sarnase positsioonilise asetusega. Komisjon leiab, et antud juhul nimetatud kaubamärkide foneetiline sarnasus suurendab siiski märkide visuaalset sarnasust ja turusituatsioonis on võimalik antud tähiseid ära vahetada, kuna tarbijad ei jäta meelde kõiki kaubamärgi komponente. Seega tuleb tõdeda, et tähised on visuaalselt äravahetamiseni sarnased ning assotsieeruvad.

Semantilisest küljest lähtuvalt on võrreldavate kaubamärkide ühiseks tunnuseks see, et nad on tehissõnad, millel puudub tähenduslik erinevus. Komisjon ei pea põhjendatuks taotleja seisukohta, et tähise **CRISPOS** puhul võib tekkida assotsiatsioon ingliskeelse sõnaga „crisp“ (e.k. *krõbe*, *krõpsuv*, *karge*, *karastav*, *krõbisev*, *kartulikrõps*, *näkileib*).

Kuna kumbki sõna eesti tarbijale mingit tähendust ei oma ning assotsiatsioone ei tekita, siis seetõttu ei ole võimalik võrreldavaid kaubamärke eristada ka nende semantilisest aspektist lähtuvalt.

Kokkuvõttes leiab komisjon, et vaatamata mõningasele visuaalsele erinevusele, on ühiste tunnuste esinemine mõlemas kaubamärgis piisav, et tarbija, kes näeb neid kaubamärke üheskoos või eraldi, loob seose mõlema kaubamärgi vahel. Antud kaubamärkide üldist muljet arvestades on raske täheldada märkides sisalduvat visuaalset erinevust. Järelikult on antud tähised sedavõrd kokkulangevad, et on olemas tõenäosus kaubamärkide äravahetamiseks tarbija poolt, sh nende assotsieerumine.

Mõlemad kaubamärgiregistreeringud hõlmavad põhiliselt toiduaineid, olles seega kaupade osas identsed ja samaliigilised. Seega vaadeldavate kaupade identsusest tulenevalt on käesolevas vaidluses kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse oht suurendatud.

Komisjon on nõus taotlejaga selles osas, et vaidlustaja poolt tõendina esitatud Leedu Patendiameti Apellatsioonikomisjoni 09.07.2008. a otsus nr 2Ap-1061 ei oma tähtsust otsuse tegemisel Eestis, kuivõrd kaubamärgi õiguskaitse toimub konkreetses õigusruumis, arvestades konkreetse riigi konkreetseid asjaolusid.

Kõike eeltoodut arvestades leiab komisjon, et taotleja nimele kaubamärgi **CRISPOS** registreerimine Eestis on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2.  
Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks TÕAS § 61 lg 1 ja 2, KaMS § 41 lg 2 ja 3, § 10 lg 1 p 2, komisjon

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

**vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi CRISPOS (rahvusvaheline reg nr 0927656) registreerimise kohta klassides 29, 30 ja 31 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.**

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni 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 komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni hagi esitamisest.

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

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

Allkirjad:

R. Laaneots

P. Lello

H.-K. Lahek