

MAJANDUS- JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

**OTSUS nr 554-o**

Tallinnas, 31. juulil 2007.a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Kerli Tuuts (eesistuja), Kirli Ausmees ja Tanel Kalmet, vaatasid kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku NIKE INTERNATIONAL LTD.(aadress: One Bowerman Drive, Beaverton, Oregon 97005-6543, US) vaidlustusavalduse Patendiameti otsuse peale registreerida kaubamärk **SPIOONIKE+kuju** (taotluse nr M200100602) OÜ Linte AE nimele klassis 35.

Vaidlustusavalduse esitajat esindab patendivolinik Urmas Kernu, AAA Patendibüroo OÜ, Tartu mnt 16, 10117 Tallinn.

Apellatsioonikomisjon võttis vaidlustusavalduse menetluse 04.03.2002. a nr 554 all ning eelmenetlejaks määrati Kerli Tuuts.

**Menetluse käik ja asjaolud**

Patendiamet on 15.11.2001.a. otsustanud registreerida kaubamärgi SPIOONIKE+kuju (taotluse nr M200100602) OÜ Linde AE (edaspidi taotleja) nimele klassis 35 – *kaubandus, sh jae- ja hulgimüügiteenused (kolmandatele isikutele), vahendusteenused*. Nimetatud otsuse peale esitas 04.03.2002.a. vaidlustusavalduse NIKE INTERNATIONAL LTD (edaspidi vaidlustaja) tuginedes varasematele kaubamärgiõigustele. Vaidlustaja märgib, et tema nimel on järgmised Eesti Vabariigis registreeritud ning üldtuntud kaubamärgid: 1) NIKE (reg nr 11987, prioriteediga 02.03.1979) klassis 18 – *kotid* ja klassis 25 – *spordirõivad ja -jalatsid*; 2) NIKE+kuju (reg nr 19228, prioriteediga 14.12.1993) klassis 18 – *nahk, tehisnahk ja nendest valmistatud tooted, mis ei kuulu teistesse klassidesse; loomanahad; reisikohvrid ja reisikotid; vihma -ja päikesevarjud, jalutuskepid; piitsad, hobuseriistad ja sadulsepatooted* ja klassis 25 – *rõivad, jalatsid, peakatted*. Veel lisab vaidlustaja, et on 19.11.2001.a. esitanud taotluse kaubamärgi NIKE registreerimist klassidesse 9, 14, 28 ja 35 kuuluvate kaupade ja teenuste, sh jaemüügiteenuste osas (taotluse nr M200101765).

Vaidlustaja leiab, et vaidlusalune Patendiameti otsus registreerida kaubamärk SPI NIKE+kuju taotleja nimele on vää ning vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) ja rahvusvahelise õiguse normidega ning nimetatud otsusega on rikutud vaidlustaja õigusi ja seadusega kaitstud huvisid. Vaidlustaja väidab, et kaubamärgi SPI NIKE+kuju registreerimine on vastuolus KaMS § 8 lg 1 p-ga 3, mille kohaselt kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis on identsed või äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad teise isiku nimele teist liiki kaupade või teenuste tähistamiseks registreeritud või registreerimiseks esitatud varasema kaubamärgiga, kui see võib tarbija eksitamise tagajärjel kaasa tuua teise isiku kaubamärgi maine ärakasutamise või eristatavuse kahjustamise ja registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba. Vaidlustaja on KaMS § 8 lg 2 p-i 1 mõttes varasemate kaubamärkide NIKE (reg nr 11987) ja NIKE+kuju (reg nr 19228) omanik klassidesse 18 ja 25 kuuluvate kaupade osas. Patendiamet otsustas registreerida kaubamärgi SPI NIKE+kuju klassi 35 kuuluvate eriliigiliste teenuste osas.

Vaidlustaja leiab, et kaubamärgi SPI NIKE+kuju registreerimine taotleja nimele rikub tema seadusega tagatud õigusi, kuna nimetatud kaubamärk assotsieerub kaebaja varasema registreeritud ja üldtuntud kaubamärgiga NIKE. Vaidlusaluse kaubamärgi registreerimine teise isiku nimele ja selle kasutamine tekitab tarbijas assotsiatsioonide nimetatud kaubamärgi registreerimist taotleva isiku poolt pakutavate teenuste seotuse osas vaidlustaja isikuga. Kaubamärk SPI NIKE+kuju sisaldab endas ühe domineeriva elemendina vaidlustaja

---

Address:  
Harju 11  
15072

Telefon:  
6 256 490  
e-mail: toak@mkm.ee

Faks:  
6 313 660

kaubamärki NIKE (kusjuures kaubamärgi sõnalise osa kirjakuju on sama, mis varasemal registreeritud kaubamärgil NIKE), mis annab tarbijale alust eeldada pakutavate teenuste seotust vaidlustaja isikuga (NIKE toodete müügiga seotud jae- ja hulgimüügiteenused ning vahendusteenus). Siinkohal viitab vaidlustaja Tallinna Halduskohtu 05.09.2001.a. otsusele (ILMARINE +kuju vs ILMARINE RESIDENCE+kuju), kus leitakse, et assotsieeruvuse aspektist ei ole oluline kas kaubamärgid on ka väliselt sarnased või mitte, vaid see, kas ühe kaubamärgi nägemisel tekivad seosed teise kaubamärgiga.

Vaidlustaja märgib, et kuna kaubamärki NIKE on intensiivselt kasutatud enne kaubamärgi SPI NIKE +kuju prioriteedikuupäeva, teab tarbija kaubamärki NIKE hästi ning kaubamärgi SPI NIKE+kuju kasutamine tekitab tarbijas assotsiatsioone pakutavate teenuste seotusest vaidlustajaga.

Patendiameti seisukoha vastu, et tegemist võiks olla kaubamärgiga SPIOONIKE+kuju, räägivad vaidlustaja hinnangul asjaolud, et märgi kujunduslik element jagab märgi sõnalise osa kaheks: märgil on esitatud prillide kujutis, prillide klaasid on esitatud muudest sõnaosadest erineva suurusega, prillide klaasid on esitatud tumendatult. Vaidlustaja leiab, et antud juhul eksisteerib piisavalt palju tunnuseid, mis võimaldavad tuvastada märgi koosnemist kahest erinevast sõnaosast SPI ja NIKE, mida tarbija võib tõlgendada mugandusena meeleolukast terminist SPY NIKE (*luura NIKE järele*). Vaidlusaluses kaubamärgis sisaldub üldtuntud kaubamärk NIKE ja see on esitatud piisavalt eraldatuna, et tarbija võiks tajuda seda märgi iseseisva osana, mistõttu tekitab tarbijas assotsiatsioone vaidlustaja kaubamärgiga NIKE, luues pettekujutluse, et tegemist võib olla vaidlustaja NIKE toodangu müügiga tegeleva äriühinguga. Lisaks märgib vaidlustaja, et üldjuhul on igasuguste kaupade ning müügiteenuste vahel oma kindel seos – müügivõrgu kaudu jõuavad kaubad tarbijateni. Samas eksisteerib kaupu, mille puhul see side on domineerivam, kui teiste kaupade puhul. Side kauba ja müügiteenuse vahel on tugevam neil juhtudel, kus sõltuvalt kaubaliigist või selliste kaupade üldlevinud müügistrateegiast tulenevalt turustatakse kaupu nn esinduskauplustes – kauplustes, mille kaudu müüakse ainult või esmajoones ühe kaubamärgiga tooteid (nt NIKE esinduskauplus või ADIDAS esinduskauplus). Müügiteenuse seostamist müüdava kaubamärgiga annab tunnistust Postimehe 07.06.1998.a. väljaandes avaldatud reportaaž „Ungari NATO-tshaardash”, kus kasutatakse muuhulgas väljendit „Nike’i poodide...” („Nagu 1980ndate aastate lõpus, on praegugi kesklinna kaubandustänava Vaci utca Adidase ja Nike’i poodide uste taga järjekorrad”).

Juhul kui müügiteenust tähistatakse aga kaubamärgiga, mis on sarnane või assotsieeruv mõne tuntud kaubamärgiga, seostab tarbija selle teenuse ja kaubamärgi automaatselt vastava üldtuntud kaubamärgiga tähistatud toodete müügiteenusega. Sellisele tarbija käitumisele annab aluse ka paljude kaubamärkide ametlike maaletoojate senine käitumine – nagu ADIDAS kaubamärgi maaletooja ärinimi AS KOLM TRIIPU või ELECTROLUX kaupade maaletooja kaupluse kaubamärk E-LUX, mis kõik loovad teatava assotsiatsiooni kaubamärgiga, mida nad esindavad.

Vaidlustaja lisab, et kaubamärgi NIKE üldtuntus põhineb kaubamärgi ulatuslikul eelneval kasutamisel Eestis ning eriti järgmistel asjaoludel: 1) Apellatsioonikomisjoni poolt 26.04.2000 otsusega nr 165-o3 tunnistatud kaubamärgi NIKE üldtuntust juba 05.09.1994.a. seisuga, mida kinnitasid ka Tallinna Halduskohus ning Tallinna Ringkonnakohus oma vastavate otsustega; 2) Kaubamärgi NIKE kasutamine Eestis pärast 05.09.1994.a. ja enne avaldatud kaubamärgi prioriteedikuupäeva, hoidmaks alal ning suurendamaks veelgi kaubamärgi NIKE üldtuntust Eestis. Selleks annavad tunnistust järgmised valikulised allikad: a) väljatrükk Eesti Päevalehe koduleheküljelt otsingutulemustest kaubamärgi NIKE kasutamise kohta enne 03.04.2001, b) Eesti Päevalehe 03.04.2001 artikkel „Võltsdresside omanikul lootus karistusest pääseda”, 28.03.2001 artikkel „Kallid spordijalatsid ei kaitse vigastuste eest”, 19.03.2001 artikkel „Võltsitud kaubamärkidest populaarseimad Nike ja

Adidas”, 14.03.2001 artikkel „Narkoäri poole aasta kahjum”, 05.03.2001 artikkel „Üllas Tankler: Brand'id – meie aja uus religioon”, 03.03.2001 artikkel „Politsei jahib ecstasy tablette tootvat vabrikut”, Postimees 07.06.1998 reportaaž „Ungari NATO-tshaardash” ja 04.03.2000, Arter, artikkel „Mõõdulindiga õnne ja edu kallal”. Eelnimetatu kujutab endast vaid osalist materjali kaubamärgi NIKE kasutamise kohta kirjutavas pressis enne vaidlustatud kaubamärgi SPI NIKE+kuju prioriteedikuupäeva.

Arvestades nii kaubamärgi NIKE üldtuntust Eestis kui ka vaadeldavate kaupade ja teenuste vahel eksisteerivat tihedat sidet igapäevases kasutamises ning sellest tulenevat tarbijate kokkulangevust, leiab vaidlustaja, et vaadeldavad kaubamärgid on assotsieeruvad.

Mis puutub tarbija eksitamise läbi kaubamärgi maine ärakasutamisse ja eristatavuse kahjustamisse, leiab vaidlustaja, et kaubamärk NIKE omab Eestis märkimisväärset mainet. Sellest annab tunnistust kõrge koht kõige enam võltsitud kaubamärkide edetabelis, aga ka tsitaat Eesti ajakirjandusest: „Ühiskonnas, kus kaupadel on oma keel, ei ole laps õnnelik, kui vanem on olnud vastupidavad spordijalatsid, vaid siis, kui jalatsitel on Nike märk” (Postimees, Arter, 04.03.2000 „Mõõdulindiga õnne ja edu kallal”). Vaidlustaja lisab, et kaubamärk NIKE omab Eestis suurt eristusvõimet. Seda nii märgi unikaalsusest, kui ka intensiivsest kasutamisest tulenevalt. Selle tõenduseks on kasvõi asjaolu, et teisi sõna NIKE sisaldavaid või sellega muul viisil sarnanevaid kaubamärke Eestis registreeritud ega ka kasutatud ei ole. Iga uus sõna NIKE sisaldav kaubamärk vähendaks seda eristusvõimet.

Vaidlustaja märgib, et KaMS § 8 lg 1 p-i 3 rakendamise tingimus (tarbija eksitamise läbi maine ärakasutamine või eristatavuse kahjustamine) ei ole sätestatud absoluutsena. Piisab tõenäosusest, et selline maine ärakasutamine või eristatavuse kahjustamine tulevikus aset võib leida.

Arvesse võttes kaubamärgi NIKE üldtuntust Eestis, vaadeldavate kaupade ja teenuste tihedat seotust, aga ka kaubamärgi NIKE kõrget mainet ja eristatavust, leiab vaidlustaja, et on olemas põhjendatud kahtlus ning ilmne tõenäosus, et kaubamärk SPI NIKE+kuju võib tarbijat eksitada ning selle tagajärjel tuua kaasa kaubamärgi NIKE maine ärakasutamise ja/või eristatavuse kahjustamise. KaMS § 8 lg 1 p 3 kohaselt saab sellise äravahetamiseni sarnase ning assotsiatsioonide tekitava kaubamärgi registreerimine toimuda vaid varasema kaubamärgi omaniku loal. Nõusolekut kaubamärgi SPI NIKE+kuju registreerimiseks vaidlustajalt küsitud ei ole.

Vaidlustaja leiab, et vaidlusalune registreerimisotsus on vastuolus Pariisi konventsiooni artikliga 6bis ja TRIPS lepingu artikli 16 lõikega 3. Pariisi konventsiooni artikli 6bis lg 1 kohaselt Liidu liikmesriigid kohustuvad *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.

Vaidlustaja märgib, et kaubamärgi kujutisest tingitult on vaidlusalune kaubamärk jagatud mitmeks iseseisvaks osaks, millest üheks oluliseks on kahtlemata ka sõnaosa NIKE. Seega kujutab kaubamärgi SPI NIKE+kuju oluline osa NIKE vaidlustaja varasema üldtuntud kaubamärgi taasesitust.

Intellektuaalomandi õiguste kaubandusaspektide lepingu (TRIPS) artikli 12 lg 3 kohaselt Pariisi konventsiooni artikkel 6bis kehtib *mutatis mutandis* kaupade ja teenuste kohta, mis ei ole sarnased nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, tingimusel, et selle

kaubamärgi kasutamine kaupade või teenuste puhul viitaks seosele nende kaupade või teenuste ja registreeritud omaniku vahel, ning tingimusel, et selline kasutamine kahjustaks tõenäoliselt registreeritud kaubamärgi omaniku huve. Nimetatud lepingust nähtub, et eeltoodud juhtumil (märgi oluline osa kui üldtuntud kaubamärgi taasesitus) üldtuntud kaubamärgi õiguskaitse on laiendatud ka eriliigilistele kaupadele ja teenustele. Seoses spordikaupade ja müügiteenuste vahelisele tihedale seosele viitaks kaubamärgi SPI NIKE+kuju kasutamine seosele nende kaupade ja teenuste vahel ja kahjustaks vaidlustaja, kui kaubamärgi NIKE omaniku huve.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes KaMS § 8 lg 1 p-st 3, Pariisi konventsiooni artiklist 6bis ja TRIPS lepingu artiklist 16 lg 3 palub vaidlustaja tunnistada Patendiameti otsus registreerida kaubamärk SPI NIKE+kuju (taotluse nr M200100602) täielikult seadusevastaseks ning teha Patendiametile ettepanek teha uus otsus.

Vaidlustusavaldusele on lisatud 1) tõendid kaubamärgi NIKE kasutamise kohta, 2) koopiad kaubamärgi NIKE registreeringutest (nr 11987, nr 19228), 3) koopia kaubamärgi NIKE registreerimistaotlusest nr M200101765, 4) koopia kaubamärgi SPI NIKE+kuju publikatsioonist 5) apellatsioonikomisjoni 26.04.2000.a. otsus nr 165-o, 6) volikiri, 7) riigilõivu maksmist tõendav dokument.

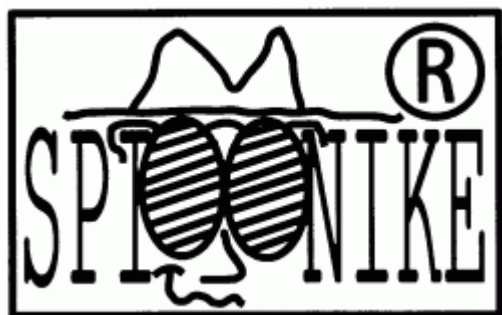
Taotleja käesolevale vaidlustusavaldusele vastulauset esitanud ei ole. Küll aga on taotleja pidanud vajalikuks informeerida apellatsioonikomisjoni vaidlustajale 22.04.2002.a. (kiri nr 60826\_1) saadetud kirjast, milles taotleja informeerib vaidlustajat, et kaubamärgi väärtus on seoses kaubamärgi SPIOONIKE+kuju tuntusega suurenemisega muutunud ning sellega seoses esitab taotleja kaubamärgi SPIOONIKE+kuju müügipakkumise hinnaga 9145000,00 eesti krooni, kusjuures pakkumise kehtivusajaks märgitud 20.05.2002.a.

Nimetatud kirjas lisab taotleja, et tarbijad maailmas ja Eestis võivad ühendada NIKE nimega ebainimlikke tootmistingimusi, skandaalset reklaamistiili ja palju muid negatiivseid emotsioone. Taotleja märgib veel, et püüab oma ettevõtet ja kaubamärki SPIOONIKE+kuju avalikkuse ees kategooriliselt ettevõtetest NIKE distantseerida, et vältida oma reputatsiooni kahjustamist.

Võrreldavad kaubamärgid on reproduktsioonidel esitatud järgnevalt:

Vaidlustatud kaubamärk nr M200100602

varasem kaubamärk nr 11987



NIKE

varasem kaubamärk nr 19228



Vaidlustaja jääb oma 18.05.2007.a. esitatud lõplikes seisukohtades vaidlustusavalduses esitatud seisukohtade, põhjenduste ja argumentide juurde. Täiendavalt lisab vaidlustaja kaubamärgi NIKE kasutamise aktiivse jätku kinnitamiseks informatsiooni NIKE kaupade

maaletooja, AS Jalajalg müügimahtudest, mis põhinevad avalikul majandusaasta aruannetes sisalduval infol:

01.01.1997 kuni 31.05.1998:	37 558 000 EEK
01.06.1998 kuni 31.05.1999:	44 893 000 EEK
01.06.1999 kuni 31.05.2000:	68 662 000 EEK
01.06.2000 kuni 31.05.2001:	102 122 000 EEK
01.06.2001 kuni 31.05.2002:	94 358 000 EEK

Veel peab vaidlustaja vajalikuks informeerida apellatsioonikomisjoni, et vaidlustatud kaubamärgi taotleja on edastanud vaidlustajale mitmeid pöördumisi eesmärgiga müüa SPIOONIKE + kuju kaubamärk vaidlustajale. Kusjuures oma 10.03.2002 kirjas teatab taotleja: “Me ei saa garanteerida 100% soovimatute reputatsioonikahjude NIKE Int’le ja Teie NIKE Int’l esindaja AAA patendibüroo’le vältimist”.

Kaubamärgi esialgne müügihind 499 666,28 EEK tõsis pärast meedia tähelepanu summani 9 145 000 EEK. Lisatud on vastavad kirjad ja arved.

Taotleja lõplikke seisukohti ei ole esitanud.

### **Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja motivatsioon**

Apellatsioonikomisjon, tutvunud vaidlustusavalduse esitaja seisukohtadega, hinnates esitatud tõendeid ja argumente kogumis ning vastastikusel seoses, leiab järgmist:

Alates 1. maist 2004 kehtiva KaMS § 72 lg 5 kohaselt enne 2004. aasta 1. maid Patendiameti tehtud otsuse vaidlustamisel ja uue otsuse tegemisel kohaldatakse Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja uue menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist.

Vaidlustusavalduse aluseks on KaMS § 8 lg 1 p 3, mille kohaselt kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis on identsed või äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad teise isiku nimele teist liiki kaupade või teenuste tähistamiseks registreeritud või registreerimiseks esitatud varasema kaubamärgiga, kui see võib tarbija eksitamise tagajärjel kaasa tuua teise isiku kaubamärgi maine ärakasutamise või eristatavuse kahjustamise ja registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba. Järelikult tuleb käesolevas asjas hinnata, kas võrreldavate kaubamärkide puhul on tegemist äravahetamiseni sarnaste või assotsieeruvate kaubamärkidega, mis on registreeritud/registreerimiseks esitatud teist liiki kaupade/teenuste tähistamiseks ning kas vaidlusaluse kaubamärgi SPIOONIKE+kuju registreerimine taotleja nimele klassis 35 toodud teenustele võib tarbija eksitamise tagajärjel kaasa tuua vaidlustaja kaubamärgi maine ärakasutamise või eristatavuse kahjustamise.

Vaidlust ei ole selles, et vaidlusaluse kaubamärgi registreerimistaotluses märgitud teenused on teist liiki teenused.

Mis puutub äravahetamiseni sarnasuse või assotsieerumise olemasolusse võrreldavate kaubamärkide puhul, siis ei saa apellatsioonikomisjon nõustuda vaidlustaja sellekohaste väidetega. Apellatsioonikomisjoni hinnangul on käesoleval juhul tegemist erinevate kaubamärkidega nii visuaalselt, foneetiliselt kui ka semantiliselt. Kaubamärk SPIOONIKE+kuju, sisaldades lisaks sõnalisele osale humoorikat kujundust (tumede prillide ja kaabuga inimese näo kujutist), millega on ilmselt soovitud piltlikult kujutada kaubamärgis sisalduva sõna SPIOONIKE tähendust. Seega kannab vaidlusalune kaubamärk tervikuna ühemõttelist teematikat – sõnaline osa tähendab *spiooni*, mis on esitatud hellitavas vormis, lisades sõna lõppu selleks otstarbeks eesti keeles kasutatava deminutiivi-tuletise *-ke* ning kujundus on seotud sõna tähendusega. Vaidlustaja väite osas, et kaubamärgi

SPIOONIKE+kuju kujunduslik element jagab märgi sõnalise osa kaheks, võimaldades seda käsitleda kui SPI NIKE, leiab apellatsioonikomisjon, et just kogu kaubamärgi ülesehitus ja kontseptsioon tingib selle, et ka sõnalist osa kõigi eelduste kohaselt loetakse ning hääldatakse sõnana SPIOONIKE. Lisaks ei saa nimetatud sõna keskel asuvaid vokaale –OO- pidada sedavõrd kujundatuks, et Eesti keskmine tarbija jätaks tähelepanuta tähtede –OO- olemasolu ning võiks seetõttu vaidlusaluse kaubamärgi sõnalist osa ekslikult näha ja hääldada kui SPI NIKE. Mis puutub vaidlusaluse kaubamärgi sõnalise osa lõppu NIKE, siis sõna SPIOONIKE koosseisus omandab see keelelise tähenduse ehk seab sõna *spioon* teatud keelelisse vormi. Taoline sõnadest nn hellitava vormi loomine on eesti keeles tavapärane ning seda võib moodustada mistahes –ioon- lõpuga sõnast (nt rajoon, missioon, furgoon) või samuti võib tekkida sõna lõpp –nike- ka sõnade puhul, mis lõppevad tähekombinatsiooniga –nik- (volinik, asemik, ametnik) pannes need mitmuse omastavasse käändesse. Seega on antud juhul välistatud võimalus, et tarbija võiks vaidlusaluse kaubamärgiga tooteid või teenuseid nähes või valides ekslikult luua seoseid vastandatud kaubamärgiga NIKE.

Kuivõrd eeltoodust tulenevalt ei ole antud juhul tegemist ei äravahetamiseni sarnaste ega ka assotsieerivate tähistega ning seda nii väliselt kui ka kontseptuaalselt, siis on välistatud tarbija eksitamise tagajärjel kaasneda võiv vaidlustaja kaubamärkide NIKE ja NIKE+kuju maine ärakasutamine või eristatavuse kahjustamine ning seega on välistatud registreerimistaotluse SPIOONIKE+kuju vastuolu KaMS § 8 lg 1 p-ga 3.

Samadel kaalutlustel ei esine käesoleval juhul kaubamärgi SPIOONIKE+kuju kaubamärgina registreerimisel vastuolu Intellektuaalomandi õiguste kaubandusaspektide lepingu (TRIPS) artikli 16 lõikega 3 ja Pariisi konventsiooni artikli 6bis lõikega 1.

Mis puutub taotleja poolt vaidlustajale esitatud kaubamärgi SPIOONIKE+kuju müügiipakkumistesse, siis ei saa välistada, et tegemist võib olla taotleja poolse pahauskse käitumisega. Samas ei ole pahauskus antud vaidluse teema ning seega ei saa ka apellatsioonikomisjon nimetatud asjaolule hinnangut anda.

### **Lähtudes eeltoodust ning tuginedes KaMS § 8 lg 1 p-le 3, TRIPS artikli 16 lõikele 3 ja TÕAS §-le 61 apellatsioonikomisjon**

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

**jätta NIKE INTERNATIONAL LTD vaidlustusavaldus rahuldamata ning Patendiameti otsus anda õiguskaitse kaubamärgile SPIOONIKE+kuju (taotluse nr M200100602) jõusse jätta.**

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

Allkirjad:

K. Tults

K. Ausmees

T. Kalmet