

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

OTSUS N 729-o

Tallinnas, 22.12.2004

**Apellatsioonikomisjoni esimehe Tanel Kalmeti poolt määratud komisjon koosseisus:** Rein Laaneots (eesistuja), komisjoni aseesimees Evelyn Hallika ja komisjoni liige Harri-Koit Lahek vaatas 22.12.2004. a läbi välismaiste juriidiliste isikute Atria Yhtyma Oyj, aadress: PL 900, 60060 Atria, Soome, ja Lithelis Atiebolag, aadress: Sköllersta SE-69789, Rootsi, poolt esitatud protesti, mille objektiks on Patendiameti otsus registreerida rahvusvaheline kaubamärk **adria + kuju** (rahvusv reg nr 772145) Adriafruit Italia S.R.L. nimele klassis 31.

Protest (mis alates 01.05.2004.a. on käsitletav vaidlustusavaldusena) esitati 31.10.2003. a ja registreeriti nr 729 all. Vaidlustusavaldus anti eelmenetlemiseks komisjoni liikmele R. Laaneots'ale.

Vaidlustusavalduse esitas patendivolinik J. Käosaar, Patendibüroo Käosaar & Co OÜ, Tähe 94, 50107 Tartu.

**Vaidlustusavaldus esitaja esindaja poolt esitatud vaidlustusavalduse sisu koos viidetega tõenditele esitatuna 31.10.2003. a**

Patendiameti otsus registreerida rahvusvaheline kaubamärk **adria + kuju** (rahvusv reg nr 772145) Adriafruit Italia S.R.L. nimele klassis 31 on vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 8 lg 1 p 2, kuna see kaubamärk (lisa 1) on äravahetamiseni sarnane ja assotsieeruv Atria Yhtyma Oyj (endine ärinimi "Atria Oyj") varasema kaubamärgiga **Atria + kuju** (reg nr 16541 - lisa 2) ning Lithells Aktiebolag varasema kaubamärgiga **ATRIA CONCEPT** (rahvusvah reg nr 766761 - lisa 3). Samuti on vaidlustatava kaubamärgi kaubad klassis 31 samaliigilised klassi 31 kaupadega, mille osas on kaitstud vaidlustusavalduse esitajate kaubamärgid. Vaidlustusavalduse esitajad ei ole andnud Adriafruit Italia S.R.L.-le luba kaubamärgi **adria + kuju** registreerimiseks.

**Esitatud lisad:**

Lisa 1 – koopia kaubamärgist **adria + kuju** – Eesti Kaubamärgileht, 2003, nr 9, lk 25-26;

Lisa 2 – koopia Patendiameti andmebaasist kaubamärgi **Atria + kuju** registreeringu nr 16541 kohta;

Lisa 3 – koopia Patendiameti andmebaasist kaubamärgi **ATRIA CONCEPT** rahvusvahelise registreeringu nr 766761 kohta.

**Vaidlustusavalduse täpsem sisu esitatuna 30.04.2004. a**

Kaubamärgid **adria + kuju** ning **Atria + kuju** on äravahetamiseni sarnased ja assotsieeruvad nii visuaalselt, foneetiliselt kui semantiliselt.

Sõnalist osa sisaldavate kaubamärkide puhul tuleb kaubamärgi olulisemaks osaks pidada sõnalist osa kujunduslike elementidega võrreldes. Sõnalise osa olemasolul on just sõnaline osa see, mille järgi tarbija kaubamärgi meelde jätab ning millega ta kaubamärki nimetab.

Kaubamärkide **adria + kuju** ning **Atria + kuju** sõnaline osa on praktiliselt identne, erinevus seisneb vaid ühes tähes. Kaks tähte - d ja t - kujutavad eesti keeles ühe ja sama konsonandi erinevaid välteid. Sõnu *adria* ja *atria* valju häälega välja öeldes on väldete erinevus tajutav vaid konkreetset selle tajumisele keskendudes, kui üldse. Seega ei ole tegemist erinevusega, mis elimineeriks nende sõnade äravahetamiseni sarnasuse/assotsieeruvuse.

Vaidlustusavalduse esitajale teadaolevalt ei ole sõnal *adria* ega ka sõnal *atria* tähendust. Seega puudub kaubamärkidel erinevus ka semantilise aspektist ning tarbijad võivad märgid ära vahetada/neid seostada ka sellest aspektist vaadatuna.

Kuigi kaubamärkide **adria + kuju** ning **Atria + kuju** kujunduslikud elemendid ei ole ühesugused, ei ole see sõnaliste osade liigset sarnasust arvestades siiski piisav, et muuta kaubamärgid tervikuna teineteisest piisavalt erinevaks.

Ülalkirjeldatud põhjustel on ka kaubamärgid **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** äravahetamiseni sarnased ja assotsieeruvad. Kuigi viimases kaubamärgis on lisaks kasutatud sõna *concept*, siis kaubamärgi olulisemaks ja eristusvõimelisemaks elemendiks on just sõna *atria*. Sõna *concept* sobiks põhimõtteliselt mistahes sõnalise tähise täiendiks.

Kaubamärgiga

**ATRIA CONCEPT** seoses väärrib veel eraldi märkimist, et kuna see kaubamärk koosneb ainult sõnalisest osast, siis ei ole antud juhul võimalik rääkida kaubamärkide **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** kujunduslikust erinevusest. Tarbija võib kaubamärgi **adria + kuju** kujundust kohates kergesti ekslikult arvata, et sellist kujundust kasutab kaubamärgi **ATRIA CONCEPT** omanik oma sõnalise tähise taustaks.

Samuti on kaubamärgiga **adria + kuju** hõlmatud kaubad samaliigilised vaidlustusavalduse esitajate kaupadega.

Arvestades, et käesoleval juhul on tegemist täiesti identsete laiatarbekaupadega, on veelgi selgem, et tarbijad võivad kaupade ostmisel sattuda eksitusse.

Kokkuvõtlikult leiavad vaidlustusavalduse esitajad, et õiguskaitse andmist kaubamärgile **adria + kuju** oleks KaMS § 8 lg 1 p 2 tulenevalt tulnud keelduda.

Eeltoodule tuginedes ning juhindudes KaMS § 8 lg 1 p 2, § 38 lg 9, § 35 lg 3<sup>1</sup> Atria Yhtymä Oyj ja Lithells Aktiebolag paluvad tühistada täies ulatuses Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi **adria + kuju** registreerimise kohta Adriafruit Italia S.R.L. nimele klassis 31 ning teha Patendiametile ettepanek rahvusvaheline registreering nr 772145 uuesti läbi vaadata ja teha uus otsus.

### **Vaidlustajate lõplikud seisukohad esitatuna 12.11.2004. a**

Vaidlustusavalduse esitajad jäävad vaidlustusavalduses nr 729 toodud seisukohtade juurde. KaMS (enne 1. maid 2004. a kehtinud redaktsioonis) § 8 lg 1 p 2 kohaselt kaubamärgina ei registreerita märke, mis on identsed või äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad teise isiku nimele samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks registreeritud või registreerimiseks esitatud varasema kaubamärgiga, kui registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba.

#### **1. Kaupade identsus**

Kaubamärki **adria + kuju** (rahv reg nr 772145) on taotletud klassis 31 alljärgnevate kaupade tähistamiseks: produce, horticultural and forestry products and grains (põllumajandus-, aia-, metsa- ja teraviljasaadused).

Atria Yhtymä Oyj kaubamärk **Atria + kuju** (reg nr16541) on registreeritud lisaks klassidele 29, 30 ka klassis 31 järgmiste kaupade tähistamiseks: põllumajandus-, aia-, metsa- ja teraviljasaadused, mis ei kuulu teistesse klassidesse.

Lithells Aktiebolag kaubamärk **ATRIA CONCEPT** (rahv reg nr 766761) on registreeritud lisaks klassidele 29, 30 ja 42 ka klassis 31 järgmiste kaupade tähistamiseks: agricultural, horticultural and forestry products and grains not included in other classes (põllumajandus-, aia-, metsa- ja teraviljasaadused, mis ei kuulu teistesse klassidesse).

Eeltoodust tulenevalt on kaubamärgi **adria + kuju** taotlus esitatud kaupade tähistamiseks, mis on identsed varasemate kaubamärkide **Atria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** kaupadega.

## 2. Kaubamärkide äravahetamiseni sarnasus ja assotsieeruvus.

2.1. Üldiselt teadaolevalt on sarnaste kaubamärkide puhul eksitusse sattumise tõenäosus seda suurem, mida sarnasemad on kaubamärkidega tähistatavad kaubad. Käesoleval juhul on tegemist identsete kaupadega, mistõttu on tarbijate eksitusse sattumise tõenäosus eriti suur.

2.2. Kaubamärkide **adria + kuju** ja **Atria + kuju** puhul on kaubamärgi kujunduslik osa kas minimaalne või abstraktse olemusega, mistõttu tarbija nimetab kaubamärke sõnaliste osade *adria* ja *atria* järgi. Vaidlustusavalduse lisas 1 ja 2 toodud kaubamärgibaasi väljavõtetes on samuti kaubamärkidele viidatud nende sõnalise osa *adria* ja *atria* abil. Kaubamärk **ATRIA CONCEPT** on sõnamärk, mistõttu tarbija nimetabki seda selliselt. Seega võrreldavaid kaubamärke nimetatakse kõnes kui *adria*, *atria* ja *atria concept*. Sõnalised osad *adria* ning *atria* on praktiliselt identsed, erinevus seisneb vaid ühes tähes. Seejuures tähed *d* ja *t* kujutavad endast eesti keeles ühe ja sama konsonandi erinevaid välteid. Selline erinevus on tavapärase tähelepanelikkuse juures kõnekeeles tihti raskesti hoomatav, nagu ka käesoleval juhul sõnade *adria* ja *atria* puhul. Eeltoodust tulenevalt vahetab üldsus kaubamärgid **adria + kuju** ja **Atria + kuju** kõnes kasutamisel ära. Tulenevalt kaubamärkide **adria + kuju** ja **Atria + kuju** sõnaliste osade foneetilisest äravahetamiseni sarnasusest on kaubamärgid tervikuna assotsieeruvad. Kaubamärk **ATRIA CONCEPT** sisaldab lisaks kaubamärgi **adria + kuju** sõnalise osaga äravahetamiseni sarnasele osale sõna *concept*. Kaubamärkide puhul on üsna tavapärane praktika, et sisse juurutatud kaubamärgile lisatakse tootearenduse käigus täiendeid kajastamiseks uusi suundi. Eeltoodust tulenevalt on tõenäoline, et tarbija ei vaheta küll kaubamärke **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** suulisel kasutamisel ära, küll aga seostab võrreldavate tähiste omanikke ja vahetab need ära (nn kaudne assotsieerumine). Tulenevalt kaubamärgi **adria + kuju** sõnalise osa ja kaubamärgi **ATRIA CONCEPT** foneetilisele sarnasusele on kaubamärgid tervikuna assotsieeruvad.

2.3. Vaidlustusavalduse esitajatele teadaolevalt ei ole sõnal *adria* ega sõnal *atria* tähendust. Seega puudub kaubamärkidel semantiline erinevus ning tarbijad ei saa kaubamärke nende sõnaliste osade tähendusest lähtuvalt eristada. Eeltoodust tulenevalt on kaubamärgid **adria + kuju** ja **Atria + kuju** sarnased tulenevalt sõnaliste osade tähenduse puudumisest. Lithells Aktiebolag kaubamärgis on kasutatud inglisekeelset sõna *concept*, mis eesti keeles tähendab *kontseptsioon*. Sõnal *concept* puudub kandev tähendus käesoleva kaubamärgi kontekstis. Sõna *concept* sobiks põhimõtteliselt mistahes sõnalise kaubamärgi täiendiks, seda sõna võiks iseenesest kasutada iga ettevõtja oma ettevõtte või toodete mingist kontseptsioonist rääkides. Eeltoodust tulenevalt ei vaheta tarbijad küll kaubamärke **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** semantilisest aspektist ära, küll aga seostavad nad kaubamärkide omanikke ja võivad need ära vahetada (nn kaudne assotsieerumine). Eeltoodust tulenevalt ei muuda sõna *concept* puudumine kaubamärgi **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** tulenevalt sarnase tähenduseta sõnalise osa *adria* ja *atria* kasutamisest semantiliselt raskesti eristatavad.

2.4. Kuigi kaubamärkide **adria + kuju** ja **Atria + kuju** kujunduslikud elemendid ei ole ühesugused, ei ole see sõnaliste osade suurt sarnasust arvestades siiski piisav, et muuta kaubamärgid tervikuna teineteisest piisavalt erinevaiks. Tuleb ka silmas pidada, et tarbija üldjuhul ei saa kaubamärke vahetult võrrelda, kuna kaubamärkidega tähistatud kaubad ei pruugi asetseda kauplustes kõrvuti. Seega peab tarbija kaubaturul orienteeruma ning valikuid tegema eelkõige mälu järgi, mis antud kaubamärkide sarnasusi arvestades suurendab eksitusse sattumise tõenäosust veelgi. Kaubamärgiga **ATRIA CONCEPT** seoses väärib veel eraldi märkimist, et kuna see kaubamärk koosneb ainult sõnalisest osast, siis ei ole antud juhul võimalik rääkida kaubamärkide **adria + kuju** ja **ATRIA**

**CONCEPT** kujunduslikust erinevusest. Tarbija võib kaubamärgi **adria + kuju** kujundust kohates kergesti ekslikult arvata, et sellist kujundust kasutab kaubamärgi **ATRIA CONCEPT** omanik oma sõnalise tähise taustaks.

### **3. Laiatarbekaubad**

Lisaks kaupade identsusele, mis suurendab sarnaste kaubamärkide puhul eksitusse sattumise ohtu, on käesoleval juhul tegemist laiatarbekaupadega. Kui sarnaste kaubamärkidega tähistatakse laiatarbekaupu, siis on eksitusse sattumise tõenäosus veelgi suurem, kui see oleks eksklusiivsemate ja kallimate kaupade puhul. Esiteks tarbivad laiatarbekaupu kõik tarbijad, kellest paljud on ka keskmisest vähem tähelepanelikud (sh lapsed), ning teiseks ei ole isegi keskmisest tähelepanelikumad tarbijad laiatarbekaupade puhul nii valivad nagu nad oleksid seda kallimate kaupade puhul. Eeltoodust tulenevalt ei ole erinevate kujunduselementide kasutamine kaubamärkide **adria + kuju** ja **Atria + kuju** puhul ning kujunduse puudumine kaubamärgi **ATRIA CONCEPT** puhul piisav, et välistada kaubamärkide äravahetamiseni sarnasust/assotsieeruvust.

### **4. Nõusoleku puudumine**

Varasema kaubamärgi **Atria + kuju** omanik Atria Yhtymä Oyj ning **ATRIA CONCEPT** omanik Lithells Aktiebolag ei ole andnud kirjalikku nõusolekut kaubamärgi **adria + kuju** registreerimiseks Adriafruit Italia S.R.L. nimele.

Võttes arvesse asjaolu, et Adriafruit Italia S.R.L. ei ole pidanud otstarbekaks osaleda käesolevas menetluses ning esitada vastuväiteid vaidlustusavaldusele, võib eeldada, et Adriafruit Italia S.R.L. peab vaidlustusavaldust põhjendatuks.

Eeltoodule tuginedes ning juhindudes KaMS (uue redaktsiooni) § 41 lg 3 Atria Yhtymä Oyj ja Lithells Aktiebolag paluvad rahuldada vaidlustusavaldus ning tühistada Patendiameti otsus Adriafruit Italia S.R.L. rahvusvahelisele kaubamärgile **adria + kuju** õiguskaitse andmise kohta Eestis klassis 31 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

### **Kolmanda osapoolse seisukoht**

Kolmas osapool ei määranud tähtjaks oma esindajat ega esitanud oma arvamust nimetud vaidlustusavalduse kohta.

**Apellatsioonikomisjon**, tutvunud vaidlustusavalduse materjalidega, leiab, et protest tuleb rahuldada, kuna Patendiameti otsus registreerida rahvusvaheline kaubamärk **adria + kuju** (rahvusv reg nr 772145) Adriafruit Italia S.R.L. nimele klassis 31 on vastuolus kaubamärgiseaduse (KaMS) § 8 lg 1 p 2.

### **Otsuse põhjendus:**

KaMS § 8 lg 1 p 2 kohaselt kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis on identsed või äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad teise isiku nimele samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks registreeritud või registreerimiseks esitatud varasema kaubamärgiga, kui registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba.

Võrreldes vaidlustatud kaubamärkide reproduktsioone (KaMS § 5 lg 8 kohaselt registreeritud kaubamärgi õiguskaitse ulatuse määramisel võetakse aluseks kaubamärgi reproduktsioon) ja asjas esitatud materjale (vt lisa 1, 2 ja 3), ei ole põhjendatud võrreldavate kaubamärkide identsus ja äravahetamiseni sarnasus.

Samas on põhjendatud Adriafruit Italia S.R.L. rahvusvahelise kaubamärgi **adria + kuju** assotsieeruvus Atria Yhtymä Oyj varasema kaubamärgiga **Atria + kuju** (reg nr 16541)

ning Lithells Aktiebolag varasema kaubamärgiga **ATRIA CONCEPT** (rahvusvah reg nr 766761).

*Euroopa Liidu Siseturu Ühtlustamise Ameti apellatsioonikomisjoni esimehe Stefano Sandri esitatud definitsiooni kohaselt on tegemist assotsieerumisega siis, kui*

*a) üldsus vahetab võrreldavad tähised ära (otsene assotsieerumine);*

*b) üldsus seostab võrreldavate tähiste omanikke ja vahetab need ära (kaudne assotsieerumine) või*

*c) üldsus peab tähist kaubamärgiga sarnaseks ning tähis meenutab kaubamärki, ehkki neid segi ei aeta (tõenäoline assotsieerumine).*

Antud juhul apellatsioonikomisjon, lähtudes vaidlustusavalduses esitatud tõenditest ja tuginedes vaidlustusavalduse esitajate kirjalikele selgitustele, tuvastas, et tähis **adria + kuju** on foneetiliselt sarnane kaubamärgiga **Atria + kuju**.

Kusjuures foneetiline sarnasus tuleneb eeskätt nende kaubamärkide domineerivate sõnaliste elementide *adria* ja *atria* sarnasusest, millest tulenevalt nimetatud kaubamärgid võivad tekitada assotsiatsioone (nn *tõenäoline assotsieerumine*).

Eeltoodust tulenevalt võib üldsus kaubamärgid **adria + kuju** ja **Atria + kuju** kõnes kasutamisel ära vahetada. Tulenevalt kaubamärkide **adria + kuju** ja **Atria + kuju** sõnaliste osade foneetilisest äravahetamiseni sarnasusest on kaubamärgid tervikuna assotsieeruvad.

Apellatsioonikomisjon leiab, et ühetäheline erinevus on antud kaubamärkide domineerivates sõnalistes elementides sedavõrd minimaalne, et ka kõige tähelepanelikum tarbija neid hääldades ei peaks neid erinevate ettevõtjate tähisteks, vaid eeldaks selliste kaubamärkidega tähistatud kaupade pärinemist ühest allikast.

See tähendab, et tarbija samastab neid kaubamärke ühe ja sama tootjaga ning eeldavad seega ka sarnasust kvaliteedis.

Kaubamärk **ATRIA CONCEPT** aga sisaldab lisaks kaubamärgi **adria + kuju** sõnalise osaga äravahetamiseni sarnasele osale sõna *concept*. Kaubamärkide puhul on üsna tavapärane praktika, et sisse juurutatud kaubamärgile lisatakse tootearenduse käigus täiendeid märgistamiseks uusi suundi.

Eeltoodust tulenevalt on tõenäoline, et tarbija ei vaheta küll kaubamärke **adria + kuju** ja **ATRIA CONCEPT** suulisel kasutamisel ära, küll aga võib seostada võrreldavate tähiste omanikke ja vahetada need ära (nn *kaudne assotsieerumine*).

Seejuures sõnal *concept* puudub kandev tähendus käesoleva kaubamärgi kontekstis. Sõna *concept* sobiks põhimõtteliselt mistahes sõnalise kaubamärgi täiendiks, seda sõna võiks iseenesest kasutada iga ettevõtja oma ettevõtte või toodete mingist kontseptsioonist rääkides.

Seega tuleb vaatlusalused kaubamärgid lugeda assotsieeruvateks.

Eeltoodu alusel, juhindudes TÕAS §-dest 59 ja 61, vana KaMS § 8 lg 1 p-st 2, uue KaMS § 41 lg-st 3, apellatsioonikomisjon

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

**rahuldada välismaiste juriidiliste isikute Atria Yhtymä Oyj ja Lihells Aktiebolag vaidlustusavaldus ja tühistada Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi adria + kuju (rahv reg nr 772145) registreerimise kohta Adriafruit Italia S.R.L. nimele klassis 31 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.**

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, kes soovib apellatsioonikomisjoni otsuse peale edasi kaevata menetlusnormide rikkumise tõttu, võib esitada kaebuse apellatsioonikomisjoni otsuse peale halduskohtule halduskohtumenetluse seadustikus sätestatud korras kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda apellatsioonikomisjoni otsus kaubamärgi kaitstavuse küsimuses ja kes soovib jätkata vaidlust hagimenetluse korras, võib esitada hagi kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates.

Kui kaebust ega hagi ei ole kolme kuu jooksul esitatud, loetakse apellatsioonikomisjoni otsus jõustunuks ja see kuulub täitmisele.

**Allkirjad:**

Eesistuja:

R. Laaneots

Liikmed:

E. Hallika

H.-K. Lahek