

MAJANDUS- JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 785-o

Tallinnas, 17. juulil 2006.a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon koosseisus Kirli Ausmees (eesistuja), Kerli Tults ja Tanel Kalmet, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku FERRERO S.p.A., aadress Piazzale Pietro Ferrero, ALBA (CN) I-12501 Itaalia, vaidlustusavalduse, mille objektiks on Patendiameti otsus registreerida tähis ROSHEN + kuju (taotlus nr M200300657, registreerimisotsus avaldatud Eesti Kaubamärgilehes nr 4/2004) klassis 30 OÜ Noires HA (aadress: Pärnu mnt. 160, 11317, Tallinn, Eesti) nimele.

Asjaolud ja menetluse käik

01.06.2004 esitas FERRERO S.p.A. tööstusomandi apellatsioonikomisjonile vaidlustusavalduse, milles vaidlustatakse kaubamärgi ROSHEN + kuju (taotlus nr M200300657) registreerimine klassis 30 (*maiustused, kondiitritooted, kompvکید, šokolaad, martsipan, marmelaad, kakaotooted, vahvlid, küpsised, kreekerid, suhkur, jäätis, mesi, siirup*) OÜ Noires HA nimele. Vaidlustusavaldus registreeriti apellatsioonikomisjonis numbri 785 all ja võeti menetlusse 07.06.2004. Vaidlustusavaldus anti eelmenetlemiseks komisjoni liikmele Kirli Ausmees'ile.

Vaidlustusavalduse esitas patendivolinik Martina Böckler OÜ LASVET, Pk 3136, 10505 Tallinn. Vaidlustusavaldusele oli lisatud riigilõivu 2500.00 kr tasumist tõendav dokument, volikiriri ning põhjendus tõenditega.

01.06. 2004 esitatud vaidlustusavalduses leiab FERRERO S.p.A. (edaspidi 'vaidlustaja'), et Patendiameti otsus registreerida kaubamärk ROSHEN + kuju OÜ Noires HA (edaspidi 'taotleja') nimele on vastuolus otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgiseaduse § 8 lg 1 p-ga 2, vastavalt millele *ei registreerita kaubamärgina tähiseid, 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*

Vaidlusavalduse esitaja leiab, et OÜ Noires HA poolt registreerimiseks esitatud kaubamärk ROSHEN + kuju on äravahetamiseni sarnane ja assotsieeruv vaidlustaja varasema siseriikliku kaubamärgiga nr 28747 ROŠER (esitatud kirillitsas: Рошер) ja rahvusvahelise registreeringuga nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju. Mõlema ülalmainitud kaubamärgi kaupade loetelu katab sarnaselt vaidlustatava kaubamärgiga klassi 30 kuuluvaid kaupu.

Vaidlustaja märgib, et ülalmainitud varasemad märgid ja registreerimiseks esitatud kaubamärk ROSHEN + kuju ei ole identsed, ent tegemist on äravahetamiseni sarnaste või assotsieeruvate tähistega. Vaidlustaja sõnul on kaubamärgi ROSHEN + kuju eristusvõimelisemaks ja tarbijate tähelepanu köitvaks elemendiks kahtlemata selle sõnaline osa ning kujundus jääb tagaplaanile, tema arvates ei erine sõna ROSHEN piisavalt vaidlustaja

Address:
Harju 11
15072

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

Faks:
6 313 660

kaubamärkidest ROŠER (kirillitsas) ja FERRERO ROCHER + kuju ja märkide segiajamise võimalus ei ole välistatud. Vaidlustaja sõnul ilmneb see eelkõige võrreldavate märkide sõnaliste osade hääldamisel. Ta väidab, et eesti keele hääldusreeglite kohaselt hääldatakse sõna ROSHEN kui ROŠEN ning sellest tulenevalt on sõna ainukeseks erinevuseks varasematest kaubamärkidest viimane täht N. Vaidlustaja väidab, et erinevused sõna lõpuosas on kõige kehvemini tajutavad ning olulisem roll on sõna algusel. Võrreldes sõnade ROŠER, ROCHER ja ROSHEN pikkust ja äärmiselt sarnast hääldust, leiab vaidlustaja, et üldmulje seisukohalt on raske tajuda märkides sisalduvaid erinevusi ning seega eksisteerib ka suur tõenäosus, et tarbijad ajavad kaubamärgi "ROSHEN + kuju" segi vaidlustajale kuuluvate ülalmainitud varasemate kaubamärkidega.

Vaidlustaja sõnul tuleks arvestada ka asjaoluga, et keskmine tarbija näeb ja võrdleb kahte märki kõrvuti ja samaaegselt väga harva ning seetõttu saab määravaks tarbija mällu jääv kaubamärkide üldmulje, mis ei ole vaidlustaja arvates antud märkide puhul piisavalt erinev. Ülaltoodud asjaolusid arvesse võttes järeldab vaidlustaja, et kaubamärk ROSHEN + kuju on oma üldmuljelt äravahetamiseni sarnane ja/või assotsieeruv vaidlustaja varasemate kaubamärkidega.

Vaidlustaja on seisukohal, et kõnealuste kaubamärkide segiajamisohtu tarbijate hulgas suurendab ka asjaolu, et taotleja soovib oma märgi registreerida vaidlustajale kuuluvate kaubamärkidega tähistatud kaubaga identsete ja samaliigiliste kaupade tähistamiseks ning selleks puudub vaidlustaja kirjalik nõusolek. Seega palub vaidlustaja juhindudes kehtiva KaMS § 41 lõikest 2 ja tuginedes Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud KaMS § 8 lg 1 p-le 2 tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi ROSHEN + kuju registreerimise kohta klassis 30 taotleja nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavalduse juurde lisas vaidlustaja järgmised materjalid:

- Koopia Kaubamärgilehe 4/2004 leheküljest 28 kaubamärgi ROSHEN + kuju registreerimise kohta;
- Koopia kaubamärgitunnistusest nr 28747 – kaubamärk Пошep + kuju
- Väljatrükk Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist rahvusvahelise registreeringu nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju kohta

09.06.2004 edastas apellatsioonikomisjon vaidlustusavalduse ja selle sisu taotlejale ning tegi talle ettepaneku esitada kolme kuu jooksul vaidlustusavalduse menetlusse võtmise päevast arvates kirjalik seisukoht vaidlustusavalduse nr 785 kohta. 06.09.2004 esitas taotleja oma seisukohad vaidlustusavalduse 785 osas. Taotleja esitas ka volikirja, mille kohaselt tema esindajaks on patendivolnik Jüri Käosaar Patendibüroost Käosaar & CO aadressiga Tähe 94, 50107 Tartu.

Taotleja vaidleb vaidlustusavaldusele vastu pidades seda alusetuks, kuna vaidlustaja on võrrelnud kaubamärkide sõnalisi osi foneetiliselt, kuid on eksinud sealjuures põhimõtte vastu, et kaubamärke tuleb käsitleda tervikuna ning antud vaidlustusavalduses visuaalne ja semantiline võrdlus puudub. Samuti heidab taotleja vaidlustajale ette, et vaidlustusavalduses pole esitatud tõendeid selle kohta, et tarbijad võiksid pidada kõnealuseid kaubamärke äravahetamiseni sarnasteks või assotsieeruvateks. Taotleja viitab Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsustele nr 453-o, 454-o, 496-o, 533-o, 638-o ja 672-o, milles nenditakse, et ei piisa vaid väidetest, et kaubamärgid on assotsieeruvad, vaid seda tuleb ka tõendada. Samuti leiab taotleja, et vaidlustaja pole isegi kindlalt väitnud, et tegu on

assotsieerivate kaubamärkidega, vaid kasutab kombinatsiooni “...äravahetamiseni sarnased ja/või assotsieeruvad“

Taotleja võrdleb kaubamärke visuaalselt, foneetiliselt ja semantiliselt:

Rahvusvaheline registreering nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju sisaldab lisaks sõnale ROCHER ka tugeva eristusvõimega graafilist osa ja sõna FERRERO ning siseriikliku kaubamärgi nr 28747 puhul on tegemist sõnamärgiga, mis on kirjutatud kirillitsas (Рошеp). Ka vaidlustatud kaubamärk (taotlus nr M200300657) sisaldab graafilist elementi, mis suurendab märgi eristusvõimet.

Taotleja väidab, et rahvusvahelise registreeringu nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju puhul on vaidlustaja käsitletud vaid üht osa kaubamärgist – sõna ROCHER, mis ei ole taotleja sõnul antud kaubamärgi domineeriv osa. Kui vaadelda kaubamärke kui tervikuid, siis on taotleja jaoks rahvusvahelise registreeringu nr 799546 domineeriv osa šokolaadipallide kujutis ning tuntud kaubamärk FERRERO, sellele järgnev sõna ROCHER jääb aga tagaplaanile, sest taotleja arvates kinnitub tarbija mällu sõnakombinatsiooni esimene osa, eriti arvestades asjaolu, et tegu on tuntud kaubamärgiga. Sellest tulenevalt leiab taotleja, et varasem rahvusvaheline registreering ja hilisem registreerimiseks esitatud kaubamärk ei ole äravahetamiseni sarnased ega assotsieeruvad.

Siseriiklik kaubamärk nr 28747 on kirillitsas kirjutatud sõnamärk Рошеp ning taotleja arvates tuleb antud märgi ja hilisema registreerimiseks esitatud kaubamärgi ROSHEN + kuju visuaalsel võrdlusel tõdeda, et märkidel puudub sarnasus. Taotleja väidab, et märkide sõnalised osad ei lange kokku ühegi tähe osas ning vaidlustatud kaubamärgi sõnaline osa on ka ühe tähemärgi võrra pikem ja selle eristusvõimet suurendab graafiline osa. Taotleja juhib siinkohal tähelepanu Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsusele nr 573-o, milles tõdetakse, et *’... sõnamärgid Tivator ja Divatir ei ole visuaalselt äravahetamiseni sarnased, sest sõnade esimesed visuaalselt täiesti erineva kujuga tähed ei luba neid segi ajada’*. Seega arvab taotleja, et ka kaubamärke ROSHEN + kuju ja Рошеp + kuju ei saa äravahetamiseni sarnaseks lugeda, sest sõnad koosnevad visuaalselt erineva kujuga tähtedest ning puudub ka assotsieeruvus.

Taotleja nendib, et kaubamärkide ROSHEN + kuju ja rahvusvahelise registreeringu nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju foneetiline analüüs vaidlustaja poolt piirdub vaid väitega, et sõnad ROSHEN ja ROCHER on sarnase hääldusega, tõendeid toodud ei ole. Taotleja sõnul tuleks aga võrrelda sõna ROSHEN ja sõnade kombinatsiooni FERRERO ROCHER foneetilist sarnasust. Seda tehes jõuab taotleja järeldusele, et vaadeldavad sõnalised osad erinevad üksteisest nii sõnade kui ka silpide arvu poolest ning ei ole foneetiliselt äravahetamiseni sarnased.

Kaubamärgi nr 28747 puhul vaidlustab taotleja vaidlustaja väite nagu hääldataks eesti keele hääldusreeglite kohaselt sõna ROSHEN kui ROŠEN. Taotleja väidab, et Eesti keele sõnaraamatu järgi hääldatakse tähte Š kui ŠAA, mitte kui SH, seega vastanduvad foneetiliselt sõnad ROSHEN ja ROŠER, mille ainsaks sarnasuseks on taotleja sõnul nende sarnane algus. Taotleja on nõus vaidlustaja väitega, et erinevused sõna lõpuosas on halvemini tajutavad ning olulisem roll on sõna algusel, ent siinkohal meenutab taotleja Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsust nr 476-o, milles komisjon selgitas kaubamärgi tervikuna vaatlemise ja analüüsimise tähtsust ja milles väidetakse, et asjaolu, et kaubamärkide algusosad on foneetiliselt (kuid mitte visuaalselt) identsed, ei muuda iseenesest kaubamärke visuaalselt ja foneetiliselt äravahetamiseni sarnasteks ja assotsieerivateks.

Kaubamärgid ROSHEN + kuju ja Пошеп on taotleja sõnul visuaalselt täiesti erinevad ning foneetiline sarnasus piirdub vaid kahe esimese tähega ning seega ei ole kõnealused kaubamärgid foneetiliselt äravahetamiseni sarnased ega assotsieeruvad.

Taotleja leiab, et vaadeldavad kaubamärgid ei ole sarnased ega assotsieeruvad ka semantiliselt. Taotleja käsitleb rahvusvahelises registreeringus nr 799546 esinevat sõna FERRERO kui itaalia perekonnanime ja sõna ROCHER kui prantsusekeelset sõna, mille tähenduseks on 'kalju, kaljurünk' ja kaubamärk nr 28747 Пошеп on ülalnimetatud prantsusekeelse sõna transliteratsioon kirillitsas.

Vaidlustatud kaubamärgi sõnaline osa ROSHEN on aga kaubamärgi omaniku sõnul tähenduseta abstraktne sõna ning seega puudub taotleja sõnul käsitlevate kaubamärkide vahel igasugune semantiline sarnasus ning assotsieeruvus.

Kokkuvõtvalt leiab taotleja, et vaidlustaja ei ole suutnud tõendada ei käsitletavate kaubamärkide äravahetamiseni sarnasust ega ka assotsieerumist. Tema sõnul on võrreldavad kaubamärgid visuaalselt, foneetiliselt ja semantiliselt erinevad ning vaidlustusavalduses esitatud paljasõnaliste oletuste põhjal, et kaubamärgid võivad olla assotsieeruvad, piiraks kaubamärgi registreerimisest keeldumine oluliselt vaidlustatud märgi omaniku õigusi. Sellest tulenevalt palub taotleja jätta vaidlustusavaldus täielikult rahuldamata.

Oma vastusele vaidlustusavalduse nr 785 osas oli taotleja lisanud järgmised materjalid:

- Väljatrükk Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist ROSHEN + kuju registreerimise kohta;
- Väljatrükk Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist rahvusvahelise registreeringu nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju kohta
- Väljatrükk Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist
- Väljavõte Eesti keele sõnaraamatust
- Väljavõte Prantsuse-eesti sõnaraamatust

08.09.2004. edastas tööstusomandi apellatsioonikomisjon taotleja seisukohad vaidlustajale ning vastavalt tööstusomandi apellatsioonikomisjoni põhimääruse § 15 lg-le 3 anti talle aega kirjalikule seisukohale vastata 3 kuud ja esitada oma vastus hiljemalt 10.12.2004.

Vaidlustaja esitas oma vastuse taotleja seisukohtadele vaidlustusavalduse nr 785 asjus 09.12.2004. Vaidlustaja ei nõustu taotleja seisukohtadega ja jääb oma 01.06.2004. esitatud seisukohtade juurde ning täiendab oma vaidlustusavaldust järgneva:

Vaidlustaja arutleb kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse üle ning toob näited Euroopa Kohtu otsustest C-342/97 LLOYD SCHUHFABRIK MEYER ja C-251/95 SABEL. Neile kohtuasjadele viidates märgib vaidlustaja, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosus on risk, et avalikkus võib uskuda, et kaubad või teenused tulevad samalt ettevõttelt või temaga majanduslikult seotud ettevõttelt. Kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid faktoreid, sealhulgas visuaalset, foneetilist ja kontseptuaalset sarnasust ning nimetatud hinnang peab tuginema üldisele tarbijal tekkivale kujutluspildile.

Kaubamärkide assotsieerumise tõenäosus määratleb kaubamärkide segiajamise tõenäosuse ulatuse ega ole sellele alternatiivseks keeldumise aluseks. Vaidlustaja sõnul tuleb kaubamärkide assotsieerumise hindamisel lähtuda samadest põhimõtetest ja kriteeriumitest, millest lähtutakse kaubamärkide segiajamise tõenäosuse hindamisel s.t. kaubamärke tuleb võrrelda nii foneetiliselt, visuaalselt kui ka kontseptuaalselt.

Vaidlustaja viitab nii Eesti haldus- kui ka kohtupraktikale ja Euroopa Kohtu praktikale ning toob välja järgmised kaubamärkide assotsieerumise vorme:

- üldsus vahetab võrreldavad tähised ära (otsene assotsieerumine)
- üldsus seostab võrreldavate tähiste omanikke ja vahetab nad ära (kaudne assotsieerumine)
- üldsus leiab, et võrreldavad tähised on sarnased ning kujutus ühest tähisest meenutab teist tähist kuigi neid tähiseid omavahel ära ei vahetata (assotsieerumine ranges tähenduses)

Edasi võrdleb vaidlustaja kaubamärke visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt.

Kaubamärkide ROSHEN + kuju ja Пошep + kuju visuaalne võrdlus:

Vaidlustaja märgib, et visuaalselt on tähiste ROSHEN + kuju ja varasema märgi Пошep + kuju domineerivateks elementideks nende sõnalised osad. Illustreerituna Eesti Statistikaameti andmetest, mille kohaselt kolmandiku kogu Eesti tarbijaskonnast moodustavad vene keelt kõnelevad inimesed ning suur osa meie riigi tarbijaskonnast räägib ja mõistab nii eesti kui vene keelt, peab vaidlustaja tõenäoliseks, et vene keelt kõnelev sektor peab vaidlustatud kaubamärki ROSHEN + kuju varasema märgi Пошep + kuju transliteratsiooniks ladina tähestikku. Kui me kirjutaks vaidlustatud märgi ROSHEN + kuju kirillitsas, erineks see varasemast märgist Пошep + kuju vaid ühe tähe võrra. Tulenevalt ülaltoodust ja vaidlustaja traditsioonist tähistada oma tooteid kaubamärkidega nii slaavi kui ka ladina tähestikus, peab vaidlustaja vaatamata märkide mõningatele visuaalsetele erinevustele tõenäoliseks, et tarbijad peavad tähise ROSHEN + kuju omanikuks ekslikult vaidlustajat.

Kaubamärkide ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju visuaalne võrdlus:

Vaidlustaja leiab, et ka kaubamärgi FERRERO ROCHER + kuju domineerivamaks elemendiks on kaubamärgi sõnaline osa. Tema sõnul oleks vaid šokolaadipallide kujutis maiustusepakendil selgelt kirjeldav ega võimaldaks eristada ühe tootja samaliigilisi kaupu teise tootja samaliigilistest kaupadest.

Vaidlustaja leiab, et levinud äripraktika kohaselt tähistavad mitmed tootjad oma tooteid kaubamärkidega, mis sisaldavad nii tootja ärinime kui ka konkreetset tootegrupi nime. Kuna vaidlustaja on oma toodetega Eesti turul olnud juba ca 10 aastat, siis leiab ta, et nii tootja ärinimi kui ka tootesarjade nimed peaksid tarbijale juba hästi teada olema. Seega arvab vaidlustaja, et kaubamärgis FERRERO ROCHER + kuju pole sõna 'rocher' mitte vähem tähtis kui sõna 'ferrero', kuna laia tootevaliku tõttu valib tarbija toote mitte ainult tootjast, vaid ka konkreetsest tootegrupist lähtuvalt. Just seetõttu arvab vaidlustaja sõna 'rocher' loovat tugeva seose konkreetsete toodete ja tootja vahel. Ta kordab, et vaidlustatud tähises sisalduv sõna 'roshen' on sarnane varasemas märgis sisalduva sõnaga 'rocher' - mõlemad sõnad on esmapilgul ühepikkused ning sõnad algavad identsete tähtedega 'ro' ja lõppevad sarnaselt vastavalt tähtedega 'en' ja 'er'. Sellest tulenevalt leiab vaidlustaja, et vaatamata mõningatele visuaalsetele erisustele, sisaldavad vaadeldavad märgid sarnast domineerivat elementi ja seetõttu on nende assotsieerumine tõenäoline, st tarbijad peavad ekslikult tähise ROSHEN + kuju omanikuks vaidlustajat. Siinkohal viitab vaidlustaja ka Tallinna Halduskohtu 14.05.2002 otsusele haldusasjas nr 3-718/2002, mille punktis 6 on kohtu seisukoht järgmine: *kaudse assotsieerumise tuvastamisel on põhjendatud kaubamärkide domineerivate elementide võrdlemine.*

Kaubamärkide **ROSHEN + kuju ja Рове́р + kuju** foneetiline võrdlus:

Vaidlustaja märgib, et kõnealused tähised on ühepikkused koosnedes samast arvust silpidest. Ent ta vaidleb vastu taotleja järeldusele, et täheühendit 'sh' hääldatakse 'SH' mitte 'Š' (vaidlustaja märgib 'SHAA'). Vaidlustaja väidab, et slaavi tähestiku täht 'ш' hääldub identselt täheühendiga 'sh' ning sellest tulenevalt väidab ta kõnealused tähised olevat foneetiliselt peaaegu identsed, erinedes vaid viimaste tähtede poolest.

Kaubamärkide **ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju** foneetiline võrdlus:

Siinkohal arutleb vaidlustaja veelkord sõnade 'rocher' ja 'roshen' sarnasuste üle ja leiab, et kahtlemata on kaks sõna, mis koosnevad sarnasest arvust tähtedest, identsest arvust silpidest ning mille esimesed tähed 'ro' on identsed, keskosas on identse hääldusega täheühend 'sh' või 'ch' ning teised silbid erinevad vaid ühe tähe poolest, foneetiliselt väga sarnased. Vaatamata sellele, et kaubamärk FERRERO ROCHER + kuju koosneb kahest sõnast, seostavad vaidlustaja arvates tarbijad just sõna 'rocher' konkreetse vaidlustaja tootega. Vaidlustaja arvates meenub tarbijale kuuldus sõna 'roshen' tuntud sõnaühend 'ferrero rocher' ning vaatamata sellele, et varasem kaubamärk koosneb kahest sõnast, on tegemist siiski kaudselt assotsieeruvate märkidega.

Kaubamärkide kontseptuaalne võrdlus:

Vaidlustaja väidab, et kõik käesolevas asjas võrreldavad tähised koosnevad tähenduseta sõnadest. Kuna Eesti keskmisel tarbijal puudub igapäevane kokkupuude prantsuse keelega ning kuna sõna 'rocher' prantsuse keeles on suhteliselt spetsiifiline, siis ei kuulu see isegi algtasemel keeleoskusega tarbija sõnavarasse. Sõna 'Ferrero' kohta ütleb aga vaidlustaja, et see on Eestis klassi 30 kaupade osas tuntud kui tootja ärinimi ning seega ei tekita kaubamärk FERRERO ROCHER + kuju keskmises tarbijas mingeid kontseptuaalseid seoseid ega kujutluspilte. Ning kuna käesolevas asjas puudub vaidlustaja sõnul Eesti tarbijate jaoks kontseptuaalne tähendus, siis ei aita see tarbijatel nimetatud kaubamärke üksteisest eristada.

Vaidlustaja viitab kaubamärkide äravahetamise tõenäolisuse hindamisel printsiibile, mille kohaselt suure eristusvõimega varasema kaubamärgi äravahetamise tõenäosus on suurem kui see oleks väikese eristusvõimega varasema kaubamärgi puhul. Veelkord mainib vaidlustaja põhimõtet, mille kohaselt keskmisel tarbijal on harva võimalus võrrelda erinevaid kaubamärke vahetult, tarbija võrdlus kaubamärkide osas tugineb üldjuhul ainult talle meelde jäänud ebatäielikule kujutuspildile varem nähtud kaubamärkidest (vt. Euroopa Kohtu otsus C-342/97 LLOYD SCHUHFABRIK MEYER, punkt 26)

Seega, arvestades asjaolu, et kaubamärgid **ROSHEN + kuju ja Рове́р + kuju** on visuaalselt sarnased ning foneetiliselt peaaegu identsed, leiab vaidlustaja, et nimetatud märgid on kehtinud KMS § 8 lg 1 p 2 mõistes äravahetamiseni sarnased ning visuaalselt, kaudselt ja foneetiliselt otseselt assotsieeruvad. Arvestades asjaolu, et kaubamärgid **ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju** domineerivad elemendid on nii visuaalselt kui ka foneetiliselt sarnased, on nimetatud kaubamärgid kehtinud KMS § 8 lg 1 p 2 mõistes äravahetamiseni sarnased ja kaudselt assotsieeruvad. Tuginedes ülaltoodule ning kehtinud ja praegu kehtivale kaubamärgiseadusele jääb vaidlustaja käesolevas asjas oma 01.06.2004. esitatud nõude juurde.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon tegi vaidlustajale ettepaneku esitada oma lõplikud seisukohad antud asjas hiljemalt 26.05.2005. 24.05.2005 esitas vaidlustaja oma lõplikud seisukohad, milles jääb oma 01.06.2004. esitatud vaidlustusavalduse juurde ja palub tulenevalt kehtiva KaMS § 41 lõikest 2 ja tuginedes Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud KaMS § 8 lg 1 p-le 2 tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi ROSHEN + kuju registreerimise kohta klassis 30 taotleja nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustaja esitab veelkord eraldi kaubamärkide ROSHEN + kuju ja Рoшep + kuju ning ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju võrdlused. Samuti toob vaidlustaja veelkord esile vene keelt kõneleva elanikkonna suure osakaalu Eesti tarbijate hulgas ning peab tõenäoliseks võimalust, et see osa tarbijaist peab vaidlustatud kaubamärki ROSHEN + kuju varasema märgi Рoшep + kuju transliteratsiooniks ladina tähestikku. Foneetilises analüüsis rõhutab vaidlustaja jällegi tähiste sarnasust: need on ühepikkused, koosnevad samast arvust silpidest, täht 'ш' varasemas märgis hääldub identselt täheühendiga 'sh' ning sellest tulenevalt on vaadeldavad tähised foneetiliselt peaaegu identsed. Lõplikes seisukohtades rõhutab vaidlustaja, et tähist ROSHEN + kuju taotletakse vastandatud märgiga Рoшep + kuju identsete kaupade tähistamiseks.

Kaubamärkide ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju võrdluses kordab vaidlustaja, et kaubamärgi FERRERO ROCHER + kuju domineerivaks elemendiks on selle sõnaline osa. Vaidlustaja leiab, et sõna 'rocher' ei ole varasemas märgis FERRERO ROCHER + kuju mitte vähemtähtis kui sõna 'ferrero' ning just sõna 'rocher' loob tarbijais tugeva seose konkreetsete toodete ja tootja vahel. Vaidlustaja esitab veelkord sõnade 'roshen' ja 'rocher' foneetilise analüüsi ja märgib, et tarbijad seostavad just sõna 'rocher' konkreetsete vaidlustaja toodetega ning tähist ROSHEN + kuju taotletakse vastandatud märkidega Рoшep + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju identsete kaupade tähistamiseks.

Oma lõplikes seisukohtades märgib vaidlustaja, et kaubamärkide sarnasus ning kaupade ja teenuste samaliigilisus moodustavad kaks eraldiseisvat kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamise kriteeriumi, kusjuures erinevused kaupade ja teenuste vahel on seda väiksema tähtsusega, mida sarnasemad on kaubamärgid ning vastupidi ning käesolevas asjas on võrreldavate kaupade loetelud identsed. Seetõttu on vaidlustaja arvates sarnasused mistahes kaubamärkide vahel kaubamärkide äravahetamise ja assotsieeruvuse tõenäosuse kontrollimise aspektist sellevõrra kaalukamad. Vaidlustaja rõhutab, et tema varasemate kaubamärkide ning tähise ROSHEN + kuju äravahetamise tõenäosus on suurem kui see oleks väikese eristusvõimega varasemate kaubamärkide puhul.

01.06.2005. tegi tööstusomandi apellatsioonikomisjon taotlejale ettepaneku esitada oma lõplikud seisukohad antud asjas hiljemalt 04.07.2005.

Taotleja esitas oma lõplikud seisukohad 01.07.2005, milles jääb oma varem esitatud seisukohtade juurde, mille kohaselt kaubamärgid ROSHEN + kuju ja Рoшep + kuju ning ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju ei ole omavahel äravahetamiseni sarnased ega assotsieeruvad. Taotleja leiab, et selle väitmine on meelevaldne ning ei ole põhjendatud, samuti leiab ta, et vaidlustusavaldust pole piisavalt motiveeritud.

Taotleja ei ole nõus vaidlustaja väitega, et tarbija näeb kaht kaubamärki samaaegselt ja kõrvuti väga harva ning seetõttu saab määravaks tarbijale jäädvustunud üldmulje.

Samaliigiliste ja identsete kaupade puhul pole alust arvata, et neid ei müüda kõrvuti. Taotleja rõhutab veelkord, et vaidlustaja ei ole oma esialgses kaebuses ega ka hilisemates arvamustes võrrelnud kõnealuseid kaubamärke tervikuna, vaid korduvalt vaid nende sõnalist osa kõrvutanud. Taotleja arvates on aga tarbija seisukohalt kõige olulisem kaubamärkide visuaalne sarnasus.

Võrreldes uuesti kaubamärke ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju leiab taotleja, et märkide kujunduselemendid on väga erinevad – vaidlustaja märgil on esiplaanil kommide kujutis ja märgi erksavärvilisus suurendab selle eristusvõimet. Taotleja märk on tagasihoidlikum – sõnaline osa asetatud lehvivale lindile. Taotleja ei ole nõus ka vaidlustaja väitega nagu oleksid märgid foneetiliselt 'peaaegu identsed', kuna taotleja kaubamärgi hääldatakse 'ROŠEN', vaidlustaja märki aga 'FERRERO ROSHE'. Taotleja nõustub, et märkide häälduses on sarnaseid elemente, kuid kindlasti mitte ei ole need foneetiliselt identsed. Lisaks ei ole taotleja arvates vähetähtis ka fakt, et Eesti elanikkonna hulgas on vähe prantsuse keele rääkijaid, seega on ta veendunud, et suur osa tarbijaist hääldab vaidlustaja kaubamärgi kui 'FERRERO ROKHER', mitte prantsuse keele hääldusreegleid järgides. Taotleja kordab, et ka semantiliselt ei ole märkidel midagi ühist, selle kohta on tõendid esitatud juba varem.

Võrreldes kaubamärke ROSHEN + kuju ja Рoшeп + kuju, leiab taotleja, et märgid on visuaalselt täiesti erinevad. Kuna tähise Рoшeп + kuju kujundus seisneb ainult kirillitsas, siis kujundelemente on väga raske võrrelda. Samuti puudub märkidel semantiline sarnasus. Foneetilise sarnasuse kohta ütleb taotleja, et teatud foneetiline sarnasus võib eksisteerida ainult eeldusel, et sõnu hääldab isik, kes valdab nii eesti kui vene keelt. Vaidlustaja väidet, et vene keelt kõnelevad tarbijad peavad taotleja märki ROSHEN + kuju vaidlustaja märgi Рoшeп + kuju transliteratsiooniks ladina keelde, peab taotleja meelevaldseks ja põhjendamatuks. Visuaalselt ja semantiliselt on märgid taotleja arvates täiesti erinevad ja teatav foneetiline sarnasus ei ole nii määrava tähtsusega, et vaadeldavaid märke saaks pidada äravahetamiseni sarnasteks ja assotsieeruvateks.

Arvestades eeltoodut ning toetudes oma varasemalt esitatud seisukohtadele palub taotleja jätta vaidlustusavaldus täiesti rahuldamata.

Apellatsioonikomisjon, hinnanud esitatud vaidlustusavaldust ja muid tõendeid kogumis, otsustas jätta vaidlustusavalduse rahuldamata.

Alates 01.05.2004. a kehtiva tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 65 lg 2 ning samast kuupäevast kehtiva uue KaMS § 72 lg 5 kohaselt tuleb käesoleva otsuse tegemisel kohaldada alates 01.05.2004. a kehtivaid menetlusnorme, kuid Patendiameti otsuse tegemise ajal (s.o kuni 30.04.2004. a) kehtinud kaubamärgiseaduses sätestatud aluseid. Seega tuleb käesolevas asjas hinnata, kas kaubamärgile ROSHEN + kuju õiguskaitse andmine on vastuolus kuni 30.04.2004. a kehtinud KaMS §8 lg 1 p-ga 2.

Vaidlustatud kaubamärk ROSHEN + kuju on registreeritud klassis 30 (*maiustused, kondiitritooted, kompvekid, šokolaad, martsipan, marmelaad, kakaotooted, vahvlid, küpsised, kreekerid, suhkur, jäätis, mesi, siirup*) taotleja nimele, registreerimisotsus avaldati Eesti Kaubamärgilehes nr 4/2004.

Vaidlustaja leiab, et oma otsusega registreerida kaubamärk ROSHEN + kuju taotleja nimele, on Patendiamet rikkunud kuni 30.04.2004. kehtinud kaubamärgiseaduse § 8 lg 1 p 2, mille

alusel 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.

Vaidlustaja arvates on kaubamärk ROSHEN + kuju äravahetamiseni sarnane ja assotsieeruv tema varasema siseriikliku kaubamärgiga nr 28747 Пошеп + kuju ja rahvusvahelise registreeringuga nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju (prioriteedikuupäevad vastavalt 16.12.1997 ja 06.12.2002). Mõlema ülalmainitud kaubamärgi kaupade loetelu katab sarnaselt vaidlustatava kaubamärgiga klassi 30 kuuluvaid kaupu.

Apellatsioonikomisjon on vaidlustajaga nõus, et kaubamärgi ROSHEN + kuju puhul on selle meeldejäavamaks osaks sõnaline element ning kujundus jääb tagaplaanile. Ent ühe märgi vähene kujundatus ei saa olla põhjuseks, mis teeks võrreldavast kolmest märgist äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad tähised. Erinevalt vaidlustajast leiab appellatsioonikomisjon, et nimetatud märgid on piisavalt erinevaid, et eristada ühe tootja kaupu teise tootja omadest.

Apellatsioonikomisjon ei saa nõustuda vaidlustaja väitega, et eesti keele hääldusreeglite kohaselt hääldatakse sõna ROSHEN kui ROŠEN ning sellest tulenevalt on sõna ainukeseks erinevuseks varasematest kaubamärkidest viimane täht N. Teadaolevalt ei luba eesti õigekeelsusreeglid asendada häälikut š häälikuühendiga **sh** ega vastupidi (selline arusaam on ilmselgelt juurdunud arvutiajastul ning on puhtalt pragmaatiline – tähemärki š ei ole tavaliselt Eestis müüdavatel arvutiklaviatuuridel ning selle tekitamine on keeruline ning aeganõudev, seega on see mõne teise keele näitel asendatud täheühendiga **sh**). Š-na võib hääldada nii häälikut š (nt sõnas *paša*) kui ka **sh** (nt inglise Shelley), ent **sh** võib häälduda ka eraldi silpides, **s** ja **h** häälikutena: nt toidunimi *pasha* ning ka mitmetes nimedes. Seega ei ole ROSHEN hääldamine variandis 'rošen' sugugi mitte ainus võimalus, välistada ei saa ka varianti, et keskmine tarbija hääldab häälikuid s ja h eraldi silpides eraldi häälikutena: *ros-hen* (vt Keelenõuanne soovitab – <http://www.eki.ee/keeleabi/artiklid/shzhch.html>).

Samuti vaidleb Apellatsioonikomisjon vastu vaidlustaja väitele, mille kohaselt ainukeseks erinevuseks varasematest kaubamärkidest on kaubamärgi ROSHEN + kuju viimane täht N. Vaidlustaja unustab siinkohal kaubamärkide kui tervikute analüüsimise printsiibi ning jätab tähelepanuta ühes varasematest märkidest sisalduva sõna FERRERO ning kujutiselemendi ning teise varasema märgi kirillitsa kirjapildi, mis ei tee sugugi mitte ainult tähte N kaubamärke eristavaks elemendiks. Sama fakti unustab vaidlustaja ka väites, et võrreldes sõnade ROŠER, ROCHER ja ROSHEN pikkust ja äärmiselt sarnast hääldust, on üldmulje seisukohalt raske tajuda märkides sisalduvaid erinevusi ning seega eksisteerib ka suur tõenäosus, et tarbijad ajavad kaubamärgi "ROSHEN + kuju" segi vaidlustajale kuuluvate ülalmainitud varasemate kaubamärkidega.

Võrdluse aluseks tuleb siiski võtta kolm piisavalt erinevat kaubamärki:

ROSHEN + kuju
FERRERO ROCHER + kuju
Пошеп

Antud kaubamärke vaadeldes ei saa me märgi üht või teist elementi analüüsi alt välja jätta. Oma 09.12.2004. vastuses taotleja seisukohtadele esitab vaidlustaja kaubamärkide ROSHEN + kuju ja Пошеп + kuju ning ROSHEN + kuju ja FERRERO ROCHER + kuju visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse analüüsi. Apellatsioonikomisjon peab vähetõenäoliseks

vaidlustaja väidet nagu peaks vene keelt kõnelev tarbija kaubamärki ROSHEN + kuju varasema märgi Рoшeп + kuju transliteratsiooniks ladina tähestikku, antud väide on tõestamata. Kõrvale ei saa jätta fakti, et tegemist on siiski kujutismärgi ning kirillitsas kirjutatud sõnamärgi vastandusega, samuti ei saa sõna ROSHEN üksüheselt kirillitsasse translitereerida (slaavi häälik **ш** vs häälikuühend **sh** ja märkide lõpuhäälikud **н** vs **р**). Statistikaameti andmete põhjal võib oletada, et Eesti vene keelt kõneleva elanikkonna enamus tunneb ka ladina tähestikku ja suure tõenäosusega oskab suur osa sellest elanikkonnast ka eesti või mõnda teist ladina tähestikuga tähistatavat keelt, seega pole mõtteline sõnade translitereerimine ühest keelest teise sugugi mitte tõenäoline.

Vaidlustaja väide, et kaubamärgi FERRERO ROCHER + kuju sõnaline osa on kaubamärgi domineerivamaks elemendiks, vaid šokolaadipallide kujutis maiustusepakendil oleks selgelt kirjeldav ega võimaldaks eristada ühe tootja samaliigilisi kaupu teise tootja samaliigilistest kaupadest, läheb vastuollu vaidlustaja tegevusega. Nimelt on vaidlustaja soovinud Eestis õiguskaitset järgmistele rahvusvahelistele registreeringutele:

reg.nr. 783578	ruumiline märk (kompvekid karbis)
reg.nr. 783646	ruumiline märk (kompvekid kiles)
reg.nr. 783985	ruumiline märk (kompveki kujutis)

Neile registreeringutele Eesti Vabariigis õiguskaitse andmine näitab, et ka šokolaadipallide kujutist peetakse piisava eristusvõimega kaubamärgiks, mis on võimeline eristama ühe tootja samaliigilisi kaupu teise tootja samaliigilistest kaupadest. Seega ei saa kaubamärgi FERRERO ROCHER + kuju puhul kujunduslikku elementi - šokolaadipallide kujutist ja erksaid värvitoone - jätta tähelepanu alt välja ning võrrelda vaid märkide sõnalisi osi ROSHEN ja ROCHER nagu vaidlustaja seda algses vaidlustusavalduses tegi.

Apellatsioonikomisjon on seisukohal, et rahvusvahelise registreeringu nr 799546 FERRERO ROCHER + kuju graafiline osa on väga tugeva eristusvõimega ning selle analüüsi alt välja jätmise või graafilise elemendi osatahtsuse vähendamine on meelevaldne ja põhjendamata. Ülalmainitud šokolaadipallide kujutis ning kirkad värvid on elemendid, mis muudavad kahe märgi esmamulje absoluutselt erinevaks. Nagu märgib ka taotleja, on nende esitatud kaubamärk ROSHEN + kuju tagasihoidlikum ning vaoshoitum. Vaadeldes vaidlustaja kaubamärkide registreerimiseks esitamise ning Patendiameti kaubamärkide registreerimise praktikat ning analüüsid märkide visuaalset külge leiab Apellatsioonikomisjon, et antud kahel märgil puudub visuaalne sarnasus.

Vaidlustaja väidab oma 09.12.2004. vastuses, et vaidlustatud tähises sisalduv sõna 'roshen' on sarnane varasemas märgis sisalduva sõnaga 'rocher' - mõlemad sõnad on esmapilgul ühepikkused ning sõnad algavad identsete tähtedega 'ro' ja lõppevad sarnaselt vastavalt tähtedega 'en' ja 'er'. Siinkohal tahab Apellatsioonikomisjon juhtida vaidlustaja tähelepanu asjaolule, et esiteks pole 'ro', 'en' ja 'er' mitte tähed, vaid täheühendid või silbid ning teiseks, nagu ka juba mainitud, on oluline vaadelda kaubamärke tervikuna, mitte analüüsida iga selle osa eraldi.

Apellatsioonikomisjon ei saa sajabrotsendiliselt nõustuda ka vaidlustaja väitega, mille kohaselt keskmine tarbija näeb ja võrdleb kahte märki kõrvuti ja samaaegselt väga harva ning seetõttu saab määravaks tarbija mällu jääv kaubamärkide üldmulje, mis ei ole vaidlustaja arvates antud märkide puhul piisavalt erinev. Nagu märgib ka taotleja, on samaliigiliste ja identsete kaupade puhul täiesti reaalne nende kõrvuti esinemine kaubanduses ning seega on tarbijal realselt olemas ka võimalus kaupu praktiliselt kõrvuti vaadelda ning sellisel lähemal vaatlusel on vaadeldavate kaubamärkide segiajamine või assotsiatsioonide tekkimine nullilähedane.

Mis puudutab kolme vaadeldava kaubamärgi kaupade loetelusid, siis peab tõdema, et vaidlustaja mõlema varasema märgi loetelud hõlmavad tõepoolest hilisema märgi loetelus esitatud kaubad pea sajaprotsendiliselt. Ent kuna apellatsioonikomisjon leiab, et vaidlustaja kaks varasemat märki ning vaidlustatud märk pole piisavalt sarnased, siis on antud asjaolu asjassepuutumatu.

Apellatsioonikomisjon on seisukohal, et alati ei mängi sõnade foneetilisel võrdlusel tähtede, täheühendite ja silpide võrdlemine olulist rolli, kuna erinevate keelte erinevate hääldusreeglite kohaselt on vaadeldavaid sõnu võimalik mitmeti hääldada, nt: sõna ROSHEN võib hääldada kahel erineval viisil: eesti keele hääldusreeglitele vastavalt kaheksilbilise sõnana 'ros-hen' (s ja h mõlemad häälduvad eraldi häälikutena erinevates silpides) või 'ro-šen' (täheühend sh jääb samasse silpi ja hääldub š-na). Sõna ROCHER hääldamisel on veelgi enam võimalusi: prantsuse keele hääldusreeglite kohaselt 'ro-šee' (seda varianti kasutab ka tootja esindaja Eestis/turustaja) oma Eestis esitatavates reklaamides, seega läheb reklaami mõjul ilmselt sama teed ka teatud osa tarbijatest). Samuti võib sõna hääldada nt saksa keele hääldusreeglite kohaselt, kus täheühend 'ch' hääldub h-na, sel juhul häälduks see 'ro-her'. Välistada ei saa, et tarbija hääldab täheühendi 'ch' ka variandis 'tsh' või 'kh' nii oleks sõna hääldus 'rotsher' või 'rokher', ent neid variante peab apellatsioonikomisjon vähetõenäoliseks.

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et Eesti keskmisel tarbijal puutub igapäevane kokkupuude prantsuse keelega ning sõna 'rocher' tähendust enam neist ilmselt ei mõista. Samas ei saa tarbijat ka täiesti rumalaks ja tähelepanematuks pidada – ka paljud inimesed, kes prantsuse keelt ei oska, omavad tänu erinevatele meediatele siiski ettekujutust selle keele põhilistest hääldusreeglitest, nt enam eestlastest teavad, kuidas häälduvad nimed *Chopin*, *Versailles*, *Peugeot* või sõna *sommelier*, sama loogika järgi oskavad enam eestlastest ka sõna 'rocher' hääldada vastavalt prantsuse keele hääldusreeglitele – 'rošee'.

Seega on tõenäoline, et enam tarbijaist tõepoolest ei analüüsi kaubamärgi FERRERO ROCHER + kuju elemente semantiliselt ning ei uuri nende tähendusi. Ka apellatsioonikomisjon on seisukohal, et element FERRERO on Eesti tarbijaile tõesti tuntud pigem vaidlustaja ärinime ja kaubamärkides esineva elemendina kui Itaalia perekonnanime ja ka sõna 'rocher' eksisteerib tarbijate mälus pigem kui tuntud kaubamärk või selle osa, mitte prantsusekeelne kindla tähendusega sõna. Ent fakt, et tarbija ei omista kaubamärgi elementidele mingeid semantilisi tähendusi, et tegemist on keskmise Eesti tarbija jaoks tähenduseta sõnadega, ei tee kaubamärke FERRERO ROCHER + kuju, Рошер + kuju ning ROSHEN + kuju äravahetamiseni sarnaseks ega ka mitte assotsieeruvateks.

Taotleja on oma seisukohtades korduvalt rõhutanud, et vaidlustaja väited on paljasõnalised ning tõendamata. Ent sama võib apellatsioonikomisjoni seisukohalt öelda ka taotleja enda väite kohta, mille kohaselt on kaubamärgi nr 799546 domineerivaks osaks šokolaadipallide kujutis ning sõna FERRERO. Mingeid tõendusmaterjale antud väite toetamiseks pole esitatud ning jällegi on eksitud põhimõtte vastu, mille kohaselt tuleb kaubamärke analüüsida kui tervikuid. Kaubamärgi ühe või teise elemendi olulisemaks või domineerivaks pidamine, esitamata mingeid tõendusmaterjale selle kohta, kuidas keskmine tarbija kaubamärki näeb või tajub, on ennatlik ning paljasõnaline.

Arvestades eeltoodut ning juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse §-st 61 ning kuni 30.04.2004. kehtinud kaubamärgiseaduse § 8 lg 1 punktist 2 komisjon

o t s u s t a s:

vaidlustusavaldust mitte rahuldada.

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, võib esitada hagi teise menetlusosalise vastu kaubamärgi õiguskaitset välistava asjaolu või selle puudumise kindlakstegemiseks kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates.

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

Allkirjad:

K. Ausmees

K. Tults

T. Kalmet