

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1008-o

Tallinnas 28. septembril 2012. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon koosseisus: Priit Lello (eesistuja), Rein Laaneots ja Tanel Kalmet, vaatas kirjalikus menetluses läbi Prantsusmaa juriidiliste isikute Institut National des Appellations d'Origine ja Comité interprofessionnel du vin de Champagne esindajad patendivolinikud Heinu Koitel ja Raivo Koitel), vaidlustusavalduse kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju (registreerimise taotlus nr 9701748) klassis 33 registreerimise otsuse tühistamiseks.

Patendiameti otsuse kohaselt kaubamärgi registreerimine ei anna ainuõigust sõnade POLUSLADKOJE ja ŠAMPANSKOJE ning tähiste 0,75 l ja 11% (kõik tähed kirillitsas) kasutamiseks.

Asjaolud ja menetluse käik

5. augustil 1997 esitas AS Latvijas Balzams (A. Čaka 160, Riia, Läti Vabariik, edaspidi *taotleja*) Patendiametile taotluse kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE (taotluse nr 9701748, edaspidi ka *vaidlustatud kaubamärk*) registreerimiseks.

Vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioon on järgmine:

Esialgses kaubamärgitaotluses soovis taotleja registreerida kaubamärgi klassis 33 nimetatud kaupadele „alkoholijogid, nimelt vahuveinid“. Menetluse käigus on kaupade loetelu piiratud ja taotleja soovib kaubamärgi registreerimist kaupadele *vahuveinid*.

12. novembril 1999 võttis Patendiamet vastu kaubamärgi registreerimisotsuse. Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni (edaspidi *apellatsioonikomisjon*) 30. märtsi 2001 otsusega nr 353-o Patendiameti otsus tühistati. 11. detsembril 2001 võttis Patendiamet vastu kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse. Taotleja vaidlustas Patendiameti kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse. Apellatsioonikomisjoni 5. septembri 2003 otsusega nr 538-o jäeti esitatud kaebus rahuldamata. Taotleja vaidlustas apellatsioonikomisjoni otsuse seejärel Tallinna Halduskohus. Tallinna Halduskohtu 21. aprilli 2004 otsusega kaebus rahuldati ja kohus tühistas apellatsioonikomisjoni otsuse. Tallinna Halduskohtu otsuse alusel võttis apellatsioonikomisjon 22. veebruaril 2005 vastu otsuse nr 538-o, millega tühistas Patendiameti 11. veebruari 2001 otsuse.

16. märtsil 2006 otsustas Patendiamet registreerida kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju (otsus nr 7/9701748) klassis 33 nimetatud kaupade – vahuveinid – suhtes.

Aadress:
Tõnismägi 5a
15191 Tallinn

Telefonid:
6208201, 6208276
e-mail: toak@just.ee

Faks:
6208109
<http://toak.just.ee/>

Kaubamärgi registreerimise otsus avaldati Kaubamärgilehes nr 5/2006. Patendiamet määras kaubamärgi mittekaitstava osa, mille kohaselt kaubamärgi registreerimine ei anna ainuõigust sõnade POLUSLADKOJE ja ŠAMPANSKOJE ning tähiste 0,75 l ja 11 % (kõik tähed kirillitsas) kasutamiseks.

Kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimise otsuse peale esitasid 3. märtsil 2006 vaidlustusavalduse juriidilised isikud Institut National des Appellations d'Origine ja Comité interprofessionnel du vin de Champagne. Vaidlustusavaldus on võetud menetlusse numbri all 1008.

Vaidlustajate põhiseisukohad

Vaidlustajad leiavad, et kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimine on vastuolus Patendiameti otsuse vastuvõtmise ajal kehtinud kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS või uus KaMS) § 9 lg 1 p-dega 2, 3, 4, 6, 10, 12, § 10 lg 1 p-ga 6 ja § 12 lg-ga 5; konkurentsiseaduse §-dega 50-51; alkoholiseaduse § 4 lg-tega 1 ja 2, § 14 lg-ga 1; Euroopa Ühenduse Nõukogu määruse nr 40/94 art 7 lg 1 p-ga j; Nõukogu määruse (EÜ) nr 1493/1999 art 47-50, määruse lisadega III ja VIII (ja vastavad sätted seda muutvates Nõukogu määrustes nr 479/2008, nr 1234/2007 ja 491/2009); TRIPs lepingu art. 22-23; tööstusomandi kaitse Pariisi Konventsiooni (edaspidi Pariisi konventsioon) art 6 quinquies punkt B ja artikkel 10 bis sätetega.

Vaidlustusavalduse kohaselt kaubamärgitaotluse üheks olulisemaks keeldumisaluseks on see, et vaidlustatav kaubamärgitaotlus sisaldab geograafilist tähist või on sellega eksitavalt sarnane ja sellise kaubamärgi registreerimine on keelatud muu seaduse või rahvusvahelise lepingu järgi. Selleks geograafiliseks tähiseks on „champagne“, „šampus“, kaubamärgitaotluses siis selle keeleline teisend „šampanja“ (vene keeles vastavalt „šampanskoje“). Vaidlustusavalduses on selle keeldumisaluse osas tuginetud KaMS § 9 lg 1 p-le 12 ning sealt viitega omakorda Eesti Vabariigi Põhiseaduse §-le 3 Euroopa Ühenduse õigusele ja rahvusvahelistele kokkulepetele, millega Eesti on ühinenud (vaidlustusavalduse punkt IV). Champagne maakond Prantsusmaal on ülemaailmselt tuntud kui šampanja-nimelise viinamarjadest valmistatud veinijooji päritolukoht. Tähis „Champagne“ on geograafiline tähis ja päritolutunnus, millega tähistatakse sellest geograafilisest piirkonnast pärit ainult teatud kindlatest viinamarjasortidest (Pinot Noir, Chardonnay ja Pinot Meunier) valmistatud veinijooki, millel on kindlaksmääratud omadused (need sõltuvad selle piirkonna kliimast, pinnasest, viinamarjasortidest, valmistusmeetodist jms) ning maine ja muud iseloomustavad tunnused, mis seostavad toodet selle geograafilise päritoluga. Õiguslikult fikseeriti Champagne geograafiline piirkond kui ala, mille veinidel on ainuõigus kasutada nimetust „Champagne“, 1908. aastal. Champagne geograafiline veinivalmistuspiirkond on geograafiliselt täpselt fikseeritud 22. juuli 1927 seadusega. Sellenimeline ala hõlmab ca 3 % Prantsusmaa viinamarjakasvatusaladest. 29. juunil 1936 täpsustati seadusandlust ning määratleti täpsemalt „Champagne“ geograafilise tähise kasutamise

õigused. Seega on nimetatud geograafiline tähis õiguspäraselt tunnustatud ja kaitstud juba alates 20. sajandi algusest. Ka Euroopa Ühenduse õiguses on üheselt ära määratletud geograafiliste tähiste kasutamise kord ja ulatus muuhulgas veinitoodetel, samuti on Euroopa Ühenduse õiguses määratletud Champagne viinamarjakasvatusevöönd (vt Nõukogu määrus nr 1493/1999, muudetud Nõukogu määrusega nr 479/2008, 29. aprill 2008, nr 1234/2007, 22. oktoober 2007 ja nr 491/2009, 25. mai 2009, vaidlustusavalduse p IVc). „Champagne“ veinid on läbi sajandite tuntud oma kõrge kvaliteedi ja maine poolest. Seda nime on aegade jooksul püütud jäljendada ning seostada ka teistest maailma piirkondadest pärit (vahu)veinijookidega, kuid vastavalt kehtivatele õigusaktidele ja rahvusvahelistele kokkulepetele tohib šampanjat ehk vahuveini valmistada siiski ainult Champagne's Prantsusmaal. Ka Harju maakohus on tsiviilasjas 2-06-8681 21. juunil 2006 tehtud otsuses p-s 29 tõdenud, et on üldteada, et šampanjana tuleb käsitleda üksnes teatud geograafilises piirkonnas toodetud vahuveini (vt kaubamärgitaotleja 26. jaanuari 2007 seisukoha lisa). Geograafiliste tähiste õiguskaitse kohustus lepingu liikmesriigis on täpsemalt reguleeritud TRIPs lepingus (vaidlustusavalduse p IVb). Eesti Vabariik liitus TRIP-s lepinguga juba 13. novembril 1999 ning järelikult tulenes Eesti Vabariigil kohustus järgida TRIP-s lepingus toodud põhimõtteid juba aastaid enne kõnealuse kaubamärgitaotluse registreerimist 16. märtsil 2006 (vaidlustusavalduse p IVb). Samuti on Eesti Vabariik alates 12. veebruarist 1924 (taasühineti 24. augustil 1994) tööstusomandi õiguskaitse Pariisi konventsiooni liige, mis samuti käsitleb kohanimede päritolule (sh ka põllumajandustoomise tooted, nt veinid) viitavate tähiste õiguskaitset. Pariisi konventsiooni artikli 6 quinquies punkt B p1 kohaselt saab tagasi lükata või kehtetuks tunnistada kaubamärgi registreerimise, mis võib esile kutsuda kolmandate isikute poolt omandatud õiguste rikkumist riigis, kus kaitset taotletakse (vaidlustusavalduse p IVe).

Taotleja soovi vastav tähis siiski oma nimele kaubamärgina registreerida, saab käsitleda ka pahauskse käitumisena (vaidlustusavalduse p VI).

Prantsuse Vabariik, kelle territooriumi osa moodustab Champagne maakond, tunneb riiklikul tasemel muret sõna "Champagne" (tõlkes šampanja, šampanskoje) mitteõiguspärase kasutamise pärast ning on avaldanud kõrgeimal tasemel protesti vaidlustatud kaubamärgi registreerimise kohta Eestis (vaidlustusavalduse lisa 9). Käesoleva vaidlustusavalduse esitajad on samuti Prantsuse Vabariigi ja/või tema huvide otsesed esindajad: - Institut National des Appellations d'Origine – Prantsusmaa Põllumajandusministeeriumi alluvuses olev avalik-õiguslik organisatsioon; - Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne – šampanjatootjate ühendus, kelle ülesandeks on tähise "Champagne" piiratud kasutamise jälgimine.

Lisaks, vastavalt tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (edaspidi TÕAS) § 39 lg 1 p 2 lahendab apellatsioonikomisjon tööstusomandi seadustes sätestatud juhtudel asjasthuvitatud isiku ja taotleja või omaniku vahelisi vaidlusi asjasthuvitatud isiku avalduse alusel. KaMS § 9 lg 1 p 12 annab aluse lahendada vaidlustusavaldus tulenevalt ka muu seaduse järgi (vaidlustusavalduse p-d IVf ja IVg). Üheks selliseks seaduseks, millele vaidlustusavalduses on viidatud, on alkoholiseadus. Kuna vastavalt alkoholiseadusele on alkoholiregistrist tühistatud kõik sõna „šampanskoje“ sisaldavad kanded (tootenimed), ei saa kaubamärgitaotleja reaalses majandustegevuses kasutada ka oma kaubamärgitaotlust 9701748, kuna ka see sisaldab endas sõna „šampanskoje“ (kirillitsas) alkoholsete jookide tähistamiseks. Riikliku alkoholiregistri mõistes võib tootenimetust samastada kaubamärgiga, mistõttu on siin kaubamärgiga otsene seos olemas. Vaidlustajad viitavad Riigikohtu otsuse 3-2-1-29-09 (05. mai 2009) punktile 15, mille kohaselt KaMS sisu avamiseks võib analüüsida teiste seaduste abil vastavat mõistet. Riigikohus leidis, et direktiivi nr 89/104/EMÜ preambuli järgi ei välista direktiiv kaubamärgivaidlustes muude õigusnormide kui kaubamärke käsitlevate õigusnormide, näiteks kõlbatut konkurentsi, tsiviilvastutust või tarbijakaitset käsitlevate sätete kohaldamist. Sellest saab järeldada, et apellatsioonikomisjon saab anda hinnangu kaubamärgi õiguskaitsealases küsimuses ka teistest seadustest lähtuvalt. Riigikohtu otsuses 3-10-160 (25.mai 2011)näiteks keelati registreeritud kaubamärgi kasutamine reaalses majandustegevuses reklaamiseaduse kohaselt .

Samuti leiavad vaidlustusavalduse esitajad, et kaubamärgitaotluse 9701748 vaidlustamisel saavad nad tugineda kaubamärgi sõnaosa „sovetskoje“ õiguskaitset välistavale aspektile. KaMS § 12 lg 1 p 2 kohaselt on kaubamärgi õiguskaitse ulatus määratud registrisse kantud kaubamärgi reproduktsiooniga. Kuivõrd kaubamärgitaotlus 9701748 tervikuna (esitatud reproduktsioonis) on õigusvastaselt registreeritud ning selle kui terviku vaidlustamisel on tõendatud vaidlustajate huvi, siis on vaidlustajatel õigus käsitleda oma huvidest lähtuvalt kõiki kaubamärgi registreerimisest keeldumise asjaolusid. Käesoleval juhul, nagu ka vaidlustusavalduses p-des I-III esile toodud, on üheks keeldumise asjaoluks ka kaubamärgitaotluses sisalduv sõna „sovetskoje“. Vaidlustajad viitavad siinjuures ringkonnakohtu otsusele 2-06-13546, milles leiti, et tähise "Sovetskoje Igristoje" kasutamine muul meetodil ja mujalt kui endise Nõukogude Liidu alalt pärit veinimaterjalist valmistatava vahuveini puhul on tarbijat eksitav nii kauba liigi kui ka geograafilise päritolu suhtes. Kuigi ülalmärgitud ringkonnakohtu põhjendus jäeti hiljem Riigikohtu lahendi 3-2-1-29-09 p 16 kohaselt välja, kuna see ei olnud vaidluse esemeks, siis Riigikohus ei tühistanud ringkonnakohtu järeldust tähise "Sovetskoje Igristoje" eksitavuse osas. See on täpselt sama asjaolu, millele vaidlustajad viitavad oma vaidlustusavalduses tähise "sovetskoje" kasutamise osas kaubamärgitaotluse 9701748 koosseisus.

Vaidlustajate lõplikud seisukohad

Taotleja väidab, et ta ei teadnud geograafilise tähise „Champagne“ õiguskaitse olemasolust Eestis või, et see tähis ei oma Eestis õiguskaitset sellisel kujul, et see kujutaks endast varasemat õigust kaubamärgitaotleja kaubamärgi suhtes (vt taotleja 26. jaanuari 2007 seisukoha punktid 4.7 ja 4.8. Esiteks on tegemist vastuoluliste väidetega – ühes punktis väidetakse, et tähise „Champagne“ õiguskaitsest ei olnud teadlik, teises punktis aga, et tähis „Champagne“ omab Eestis õiguskaitset, kuid kujul, mis ei takista kaubamärgitaotlejal ka seda tähist kasutada. Teiseks tuleneb geograafiliste tähiste õiguskaitse Eestis juba tööstusomandi õiguskaitse Pariisi konventsioonist. Seega on alusetud ja sisutühjad taotleja viited tema väidetavale teadmatusetele tähise „Champagne“ õiguskaitse olemasolu või selle õiguskaitse ebapiisavuse kohta. Taotleja, olles ise ja läbi oma eelkäijate aastatepikkuselt tegutsenud vastavas valdkonnas, teab ka, milliseid tooteid ta toodab, millised on nende toodete omadused ning milline on nende ajalugu ja nime päritolu/tähendus. Asjaolu, et Nõukogude Liidus oli kunagi siseriiklikult tähise „Sovetskoje šampanskoje“ kasutamine aktsepteeritud (Prantsuse Vabariik ei ole kunagi andnud Nõukogude Liidule ega selle lagunemise järgselt tekkinud riikidele õigust kasutada väljaspool Champagne piirkonda valmistatud vahuveinide tähistamiseks sõna šampanja ega šampanskoje, mistõttu vastavaid tähiseid kasutati mitteõiguspäraselt), ei tähenda automaatselt seda, et selle tähise kasutamine võib olla lubatud teistes riikides (ja teise õiguskorra ajal), kes õigusriikidena juhivad oma seadustest ja rahvusvahelisest õigusest.

Taotleja on leidnud, et „sovetskoje šampanskoje“ tekitab pigem nõukogude aja nostalgiat, kui assotsiatsioone Champagne piirkonnaga (vt taotleja 26. jaanuari 2007 seisukoha p 4.3). Vaadates aga tähise „sovetskoje šampanskoje“ ajaloolist kasutuselevõtmist, siis oli tegemist ikkagi vahuveiniga, millega tähistada tähtsündmusi. Tegemist oli nõukogudeaegse analoogiga kuulsast prantsuse šampusest, mille nimetuse „šampanskoje“ kasutamisevõtmise mitte-õiguspärasusest oldi ka Nõukogude Liidus teadlikud (vastava toote eksportimisel Nõukogude Liidust välja kasutati teistsugust nimetust). Järelikult seostub tarbijale tähis „šampanskoje“ ikkagi algupärase ja kuulsa tähtpäevade tähistamiseks kasutatava šampusega, mis sest, et Nõukogude Liidus lisati sellele tähisele „sovetskoje“ ja nimetati seda vahuveini mitteõiguspäraselt „šampanjaks“. Õiguslikus tähenduses ei ole nostalgiaargument pädev ja õigusriigina tuleb lähtuda ikkagi kehtivast rahvusvahelisest ja siseriiklikust õigusest, mis keelab geograafilise tähise „šampus“ ja selle teisendite kasutamise selleks mitteõigustatud isikute poolt oma toodetel.

Taotleja ei saa tugineda asjaolule, et tähis „šampanskoje“ on kaubamärgi registreerimisotsuses määratud mittekaitstavaks osaks ja seetõttu puudub alus selle kaubamärgi vaidlustamiseks. KaMS § 12 lg 5 seab selge piirangu kaubamärgi mittekaitstavale osale – mittekaitstav osa ei tohi rikkuda

teiste isikute õigusi (vaidlustusavalduse p V). Asjaolu, et mittekaitstav osa „šampanskoje“ rikub teiste isikute õigusi, ongi vaidlustusavalduse sisuks.

Taotleja püüab eksitada nii vaidlustajaid kui ka apellatsioonikomisjoni, väites, et kuna tema toode on vahuvein, siis ei oma tähtsust tooraine küsimus ega ilmselt ka geograafilise tähise mitteõiguspärase kasutamise küsimus. Tähise „šampanskoje“ kasutamisel oma toodetel reaalses majandustegevuses eksitatakse selliselt ka tarbijaid. Taotlejale on arusaamatu, miks peaks ta kasutama oma toodete kirjeldamisel „champagne“ või „šampanskoje“, kui need tooted ei vasta vastavatele kriteeriumitele. Taotleja on tõdenud, et ta ei valmista *Champagne't* ja seetõttu puudub tal ka vajadus seda terminit kasutada (26. jaanuari 2007 seisukoha p 4.3). Õiguslikust seisukohast ei oma tähendust, kas tootel kasutatakse otseselt geograafilist tähist või selle teisendit (käesoleval juhul siis „šampanskoje“) – mõlemal juhul on tegemist õigusrikkumisega. Teiseks, on keelelisest aspektist lähtuvalt vahuvein ja šampus samatähenduslikud ja viitavad mõlemad süsihappegaasiga rikastatud veinile. Vahuveini ja šampuse sisuline erinevus tuleneb ennekõige kvalitatiivsetest ja emotsionaalsetest aspektidest, mis kokkuvõttes mõjutavad tarbija käitumist. Tähistades vahuveini nimetusega „šampanskoje“, eksitatakse sellega otseselt tarbijaid kaupade liigi, kvaliteedi, geograafilise päritolu suhtes, tekitades neis vale ettekujutise kaubast, selle päritolust ja omadustest. Vaidlustajad viitavad Riigikohtu otsuse 3-2-1-29-09 (05.mai 2009) punktile 14, mille kohaselt kolleegium nõustus kohtute järeldusega tarbija eksitamise võimalikkuse kohta toote kvaliteedi suhtes. Kui kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud medalid, võib see viia tarbija (kes on mõistlikult informeeritud, tähelepanelik ja ettevaatlik) mõttele, et nimetatud vahuvein on auhinnatud kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud auhindadega, ja tekitada tarbijas huvi põhjusel, et tarbija arvab medalite tõttu, et tegemist on kvaliteetse auhinnatud vahuveiniga. Seega peab tootel (kaubal) olema seos kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medaliga. Medalid võivad edastada informatsiooni kauba omaduste kohta ning viitavad tootele omistatud tunnustusele. Olemasolevate medalite kujutamine kaubamärgil edastab tarbijale informatsiooni toote kvaliteedi või muude eriliste positiivsete omaduste kohta ning tekitab toote vastu usaldust. Vaidlustajate arvates saab seda Riigikohtu seisukohta üheselt kohaldada ka tähise „šampanskoje“ kasutamisele vahuveinide osas – tähis „šampanskoje“ edastab informatsiooni kauba omaduste ja kvaliteedi kohta ning viitab tootele omistatud tunnustusele, mainele või muudele positiivsetele omadustele ning tekitab toote vastu usaldust. Kaubamärgitaotluses 9701748 sellised omadused aga puuduvad, kuivõrd tegemist ei ole šampuse, šampanjaga (taotleja on seda oma 26.jaanuari 2007 seisukoha p-s 4.3 ka kinnitanud) ja esineb tarbija eksitamise võimalikkus kaubamärgiga kaitstava toote tegeliku olemuse suhtes. See on aga KaMS § 9 lg 1 p 6 kohaselt üheks kaubamärgile õiguskaitse andmisest keeldumise alus. Sellest tulenevalt, erinevalt taotleja seisukohast, on õiguslikust aspektist lähtuvalt vahuveini ja šampuse vahel sisulise vahe tegemine ning

nende korrektne tähistamine (s.t eksitamise stiilis, et kui etiketil on kirjeldus šampanskoje ja toode ise on vahuvein, siis on välistatud tarbija ei seosta toodet šampusega) äärmiselt olulise tähendusega. Vaidlustajate tõlgendus taotleja ülestunnistusest, et tal puudub vajadus terminit „champagne“ (ja järelikult selle venekeelset vastet/teisendit šampanskoje“) kasutada on, et tegemist on sulaselge omaksvõtuga, et taotleja ei soovi edaspidi kasutada oma toodetel (kaubamärgil) vastavat tähist, mis omakorda tähendab ka vaidlustusavaldusega nõustumist. Järelikult puudub taotlejal ka vajadus kaubamärgitaotluse nr 9701748 registreerimiseks. Vaidlustajad paluvad apellatsioonikomisjonil otsuse tegemisel taotleja vastava seisukohaga (omaksvõtuga) ka arvestada.

Kokkuvõttes on geograafilise tähise „champagne“, „šampus“ või selle teisendite „šampanja“, „šampanskoje“ kasutamine isiku poolt, kelle tooted ei vasta geograafilise tähise õiguskaitseõuetele, vastuolus kehtiva õigusega, see eksitab tarbijaid ning tekitab otsest maine- ja majanduslikku kahju vastava geograafilise tähise kasutamiseks õigustatud isikutele.

Taotleja põhiseisukohad

Taotleja vaidleb vaidlustusavaldusele vastu ning palub selle jätta rahuldamata. Vastavalt KaMS § 72 lg 5 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. Enne 1. maid 2004 võttis Patendiamet vastu antud taotlusega seonduvalt kaks otsust – esmalt 12. novembri 1999 otsuse kaubamärki registreerida ning järgnevalt 11. detsembri 2001 otsuse keelduda märgi registreerimisest. Taotleja vaidlustas Patendiameti 11. detsembri 2001 registreerimisest keeldumise otsuse ning vaidlusele järgnevalt tegi Patendiamet järgmise otsuse 16. märtsil 2006, mille alusel on tekkinud käesolev vaidlus. Samas kõnealune 16. märtsi 2006 kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimise otsus on enne 1. maid 2004 tehtud otsuse vaidlustamise tulemusel tehtud „uus otsus“ KaMS 72 lg 5 mõistes, millele kohalduvad KaMS § 72 lg 5 alusel vana, s.o kuni 30. aprillini 2004 kehtinud KaMS (edaspidi *vana* KaMS) registreerimisest keeldumise alused. Seega Patendiameti 16. märtsi 2006 registreerimisotsus on tehtud KaMS § 72 lg 5 tulenevalt vanast kaubamärgiseadusest tulenevate ja 11. detsembril 2001 kehtinud kaubamärgiseaduse materiaaõigusnormide alusel. Antud juhul kuuluvad seega kohaldamisele Patendiameti 11. detsembri 2001 otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused. Siinjuures on oluline märkida, et kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused ei ole piiritletud üksnes konkreetsete KaMS sätetega (vana KaMS § 7 ning § 8), vaid juhul, kui vastavad KaMS sätted viitavad teisele õigusaktile (ehk tegemist on blanketsete õigusnormidega kaubamärgiseaduses, nagu näiteks vana KaMS § 7 lg 1 p 11 või uue KaMS § 9 lg 1 p 12), siis tuleb asuda seisukohale, et kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused moodustavad nii vastavad sätted

kaubamärgiseaduses, kui ka viidatavates õigusaktides. Hilisemate õigusnormide kohaldamine antud juhul on vastuolus KaMS § 72 lõikega 5, mille kohaselt kohaldamisele kuuluvad üksnes Patendiameti otsuse tegemise ajal (s.o 11. detsembril 2001) kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused (st vastavad KaMS normid ning neile lisaks asjassepuutuvad tol ajahetkel kehtinud viidatavad õigusnormid). Tegemist on taotleja õiguste kaitsega – mitte olla paigutatud seadusemuudatustest tulenevalt õiguslikult kehvemasse olukorda, kui see, mis kehtis enne uue seaduse vastuvõtmist. See küsimus tekkis ka varasemalt Patendiametis, kes viitas vana KaMS § 7 lg 1 p 11 kaudu mitmetele Euroopa Ühenduse õigusaktidele, mis omandasid õigusjõu Eestis alles 1. mail 2004. Kuid 11. detsembril 2001 ei saanud KaMS § 7 lg 1 p 11 viidata alates 1. maist 2004 Eesti osas jõustunud Euroopa Ühenduse õigusnormidele. Taotleja selgituste alusel Patendiamet muutis oma seisukohta ning KaMS rakendussätete kohaselt kohaldas varasemat kaubamärgiseaduse redaktsiooni ning lähtus KaMS-is viidatud õigusnormidest, mis kehtisid 11. detsembril 2001. Eeltoodu nähtub ka esitatud taotleja kirjast ning Patendiameti vastusest.

Antud vaidluse juures omab eeltoodu tähendust kahest aspektist:

- 1) Vaidlustajad on tuginenud uue kaubamärgiseaduse redaktsioonile, kuigi Patendiameti registreerimisotsus on vastu võetud vana KaMS redaktsiooni alusel;
- 2) Vaidlustajad on viidanud Komisjoni määrusele (EÜ) nr 554/95, millega kehtestatakse vahuveinide ja gaseeritud vahuveinide kirjeldamise ja esitlemise üksikasjalikud eeskirjad, milline omandas Eestis õigusjõu alles 1. mail 2004.

KaMS § 72 lõike 3 kohaselt Patendiameti menetluses olevatele taotlustele, mille kohta ei ole enne 2004. aasta 1. maid tehtud kaubamärgi registreerimise või registreerimisest keeldumise otsust, kohaldatakse uut kaubamärgiseadust. Seega kinnitab ka see KaMS õigusnorm, et uut KaMS kohaldatakse neil juhtudel, kui varasemalt ei olnud Patendiamet teinud registreerimise või registreerimisest keeldumise otsust. Antud juhul oli Patendiamet teinud enne 1. maid 2004 nii kaubamärgi registreerimise (12. november 1999), kui ka registreerimisest keeldumise otsuse (11. detsember 2001), mistõttu uue KaMS-i kohaldamine on KaMS-i rakendussätete kohaselt välistatud.

Varasematest Patendiameti otsustest (vähemalt esimesest 12. novembri 1999 otsusest, mille ka Dunkri Kaubanduse AS vaidlustas) olid vaidlustajad kahtlemata teadlikud. Vaidlustusavalduse menetlus on sisuliselt järelevalvemenetlus Patendiameti otsuse õiguspärasuse üle. Järelevalvet ei saa teostada muude õigusnormide alusel, kui need, mille alusel vastav haldusakt on vastu võetud. Arvestades, et vaidlustuse eesmärgiks on kontrollida Patendiameti otsuse kui haldusakti õiguspärasust, siis oleks ka ebaloogiline, kui haldusakti järelevalve toimuks erinevate õigusnormide alusel, kui need, mille alusel vastav haldusakt vastu on võetud. Oluline on ka juhtida tähelepanu asjaolule, et antud vaidlus ei põhine mitte vaidlustaja varasemal õigusel vaid on puhtalt absoluutsetel

alustel põhinev vaidlus. Seega prevaleerib avalik-õiguslik norm (KaMS rakendussäte ning vana KaMS-i materiaaõiguse kohaldamine) vaidlustaja eelduse üle vaidlustada kaubamärk taotluse (teistkordse) avaldamise ajal kehtinud seadusenormi alusel. Kuna Patendiameti otsus oli tehtud vana KaMS alusel ja vaidlustajad on esitanud vaidlustusavalduse uuest KaMS-st tulenevate õiguskaitset välistavate asjaolude alusel, on seega vaidlustajad oma argumendid vääralt kvalifitseerinud ning tuginenud KaMS normidele, mis antud asjas ei ole asjakohased. Vaidlustajate viited erinevatele Riigikohtu lahenditele ei ole asjakohased, kuna nendes lahendites on Riigikohus kasutanud Euroopa Liidu õigust Eesti siseriikliku õiguse tõlgendamisel, mitte seda otse kohaldanud. Antud vaidluses ei ole aga küsimuses õiguse tõlgendamisest, vaid selles, millist õigusnormi kohaldada.

Asjast huvitatuse nõue vaidlustusavalduse esitamisel tuleneb kehtivast KaMS § 41 lg-s 2, mille kohaselt asjast huvitatud isik võib apellatsioonikomisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile käesoleva seaduse § 9 lõikes 1 või §-s 10 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul. Vaidlustusavalduse esitamise tähtaeg on kaks kuud kaubamärgi registreerimise otsuse teate avaldamisest arvates. Vaidlustusavalduses esitatud argumendid, näitamaks vaidlustajate asjast huvitatust, põhinevad nende geograafilisel tähisel *Champagne*. Samas on vaidlustusavalduses esitatud väiteid, mis puudutavad sõnalist elementi SOVETSKOJE, mida vaidlustajad ei kasuta ning millega vaidlustajatel eelduslikult igasugune seos puudub. KaMS-i normid ei võimalda vaidlustada kaubamärgi registreerimisotsuseid “avalikust huvist” ega “igaks juhuks”. Eeltoodu alusel leiab taotleja, et vaidlustajad ei ole asjast huvitatud isikuks antud vaidluses selles osas, mis puudutab taotleja kaubamärgi sõnalist osa SOVETSKOJE või muid märgi osasid, mis ei ole puutumuses geograafilise tähisega *Champagne*.

Antud juhul taotleb AS Latvijas Balzams õiguskaitset kaubamärgile kui tervikule, s.o erinevate elementide kombinatsioonile. Antud märgi puhul on olulised alljärgnevad eristavad tunnused: värvilahendus (must, valge, kuldne), kuldne ja valge horisontaalne joon märgi allservas, spetsiifiline kirjastiil, viinamarjakobara kujutis, kogu kaubamärgi kompositsioon – s.t elementide paigutus üksteise suhtes, nimetus (tõlkes): Eksportija AS “Rigas Vini” valgel taustal, valge sümbol märgi vastakus ülemises nurgas (tootjatehase tähis).

Taotleja on esitanud dokumendid tõendamaks oma kaubamärgi registreeritust päritolumaal, Lätis:

- 1) 18. oktoobril 2006 Läti Patendiameti poolt kinnitatud koopiad registreerimistunnistusest nr M40177, ja kahest järgnevast registriväljavõttest, mis on tehtud 01. märtsil 2000 omaniku muudatuse kohta ja 17. septembril 2001 mittekaitstava osa määramise kohta;
- 2) Läti Vabariigi Ülemkohtu 7. juuni 2005 otsus, millega tunnistati seaduspäraseks Riia Ringkonnakohtu lahend SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju kaubamärgiõiguste rikkumise kohta L.I.O.N & Ko poolt.

Nimetatud materjalid tõendavad, et taotleja kaubamärk on tema päritoluriigis registreeritud ning tema kaubamärgiõigused rakendatavad SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju kaubamärgiregistreeringust tulenevate kaubamärgiõiguste rikkujate vastu. Taotleja seisukohast puudub vaidlus selles, et:

- 1) kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju mittekaitstavateks osadeks on märgitud sõnad ŠAMPANSKOJE, POLUSLADKOJE ning tähised 0,75 l ja 11 % (kirillitsas);
- 2) NSVL-s toodeti ja turustati "sovetskoje šampanskoje" meetodil valmistatud vahuveini ning seda toodeti erinevates tehastes.

Vaidlustajate viited ŠAMPANSKOJE elemendile ei ole asjakohased, kuna nimetatud sõna on Patendiameti poolt määratud mittekaitstavaks ning lisaks ei ole CHAMPAGNE Eestis kaitstud geograafilise tähisena viisil, et ta omaks prioriteeti taotluse nr 9701748 ees. Taotleja kasutab ning registreerib kaubamärki SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju tulenevalt asjaolust, et ta on seda märki juba aastakümneid heauskselt kasutanud. Sealhulgas kasutanud, kui omaaegselt standardiseeritud vahuveini tootmismeetodi nimetust, mitte kui geograafilist tähist. Taotleja on lisaks esitanud ka tõenditena:

- 1) 18. oktoobri 2006 Läti Patendiameti poolt kinnitatud koopiad registreerimistunnistusest nr M40177, ja kahest järgnevast registriväljavõttest, mis on tehtud 1. märtsil 2000 omaniku muudatuse kohta ja 17. septembril 2001 mittekaitstava osa määramise kohta;
- 2) Läti Vabariigi Ülemkohtu 7. juuni 2005 otsuse, millega tunnistati seaduspäraseks Riia Ringkonnakohtu lahend SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju kaubamärgiõiguste rikkumise kohta L.I.O.N & Ko poolt.

Nimetatud materjalid näitavad, et taotleja kaubamärk on tema päritoluriigis registreeritud ning vastupidiselt vaidlustaja väidetele tõendavad taotleja kaubamärgi registreeritust päritoluriigis ning ka taotleja kaubamärgiõiguste rakendatavust selliste kaubamärgiõiguste rikkujate vastu. Seega taotleja kaubamärk on kaitstud päritoluriigis Lätis ning sellest tulenevalt taotleb taotleja selle kaubamärgi registreerimist Eestis Pariisi konventsiooni artikli 6 *quinquies* alusel.

Teisalt, kui vaidlustajad ise väidavad, et ŠAMPANSKOJE (kirillitsas) omab kindlat kaupade omadusi kirjeldavat tähendust, mis tuleneb omaaegselt Nõukogude Liidu standardist, mida kõik teavad, kuidas siis saab see nüüd osutada eksitavaks suhtes *Champagne* piirkonnaga Prantsusmaal.

Väited seoses *Champagne* geograafilise tähisega ei ole aga asjakohased, kuna vaidlustajad tuginevad selles osas uue KaMS § 9 lg 1 p-le 12 ning viitavad läbi KaMS Euroopa Liidu õigusaktile, mis omandas Eesti suhtes õigusjõu alles 1. mail 2004, s.o hiljem, kui taotluse esitamise kuupäev ning hiljem kui kuupäev millest lähtudes on Patendiamet teinud kaubamärgi registreerimise otsuse.

Taotleja hinnangul kuuluvad käesoleval juhul rakendamisele 11. novembril 2001 kehtinud KaMS-i sätted ning KaMS-i kaudu viidatud õigusnormid, milliste hulka aga ei saa kuuluda vaidlustajate poolt viidatud Euroopa Liidu õigusaktid, mis omandasid Eestis õigusjõu 1. mail 2004. Tarbija, nähes kaubamärki SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju, ei seosta seda kaupa *Champagne* geograafilise piirkonnaga ning ei arva, et tegemist peaks olema kaubaga, millel on seos selles piirkonnas kasvanud viinamarjadega. Nagu vaidlustajad on ka ise näidanud, on “sovetskoje šampanskoje” vahuveini valmistamise meetodi nimi. Seega seostub see nimetus kunagise nõukogude ajal standardiseeritud (tänapäevase standardi staatus ei ole teada) meetodiga ning tekitab pigem nõukogude aja nostalgiat, kui assotsiatsioone *Champagne* piirkonnaga. Taotleja ei taotle kaubamärki SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju õiguskaitset šampanja osas, vaid üksnes vahuveinide osas. Seetõttu ei oma tähtsust ka tooraine päritolu küsimus. Arusaamatuks jääb ka kuidas märki kasutamine mõjutab kaubamärgi õiguskaitset puudutavaid asjaolusid. Vastavalt kaubamärgiseadusele on kaubamärgi õiguskaitse seotud üksnes märki reproduktsiooniga ning kaupade loeteluga. Arusaamatu on, miks taotleja peaks kasutama oma toodete kirjeldamisel termineid “champagne” või “šampanskoje”, kui need tooted ei vasta vastavatele terminitele. Taotleja ei valmista *Champagne't*, seetõttu puudub ka vajadus seda terminit kasutada. Inglisekeelsetel tootetutvustustel ei kasutata terminit “šampanskoje”, kuna inglise keeles ka vastavat toodet ei tutvustata. Vastava toote tutvustus on mõeldud kohalikule turule ning seetõttu vene ja läti keeles, ning vastab Lätis registreeritud kaubamärgile. Kokkuvõtvalt, kuna eelduslikult tarbijad, nähes kaubamärki SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju, ei arva, et tegemist on *Champagne* piirkonnast pärineva alkohoolse joogiga, puudub ka tarbija eksitamise võimalus.

TRIPS lepinguga on Eesti ühinenud 13. novembril 1999. TRIPS lepingu sätted, millele vaidlustajad on viidanud, ei ole otsekohaldatavad, vaid näevad üksnes liikmesriikidele ette kohustuse kehtestada teatav geograafiliste tähiste kaitserežiim oma siseriiklike õigusaktidega. Samas on ka TRIPS lepingu regulatsiooni eesmärgiks ära hoida tarbija eksitamine, kuid – nagu juba varasemalt näidatud – ei arva eesti tarbija, nähes kaubamärki SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju, et need kaubad pärineksid *Champagne* piirkonnast. Nõukogu määrus nr 1493/99 (EMÜ) omab Eestis suhtes õigusjõudu alates 1. maist 2004, seega oluliselt hilisemast ajast, kui eelnevalt põhjendatud ning seetõttu ei kuulu antud taotluse suhtes rakendamisele. Nagu varasemalt märgitud, on taotleja kaubamärk kaitstud päritoluriigis Lätis ning sellest tulenevalt taotleb taotleja selle kaubamärgi registreerimist Eestis Pariisi konventsiooni artikli 6 *quinquies* alusel. Eestis ei oma geograafiline tähis *Champagne* õiguskaitset sellisel kujul, et see kujutaks endast varasemat õigust taotleja kaubamärgi suhtes. Taotleja teadis taotluse esitamise hetkel eelkõige seda, et tähis SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju tulenes omaaegselt Nõukogude Liidu standardist ning sellest tulenevalt selle kasutamine oli õiguspärane, võib isegi öelda kohustuslik taotlejale. Taotleja teadis ka seda, et hetkel,

mil ta esitas kaubamärgitaotluse nr 9701748, ei omanud geograafiline tähis *Champagne* Eestis õiguskaitset. Puudus ka igasugune teave selle kohta, kas see geograafiline tähis saaks tulevikus Eestis õiguskaitse. Näiteks taotluse esitamise hetkel 5. augustil 1997 ei olnud mingilgi viisil selge Eesti ühinemine Euroopa Liiduga ning Euroopa Liidus kaitstud geograafiliste tähiste kaitse laienemises Eesti territooriumile. Samuti ei olnud selleks ajaks isegi veel vastu võetud geograafiliste tähiste kaitse seadust. Samas oli taotleja antud tähist juba aastakümneid kasutanud. Seega puuduvad igasugused alused väitmaks taotleja pahausksust.

Apellatsioonikomisjon on oma 28. veebruari 2006 otsuses nr 658-o leidnud alljärgnevat: "Vaidlustusavalduse esitaja väide, millega ta püüab tõendada taotleja pahausksust: "Samuti võib tõdeda, et hetkel, millal Taevaraadio AS esitas SKYROCK kaubamärgi registreerimistaotluse oli ilmne, et vaidlustusavalduse esitaja Euroopa Ühenduse kaubamärgi registreering nr 000493247 laieneb pärast Eesti liitumist Euroopa Liiduga Eestisse ja kõnealune vaidlustatud rahvuslik märk on võimalus omandada varasemad õigused selle märgi suhtes", on ainetu ja vastuolus asjas kogutud tõenditega. Taevaraadio AS esitas kaubamärgi registreerimistaotluse Patendiametile 12. veebruaril 2002, aga Eesti ühinemist Euroopa Liiduga otsustati 14. septembri 2003 rahvahääletusega. 12. veebruaril 2002 ei saanud Taevaraadio AS kuidagi prognoosida 1,5 aastat hiljem toimunud rahvahääletuse tulemusi." Seega, kui aastal 2002 ei olnud Eesti liitumine Euroopa Liiduga prognoositav, siis seda vähem oli see prognoositav 1997, millise väite on käesoleval juhul vaidlustajad esitanud. Lisaks, arvestades taotleja pikaajalist kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju kasutamist, võis taotleja üldiste rahvusvaheliste põhimõtete alusel eeldada, et tal kehtivad sellele tähise kasutamisele õigused, mis tulenevad selle heausksest ning aastaid kestnud varemkasutusõigusest (TRIPS lepingu artikli 24 lg 4 ja 5). Taotleja on esitanud Läti Riigiarhiivist pärinevad tõendid koos tõlgetega kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju varemkasutusõiguse ja registreerimisõiguse kohta. Taotleja viitab ka Euroopa Kohtu 11. septembri 2009 kohtulahendile kohtuasjas C-446/07 (Alberto Severi vs Regione Emilia-Romagna), kus nähtub, et märgi pikaajaline kasutamine on üks objektiivsest asjaolust, mis võib välistada kaubamärgi ja geograafilise tähise eksitamise.

Kokkuvõtvalt taotleja leiab, et Patendiameti otsus on seaduslik ja põhjendatud ning palub jätta vaidlustusavalduse rahuldamata.

Taotleja lõplikud seisukohad

Taotleja esitas lõplikud seisukohad 22. jaanuaril 2012, jäädes varasemalt esitatud seisukohtade juurde. Taotleja palub jätta vaidlustusavalduse rahuldamata.

Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja otsus

Apellatsioonikomisjon, analüüsinud poolte seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid tõendeid kogumis ja vastastikus seoses, märgib järgmist.

Esmalt analüüsib apellatsioonikomisjon, milline kaubamärgiseaduse redaktsioon kuulub vaidlustusavalduse läbivaatamisel kohaldamisele. Asja materjalidest nähtuvalt esitas taotleja Patendiametile kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimise taotluse nr 970148 05. augustil 1997. Patendiamet on erinevatel aegadel võtnud taotluse suhtes vastu järgmised otsused:

- 1) Patendiameti 12. novembri 1999 otsus nr 7/9701748 kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimise kohta.
- 2) Patendiameti 11. detsembri 2001 otsus nr 7/9701748 kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimisest keeldumise kohta;
- 3) Patendiameti 16. märtsi 2006 otsus nr 7/9701748 kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimise kohta.

Patendiameti 12. novembri 1999 ja 11. detsembri 2001 otsused on tühistatud. Käesolevas asjas on vaidlustatud Patendiameti 16. märtsi 2006 otsus nr 7/9701748, mis on tehtud sama kaubamärgitaotluse nr 9701748 suhtes.

Kehtiv KaMS § 72 lg 1 sätestab, et uut kaubamärgiseadust kohaldatakse varasematele kaubamärkidega seonduvatele õigustele ja kohustustele, kui samas seaduses ei sätestata teisiti. Paragrahv 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. Patendiamet on enne 2004. aasta 1. maid teinud kaks SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimist käsitlevat otsust. Patendiameti 16. märtsi 2006 otsus on vastu võetud, kuna mõlemad varasemad otsused on vaidlustatud ja tühistatud. KaMS § 72 lg-s 5 käsitletakse „*Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alustena*“ seaduse redaktsiooni, mis kehtis enne 1. maid 2004 vastu võetud otsuste ajal. Patendiameti 16. märtsi 2006 otsus on käsitletav uue otsusena KaMS § 72 lg 5 mõistes, mille vastuvõtmisel kuuluvad kohaldamisele esialgselt vaidlustatud otsuste tegemise ajal kehtinud vana KaMS §-des 7 ja 8 sätestatud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused. Patendiameti ja taotleja vahelisest kirjavahetusest nähtuvalt on ka Patendiamet kaubamärgitaotluse registreerimistaotluse lahendamisel kohaldanud kuni 30. aprillini 2004 kehtinud KaMS-i (vt Patendiameti 28. novembri 2005 teade nr 7/9701748, 08. juuli 2005 teade nr 7/9701748). Järelikult tuleb ka Patendiameti 16. märtsi 2006 otsuse seaduslikkust hinnata enne 1. maid 2004 kehtinud KaMS §-des 7 ja 8 sätestatud keeldumisaluste valguses.

Vaidlustusavalduse lahendamisel ei ole antud juhul määravat tähtsust asjaolul, et vaidlustajad on osundanud kehtivas KaMS-is sätestatud absoluutsetele õiguskaitset välistavatele asjaoludele, kuivõrd samasisulised materiaalõiguse normid olid olemas kuni 30. aprillini 2004 kehtinud KaMS-s. Vastavalt TÕAS § 59 lg-le 3 ja lg 4 punktidele 5 ja 6 otsustab vaidlustusavalduse põhjenduste ja nõuete piires seaduse kohaldamise üle apellatsioonikomisjon. See ei ole käsitletav vaidlustusavalduse täiendamise, kitsendamise või muutmisena.

Pooled vaidlevad selle üle, kas vaidlustajad on asjast huvitatud isikuks, kes on õigustatud taotlema Patendiameti 16. märtsi 2006 otsuse tühistamist. Taotleja leiab, et vaidlustusavalduses on esitatud argumendid näitamaks vaidlustajate asjast huvitatust, mis põhinevad geograafilisel tähisel Champagne ja kauba omadustel. Samas on vaidlustusavalduses esitatud väiteid, mis puudutavad sõnalist elementi „SOVETSKOJE“, millega vaidlustajatel eelduslikult igasugune seos puudub. Asja materjalidest nähtuvalt on vaidlustajate väite kohaselt nende õigused rikutud eelkõige tulenevalt sellest, et kaubamärgi reproduktsioonil esineb sõna „ŠAMPANSKOJE“. Vaidlustajad põhjendavad kaubamärgis sõnale „SOVETSKOJE“ õiguskaitse andmise vaidlustamist sellega, et kuivõrd kaubamärgitaotlus nr 9701748 tervikuna (esitatud reproduktsioonis) on õigusvastaselt registreeritud ning selle kui terviku vaidlustamisel on tõendatud vaidlustajate huvi, siis on vaidlustajatel õigus käsitleda oma huvidest lähtuvalt kõiki kaubamärgi registreerimisest keeldumise asjaolusid. Apellatsioonikomisjon vaidlustajatega ei nõustu. Vaidlustajad väidavad, et vaidlusaluses kaubamärgis sõnale „SOVETSKOJE“ õiguskaitse andmine on vastuolus kehtiva KaMS § 9 lg 1 punktidega 2 ja 4, kuna sõnal „SOVETSKOJE“ puudub vahuveinide osas eristusvõime ja sõna on muutunud tavapäraseks keelekasutuses. Kuni 30. aprillini 2004 kehtinud KaMS-s vastavad kaebaja seisukohad § 7 lg-s 1 vastavalt punktides 2 ja 4. sätestatud absoluutsetele õiguskaitset välistavatele asjaoludele. Apellatsioonikomisjon leiab, et vaidlustajatel puudub õigustatud huvi nimetatud argumente esitada. Isikul on õigus vaidlustada taotleja õigus kaubamärgile ainult siis, kui tähisele ainuõiguse andmine seondub vaidlustaja õigustega, st ta on asjast huvitatud isik (uus KaMS § 41 lg 2). Vaidlustaja ei väida, et ta näiteks toodaks või turustaks vahuveini „SOVETSKAJA“. Kuigi apellatsioonikomisjon on tähise „Sovetskoje“ osas asunud vaidlustajatega sarnastele seisukohtadele oma otsuses 759-o, ei oma see antud menetluses tähtsust, kuna vaidlustajatel puudub kehtiva seaduse alusel õigustatud huvi selle tähise kaitstavust vaidlustada ning tegemist on erineva vaidlusesemega.

KaMS § 12 lg 1 p 2 kohaselt kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks on registrisse või Büroo rahvusvahelisse registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. Patendiameti vaidlusalune otsus käib kaubamärgi reproduktsiooni kohta, mille üheks oluliseks detailiks on ka (mittekaitstavaks tunnistatud) sõna „ŠAMPANSKOJE“, mille osas vaidlustajatel on õigustatud huvi. Tulenevalt KaMS § 41 lg-st 2 võib asjast huvitatud isik apellatsioonikomisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile absoluutsete ja suhteliste õiguskaitset välistavate asjaolude olemasolu korral. Kuivõrd sõna „ŠAMPANSKOJE“ on

kaubamärgi reproduktsiooni osa, siis on vaidlustajatel KaMS § 41 lg 2 kohaselt õigus vaidlustada kogu kaubamärgi registreerimise otsus, mitte piiritledes seda kaubamärgi reproduktsiooni teatud elementidega. Kaubamärgi registreerimise tulemusena tekiks tähisele ainuõigus tervikuna Patendiameti otsuses märgitud kujul, mistõttu võib ka asjast huvitatud isiku õigusi rikkuda tähis tervikuna. Kaubamärgitaotluses esitatud reproduktsiooni taotluse esitamise kuupäeva kaotamata muuta ei saa ja reproduktsiooni elemente saab üksnes piiratud tingimustel määratleda mittekaitstavate osadena. Olukord, kus Patendiameti otsus osaliselt kehtib ja selle esemeks oleva reproduktsiooni osad elemendid omavad õiguskaitset ning samal ajal tuleks korraldada sama taotluse uuesti lahendamine, ei oleks kooskõlas õigusselguse põhimõtte ega kaubamärgiõiguse loogikaga ning tekitaks segadust kaubamärgi õiguskaitse ja ainuõiguse ulatuse suhtes. Sellest tulenevalt leiab apellatsioonikomisjon, et kui vaidlustaja on huvitatud isik vähemalt ühe kaubamärgi reproduktsiooni elemendi suhtes, isegi kui see on määratletud mittekaitstavaks, on tal õigus vaidlustada taotleja õigus kaubamärgile tervikuna, kogu reproduktsiooni ulatuses.

Vaidlustajad on esitanud vaidlustusavalduse KaMS § 9 lg 1 p-de 2, 3, 4, 6, 10, 12, § 10 lg 1 p-ga 6 ja § 12 lg-ga 5; konkurentsiseaduse §-dega 50-51; alkoholiseaduse § 4 lg-tega 1 ja 2, § 14 lg-ga 1; Euroopa Ühenduse Nõukogu määruse nr 40/94 art 7 lg 1 p-ga; Nõukogu määruse (EÜ) nr 1493/1999 art 47-50, määruse lisadega III ja VIII (ja vastavad sätted seda muutvates Nõukogu määrustes nr 479/2008, nr 1234/2007 ja 491/2009); TRIPs lepingu art. 22-23; Pariisi konventsiooni art. 6 quinquies punkt B ja artikkel 10 bis sätetega. Suures ulatuses vaidlustajad seejuures ei ole pidanud vajalikuks täpsustada, milles viidatud vastuolud esinevad. Apellatsioonikomisjon peab seetõttu analüüsima esitatud viiteid järgmiselt. Esiteks tuleb leida viidatud uue KaMS sätete vasted kaubamärgiseaduses, mille alusel Patendiameti otsus on tehtud. Uue KaMS § 9 lg 1 p-dele 2, 3, 4 ja 6 vastavad vana KaMS § 7 lg 1 p-d 2, 3, 4 ja 6. Uue KaMS § 9 lg 1 p-le 10 vastab üldjoontes vana KaMS § 8 lg 1 p 10, kuid see säte ei ole antud juhul asjakohane, kuna vastandatud õigus ei seisne teises riigis registreeritud ja seal kasutusel oleva kaubamärgis, millega vaidlustatud kaubamärk oleks identne. Uue KaMS § 9 lg 1 p-le 12 vastab vana KaMS § 7 lg 1 p 11, mis viitab omakorda teistele seadustele, mis keelavad kaubamärgi kasutamise või registreerimise. Vaidlustajad loetlevad küll muid seadusi (ja rahvusvahelisi lepinguid ja Euroopa õiguse akte), kuid ei täpsusta, kuidas need keelavad kaubamärgi kasutamise või registreerimise. Uue KaMS § 10 lg 1 p-le 1 vastab üldjoontes vana KaMS § 8 lg 1 p 6, mis aga ei ole antud juhul kohaldatav, kuna vastandatud õigus ei seisne isikuportrees, tuntud isiku nimes, kinnistu nimetuses, arhitektuuriobjekti nimetuses või kujutises. Uue KaMS § 12 lg 5 vastab vana seaduse § 6 lõikele 4, kuid tegemist ei ole uue KaMS § 41 lõikes 2 viidatud vaidlustusavalduse esitamise alusega; sellel sätel saab olla vaid abistav tähendus mingi kaubamärgi õiguskaitset välistava asjaoluga seoses, mis peab antud juhul olema sätestatud vana KaMS §-des 7 või 8.

Teiseks, konkurentsiseaduse sätete kohaldamine jääb väljapoole apellatsioonikomisjoni pädevust ning selleks on ette nähtud teistsugune menetluskord konkurentsiseaduse §-s 53. Alkoholiseaduse viited on apellatsioonikomisjonile arusaamatud ning jäävad igal juhul väljapoole komisjoni pädevust.

Kolmandaks, viidatud Euroopa õiguse allikatest esimene käsitleb ühenduse kaubamärki ja selle seos antud vaidlustusega on apellatsioonikomisjonile arusaamatu. Tegemist ei ole ühenduse kaubamärgiga, vaid riigisisese kaubamärgiga, mille registreerimise taotlus esitati aastaid enne ühenduse kaubamärgimääruse Eesti Vabariigis kehtima hakkamist. Ka veinituru ühise korralduse määrus nr 1493/1999 omab Eesti Vabariigis õiguslikku jõudu alates 1. maist 2004. Selle määruse puhul on oluline eeskätt artikkel 50, mille kohaselt liikmesriigid võtavad kõik vajalikud meetmed vältimaks TRIPs-lepingu artiklites 23 ja 24 sätestatud tingimustel veinile lisatava geograafilise tähise kasutamist ühenduses nende toodete puhul, mis ei ole pärit kõnealuse geograafilise tähisega tähistatavast kohast, isegi kui kõnealuse kauba tegelikule päritolule osutatakse või kõnealust geograafilist tähist kasutatakse tõlkes või sellega on kaasas sellised väljendid nagu "liik", "tüüp", "meetod", "imitatsioon" vms. Seejuures tähendab termin "geograafilised tähised" tunnuseid, millega identifitseeritakse toote päritolu Maailma Kaubandusorganisatsiooni liikmeks oleva kolmanda riigi territooriumilt, või selle territooriumi piirkonnast või alalt, juhul kui teatav toote kvaliteet, maine või muud omadused on omistatavad eelkõige just sellele geograafilisele päritolukohale. Neid reegleid kohaldatakse olenemata ühenduse õigusaktide muudest konkreetsetest sätetest, millega on ette nähtud määruses osutatud toodete nimetamise ja esitusviisi eeskirjad. Vaidlustajad ei ole selgitanud, kuidas selle määruse nõuded rakenduvad vaidlustatud kaubamärgile, sealhulgas kooskõlas vana KaMS § 7 lg 1 p-ga 11, mille kohaselt kaubamärgina ei registreerita tähiseid, mille kasutamine või registreerimine kaubamärgina on keelatud teiste seaduste kohaselt, ning seda juhul kui määrusest kui „teisest seadusest“ tulenev keeld on õiguskorda lisandunud kaubamärgitaotluse menetlemise ajal.

Neljandaks, vaidlustajate viidatud TRIPs-lepingu artiklid ei ole oma sõnastusest lähtuvalt otsekohalduvad, vaid seovad riiki kohustusega tagada riigisisene geograafilise tähise kaitse süsteem. Eestis selle kohustuse täitmiseks kehtestatud geograafilise tähise kaitse seadus nõuab riigisisese registreeringu olemasolu selleks, et geograafilise tähise kaitset jõustada. Teadaolevalt vaidlustajatele ei kuulu Eesti Vabariigis registreeritud geograafilist tähist, seega puudus neil igasugune Eestis kehtiv õigus geograafilise tähise suhtes kuni 1. maini 2004. Lisaks on nii TRIPs-lepingu siduvus Eesti Vabariigi suhtes kui ka geograafilise tähise kaitse seaduse kehtestamine toimunud hiljem vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotluse esitamisega võrreldes. Pariisi konventsiooni viidatud sätete osas puudub taas vaidlustajate selge argumentatsioon sätete kohaldatavuse tingimuse kohta. Ilmselt ei ole tegemist otsekohalduvate sätetega, nende rakendumine toimub kaubamärgiseaduse, konkurentsiseaduse, reklaamiseaduse jne vahendusel. Artikkel 6 quinquies B kohaselt kaubamärgi registreerimise, millele artikli kehtivus laieneb (peetakse silmas teise liikmesriigi registreeringu alusel

esitatud taotlusi), võib tagasi lükata või kehtetuks tunnistada ainult siis, kui märkide iseloom on niisugune, et nad võivad esile kutsuda kolmandate isikute poolt omandatud õiguste rikkumist riigis, kus kaitset taotletakse; samuti, kui märkidel puuduvad täielikult eristustunnused või nad koosnevad ainult märkidest või tähistest, mis võivad kaubanduskäibes olla toodete liigi, kvaliteedi, koguse, otstarbe, hinna, päritolukoha või valmistusaja märkimiseks või mis on saanud üldkasutatavaks igapäevases keeles või ausates ja püsivates kaubandustavades riigis, kus kaitset taotletakse; või, kui märgid on vastuolus moraali või avaliku korruga ja eriti, kui neil on avalikkust eksitav iseloom. Märki ei või käsitleda avaliku korruga vastuolus olevana sel ainsal põhjusel, et see ei vasta mingile märkide kohta käivale seadussättele, välja arvatud juhud, kui see säte ise puudutab avalikku korda. Artikli 10 bis rakendamine jääb siiski jõusse. Viimati viidatud artikli, eeskätt lõike 3 p 3 kohaselt peab liikmesriik ilmtingimata keelustama teated või väited, mille kasutamine kommertstegevuses soodustab üldsuse eksitamist kaupade iseloomu, valmistusviisi, omaduste, kasutuskõlblikkuse või koguse suhtes. Järgnevalt analüüsib apellatsioonikomisjon vaidlustajate sisulisi seisukohti, seostades neid õigusliku alusega.

Vaidlustajad leiavad, et vaidlustatud kaubamärgitaotlus sisaldab geograafilist tähist või on sellega eksitavalt sarnane. Tarbijale seostub tähis „ŠAMPANSKOJE“ algupärase ja kuulsa tähtpäevade tähistamiseks kasutatava šampusega. Geograafilise tähise „Champagne“ või selle teisendite („šampanja“, šampanskoje“ jm) kasutamine isiku poolt, kelle tooted ei vasta geograafilise tähise õiguskaitse nõuetele, on vastuolus kehtiva õigusega, eksitab tarbijaid ning tekitab otsest maine ja majanduslikku kahju vastava geograafilise tähise kasutamiseks õigustatud isikutele. Tähis „šampanskoje“ edastab informatsiooni kauba omaduste ja kvaliteedi kohta ning viitab tootele omistatud tunnustusele, mainele või muudele positiivsetele omadustele ning tekitab toote vastu usaldust. Kaubamärgitaotluses 9701748 sellised omadused aga puuduvad, kuivõrd tegemist ei ole šampanjaga ja esineb tarbija eksitamise võimalikkus kaubamärgiga kaitstava toote tegeliku olemuse suhtes. Vaidlustaja nimetatud põhjendused vastavad vana KaMS § 7 lg 1 punktides 6 ja 6¹ sätestatud absoluutset õiguskaitset välistavatele alustele.

Vana KaMS § 7 lg 1 p 6 sätestab, et kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis oma olemuselt võivad tarbijat eksitada kaupade või teenuste liigi, kvaliteedi, hulga, otstarbe, väärtuse, geograafilise päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aja või kaupade või teenuste teiste omaduste suhtes.

Poolte vahel ei ole vaidlust selles, et Champagne maakond Prantsusmaal on ülemaailmselt tuntud kui „šampanja“ nimelise viinamarjadest valmistatud veinijoogi päritolukoht. Tähis „Champagne“ on geograafiline tähis ja päritolutunnus, millega tähistatakse sellest geograafilisest piirkonnast pärit ainult teatud kindlatest viinamarjasortidest valmistatud veinijooki, millel on kindlaksmääratud omadused (need sõltuvad selle piirkonna kliimast, pinnasest, viinamarjasortidest, valmistusmeetodist

jms) ning maine ja muud iseloomustavad tunnused, mis seostavad toodet selle geograafilise päritoluga. Nendele asjaoludele ei ole taotleja vastu vaieldud. Taotleja peamine vastuväide seisneb selles, et element „ŠAMPANSKOJE“ on määratud Patendiameti poolt mittekaitstavaks ning lisaks ei ole Champagne Eestis kaitstud geograafilise tähisena viisil, et ta omaks prioriteeti taotluse nr 9701748 ees.

Taotleja kaubamärk koosneb sõnalisest ja kujunduslikust osast. Sõnalisest osast on domineerival kohal tähise keskele paigutatud trükitähtedega kirillitsas sõnad „SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE“, mis tõlkes tähendab nõukogude poolmagus šampus (või šampanja). Ka prantsusekeelne geograafiline nimi, konkreetset veinipiirkonda tähistav Champagne on omandanud määramatutest aegadest spetsiifilise vahuveini tähenduse. Seega on vaidlustatud kaubamärgis kasutatud sõna ja Prantsusmaa ajaloolise veinipiirkonna nime tähendused identsed. Pole kahtlust, et Eesti keskmine tarbija mõistab mõlema nimetatud sõna tähendust.

Apellatsioonikomisjon leiab, et vaidlusaluses kaubamärgis Prantsusmaa ajaloolisele vahuveini tootmise piirkonnale viidates võib tarbijal tekkida mulje, et taotleja kaubamärgiga tähistataval vahuveinil on Champagne vahuveinidele iseloomulikud kõrged maitse- ja kvaliteediomadused. Kuigi taotleja kasutab oma kaubamärgis sõna „ŠAMPANSKOJE“, mis selgelt viitab Champagne piirkonnast pärinevale kindla kvaliteedi ja mainega vahuveinile, ei väida ta, ning pole ka tõendanud, et tema kaubamärgiga tähistatavaid vahuveine valmistataks Champagne geograafilisele piirkonnale omasel moel, sellele ajaloolisele vahuveini tootmise piirkonnale omasel meetodil seal kasvatatud viinamarjadest ning et taotleja vahuveinil on Champagne'le omane kõrge kvaliteet ja maine. Veelgi enam, taotleja seisukohtadest ja tema kodulehe www.balzams.lv infost nähtuvalt puudub taotleja toodetel seos Champagne ja šampusega ning tema väite kohaselt puudub vajadus kaubamärgis sõna „ŠAMPANSKOJE“ kasutamiseks. Apellatsioonikomisjon leiab, et veinisektoris on tarbija sageli eriti huvitatud kauba täpsest geograafilisest päritolust, veinitootja isikust ja kvaliteedi omadustest, võttes arvesse, et nende kaupade maine on sageli seotud asjaoluga, et neid toodetakse teatavas geograafilises piirkonnas teatava veinitootja poolt sellele piirkonnale omasel viisil ning tavad ja meetodeid järgides. Kui taotleja kaubamärk sisaldab infot, mida võib mõista kui viidet teatud kauba liigile ja omadustele, sealhulgas geograafilisele päritolule, samas selle alaga seost omamata, võib see anda tarbijale valeteavet kaupade ja teenuste, liigi, kvaliteedi ja maine ning muude omaduste kohta, millega kaasneb tõsine tarbijate eksitamise oht. Arvesse tuleb võtta sedagi, et vaidlusalust kaubamärki soovitakse registreerida klassis 33 nimetatud vahuveinide suhtes, mistõttu esineb tugev seos sõna „ŠAMPANSKOJE“ ja kaitstavate kaupade (vahuveinid) vahel. Lähtudes eeltoodust leiab apellatsioonikomisjon kokkuvõtlikult, et vaidlusaluse kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 7 lg 1 punktiga 6, kuna eksitatakse vaidlusaluse kaubamärgiga tarbijat kauba liigi, samuti kvaliteedi, väärtuse, maine ning teiste omaduste suhtes. See omakorda võib aga mõjutada tarbijate edaspidist

käitumist ja valikuid Champagne vahuveinide tarbimisel ja kahjustada vaidlustajate õiguspäraseid huve ning vaidlustajate ja tema toodete mainet.

Kui kaubamärgi koosseisus on tähis, mille osas kohaldub vana KaMS § 7 lg 1 p 6, ei ole võimalik seda tähist määrata mittekaitstavaks ja kaubamärki tervikuna siiski kaitsta, vaid mittekaitstavaks tuleb tunnistada kogu kaubamärk. Seejuures pole olulised taotleja selgitused, et sõna „ŠAMPANSKOJE“ on Patendiameti 16. märtsi 2006 otsusega märgitud mittekaitstavaks osaks. Patendiameti otsusest nähtuvalt on sõna „ŠAMPANSKOJE“ kantud kaubamärgi reproduktsioonile. Patendiameti poolt nimetatud sõna mittekaitstavaks osaks lugemine tähendab, et sõnale „ŠAMPANSKOJE“ ei laiene kaubamärgiomaniku ainuõigus (nt kehtivas KaMS-is § 14 ja § 16 lg 1 p 5). Seega kaubamärgiomanikul puudub küll õigus keelata teistel isikutel kasutada äritegevuses häid äritavasid järgides tähise vastava osa kasutamist, kuid see ei muuda olematuks fakti, et sõna „ŠAMPANSKOJE“ on kaubamärgi reproduktsioonil ja tähise üheks selgelt tajutavaks elemendiks. Sel põhjusel ei ole ka seadusandja avalikkuse, sh tarbijate huvide kaitse eesmärgil võimaldanud kaubamärgi eksitava elemendi määratlemist mittekaitstavaks osaks., mis võimaldaks kaubamärgi kui terviku kaitset. Ainuõiguse puudumine ei välista, et kaubamärgis eksitava elemendi kasutamine võib rikkuda konkreetse kolmanda isiku õigusi, nagu käesoleval juhul. Selline seisukoht on kooskõlas nii vana kui ka käesoleval ajal kehtiva KaMS-ga (vt kehtiva KaMS § 12 lg 5). Apellatsioonikomisjon tuvastas eelnevalt, et sõna „ŠAMPANSKOJE“ kasutamine taotleja tähises võib rikkuda vaidlustajate õigusi vaatamata sellele, et sõna on loetud mittekaitstavaks osaks.

Apellatsioonikomisjon nõustub, et ennekõike vanemate tarbijate hulgas võidakse sõna „ŠAMPANSKOJE“ seostada ka kunagi Nõukogude Liidus toodetud SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE vahuveini margiga, kuid see ei välista siiski vaidlusaluse tähise mittekaitstava osa seostamist Champagne veinipiirkonnas toodetava vahuveini omadustega (sh toote liigi, valmistamise viisi, kvaliteedi ja mainega) ning sellega kaasnevat tarbija tõsise eksitamise ohtu. KaMS § 7 lg 1 p 6 kohaldamiseks piisab tarbija eksitamise võimalusest. Apellatsioonikomisjon leiab, et mida aeg edasi, seda enam on tõenäoline sõnaga „ŠAMPANSKOJE“ tähistatud vahuveinide seostamine just Champagne piirkonnast tuntud vahuveini omaduste ja sellest tuleneva kvaliteedi ning mainega ja „ähmastub“ seos Nõukogude Liidus arendatud vahuveini margiga. Kehtiva KaMS § 53 lg 1 p 2, mis on rakendatav ka vaidlustatud kaubamärgitaotlusele, võimaldab niigi asjast huvitatud isikul nõuda ainuõiguse lõppenuks tunnistamist, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud tarbijat eksitavaks kaupade või teenuste liigi, kvaliteedi, hulga, otstarbe, väärtuse, geograafilise päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aja või kaupade või teenuste teiste omaduste suhtes;

KaMS § 7 lg 1 p 11 kohaselt kaubamärgina ei registreerita tähiseid, mille kasutamine või registreerimine kaubamärgina on keelatud teiste seaduste kohaselt. Eesti Vabariigile siduvast

kohustusest, nimelt Pariisi konventsiooni artiklist 6 *quinquies* B (3) tuleneb, et kaubamärgi registreerimine lükatakse tagasi muuhulgas siis, kui kaubamärgil on avalikkust eksitav iseloom. Apellatsioonikomisjon tuvastas, et vaidlustatud kaubamärgiga võidakse eksitada tarbijat kauba liigi, samuti kvaliteedi, väärtuse, maine ning teiste omaduste suhtes. Apellatsioonikomisjon leiab, et tähise registreerimine oleks käsitletav kõlvatu konkurentsina Pariisi konventsiooni artikkel 10 *bis* ja konkurentsiseaduse järgi. Konventsioon rõhutab liidu liikmesriikide kohustust tagada liikmesriikide kodanikele tõhus kaitse kõlvatu konkurentsi vastu (artikkel 10 *bis* lg 1). Kõlvatuks konkurentsiks loetakse iga konkurentsitoimingut, mis on vastuolus ausate tavadega tööstuses ja kaubanduses (lg 2). Sellest tulenevalt kohustab konventsioon ilmingimata keelustama teated või väited, mille kasutamine kommertstegevuses soodustab üldsuse eksitamist kaupade iseloomu, valmistusviisi, omaduste, kasutuskõlblikkuse või koguse suhtes. Konkurentsiseaduses on kõlvatuks konkurentsiks loetud ebaausat äritegevust, heade kommete ja tavadega vastuolus olevaid tegusid, sealhulgas eksitava teabe avaldamist. Kõlvatu konkurents on keelatud (§ 50). Seega tuleneb kõlvatu konkurentsi keeld nii Eesti Vabariigile siduvast rahvusvahelisest kohustusest kui ka konkurentsiseadusest. Apellatsioonikomisjon peab tõenäoliseks, et kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju registreerimine võib luua ebaausa konkurentsieelise teiste turuosaliste (nt vahuveinide tootjate ja turustajate) ees ebaõigete andmete avaldamise ja tarbijate eksitamise tõttu kauba omaduste suhtes, mida tähist SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju kandvatel vahuveinidel tegelikult ei ole. See võib omakorda kahjustada Champagne vahuveinidest tulenevat mainet ning nende toodete turustajate ausaid majandushuve.

Mis puudutab käesoleva vaidluse seoseid apellatsioonikomisjoni otsustega nr 353 ja 538-o1, siis tuleb märkida, et nende vaidluste pooled on erinevad, mistõttu ei saa juba formaalsetel põhjustel olla nimetatud otsuste järeldused siduvad käesolevas asjas. Lisaks on erinevad vaidluste asjaolud, kuna käesolevas asjas on Patendiameti otsus vaidlustatud osaliselt teistel kaalutlustel, kui varasemates otsustes. Kui otsuses nr 353 oli vaidluse keskmes küsimus, kas kaubamärk SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju on eksitav konkreetset kauba geograafilise päritolu suhtes, siis käesolevas asjas tuvastas apellatsioonikomisjon kaubamärgi eksitavuse kauba liigi, valmistamise viisi, väärtuse, kvaliteedi, maine ja teiste omaduste suhtes. Samuti tuleb märkida, et otsustega nr 353 ja 538-o1 ei lahendatud kaubamärgile SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju õiguskaitses andmist lõplikult, vaid kaubamärgi registreerimistaotlus saadeti Patendiametile uueks lahendamiseks.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes TÕAS §-st 61 ning vana KaMS § 7 lg 1 punktidest 6 ja 11, ning kehtiva KaMS § 41 lg-st 3, apellatsioonikomisjon

otsustas:

1. Rahuldada vaidlustusavaldus.
2. Tühistada Patendiameti 16. märtsi 2006 otsus nr 7/9701748 kaubamärgi SOVETSKOJE ŠAMPANSKOJE POLUSLADKOJE + kuju, taotlus nr 9701748 registreerimise kohta ja kohustada Patendiametit jätkamata selles osas menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses tuvastatud asjaolusid arvestades.

Komisjon juhib menetlusosaliste ja Patendiameti tähelepanu asjaolule, et komisjoni menetluses on veel kaks sama kaubamärgi registreerimise taotlust puudutavat vaidlustusavaldust (nr 1006 ja 1007).

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. Hageja teavitab viivitamata apellatsioonikomisjoni 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:

P. Lello

R. Laaneots

T. Kalmet