

JUSTIITSMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

**OTSUS nr 1213-o**

Tallinn 29. jaanuar 2014. a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Tanel Kalmet (eesistuja), Edith Sassian ja Kerli Tillberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi AS „Latvijas Balzams“, LV (esindaja volikirja alusel patendivolnik Almar Sehver) kaebuse Patendiameti 19.06.2009 otsuse peale, millega keelduti kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE POLUSLADKOJE (kirillitsas) + kuju“ (taotlus nr 9701747) registreerimisest. Kaebus nr 1213 on võetud menetlusse 02.09.2009 ja eelmenetlejaks on määratud Tanel Kalmet.

**Asjaolud ja menetluse käik**

**1)** 19.08.2009 esitas AS „Latvijas Balzams“ (edaspidi kaebaja) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) kaebuse Patendiameti otsuse peale, millega keelduti kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ registreerimisest klassis 33 (lisatud kaebusele).

Kaebaja õiguseellane A/S Rigas Vini (ühendatud äriühing), esitas 05.08.1997 Patendiametile taotluse nr 9701747 registreerida kõnealune kaubamärk kaupade „alkoholjoogid, nimelt vahuveinid“ (klass 33) osas. Hilisema kaubamärgi registreerimise käigus piiras taotleja kaubamärgi kaupade loetelu ning piiratud kaupade loetelu sisaldab kaupa „vahuveinid“. Patendiamet võttis kaubamärgi registreerimisotsuse vastu 12.11.1999. OÜ Estodes poolt 03.03.2000 esitatud kaebuse nr 354 alusel, tuvastanud tol ajal kehtinud kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 7 lg 1 p 6 rikkumise, otsustas Majandusministeeriumi Tööstusomandi Apellatsioonikomisjon oma 31.05.2001 otsusega nr 354-o nimetatud äriühingu kaebuse rahuldada ning Patendiameti 12.11.1999 otsuse tühistada. Komisjon leidis, et kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud medal (1965. aasta Tbilisi rahvusvahelise veinide konkursi medali esi- ja tagakülg) mida ei ole võitnud kaebaja õiguseellane. Tuginedes komisjoni otsusele nr 354-o võttis Patendiamet 11.12.2001 vastu kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse nr 7/9701747 KaMS § 7 lg 1 p 6 alusel. Patendiameti kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse vaidlustas kaebaja 11.02.2002 komisjonis alusel, et kaubamärgi registreerimisest keeldumine KaMS § 7 lg 1 p 6 alusel ei ole õiguspärane. Komisjon otsustas oma 05.09.2003 otsusega nr 537 kaebuse rahuldada ning tühistada Patendiameti 11.12.2001 otsus kaubamärgi registreerimisest keeldumise kohta, kuna tuvastas, et puuduvad KaMS § 7 lg 1 p-s 6 sätestatud registreerimisest keeldumise alused. Komisjon leidis, et kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medali võitis kaebaja õiguseellane. Patendiamet võttis teistkordselt 10.11.2003 vastu kaubamärgi registreerimisotsuse nr 7/9701747.

OÜ Fontan RV esitas 02.03.2004 kaebuse (alates 01.05.2004, uue kaubamärgiseaduse kohaselt nimetatud vaidlustusavaldus) nr 760 väites, et Patendiameti poolt vastu võetud kaubamärgi registreerimisotsus on jätkuvalt vastuolus KaMS § 7 lg 1 p-ga 6. Komisjon, oma viimase, 28.02.2006 vastuvõetud otsuse nr 760-o alusel, tuvastanud KaMS § 7 lg 1 p 6 rikkumise, otsustas vaidlustusavalduse rahuldada ning Patendiameti 10.11.2003 otsuse tühistada. Komisjon leidis, et kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud medal, mida ei ole võitnud kaebaja õiguseellane. Kaebaja algatas hagita menetluse komisjoni 28.02.2006 otsuse tühistamiseks menetlusnormide rikkumise alusel ning Harju Maakohus oma 02.04.2008 määrusega tsiviilasjas nr 2-06-13544 otsustas avalduse

---

Aadress:  
Tõnismägi 5a  
15191 Tallinn

Telefonid:  
6208201, 6208276  
e-mail: [toak@just.ee](mailto:toak@just.ee)

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

rahuldada ning tühistas komisjoni 28.02.2006 otsuse nr 760-o menetlusnormide rikkumise alusel. Asjast puudutatud isik OÜ Fontan RV on nimetatud määruse peale esitanud määruskaebuse, mille Tallinna Ringkonnakohus rahuldab 16.12.2008 ning jättis komisjoni 28.02.2006 otsuse nr 760-o jõusse.

Kaebaja esitas tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (edaspidi TÕAS) § 64 lg 2 alusel 29.05.2006 hagiavalduse OÜ Fontan RV vastu ning taotles Harju Maakohult kaubamärgi suhtes õiguskaitset välistavate asjaolude kindlakstegemist. Harju Maakohus oma 13.03.2008 otsusega (lisatud) jättis hagi rahuldamata. Kaebaja vaidlustas nimetatud otsuse menetlusnormide ja materiaaõiguse normide rikkumise alusel. Tallinna Ringkonnakohus jättis oma 20.10.2008 otsusega (lisatud) apellatsioonkaebuse rahuldamata. Kaebaja vaidlustas Tallinna Ringkonnakohtu otsuse Riigikohtus, kes oma 05.05.2009 otsusega (lisatud) muutis küll ringkonnakohtu otsuse motive, kuid mitte resolutsiooni jätta hagi rahuldamata.

Kaubamärgi registreerimise taotlus on registreerimiseks esitatud 05.08.1997 ning eelmine Patendiameti otsus (registreerimisotsus) selle kaubamärgi kohta on tehtud 10.11.2003. Alates 01.05.2004 jõustus uus kaubamärgiseadus, mille rakendussätete, täpsemalt § 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. Seega kuuluvad antud küsimuses kohaldamisele 10.11.2003 kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused. Vaidlusalune, kaubamärgi võimalikku eksitavat iseloomu käsitlev, registreerimisest keeldumise alus (uue seaduse alusel nimetatud „õiguskaitset välistav asjaolu“), KaMS § 7 lg 1 p 6 kehtis Patendiameti viimase registreerimisotsuse ajal järgnevas sõnastuses: „kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis oma olemuselt võivad tarbijat eksitada kaupade või teenuste liisi, kvaliteedi, hulga, otstarbe, väärtuse, geograafilise päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aja või kaupade või teenuste teiste omaduste suhtes“.

Kaebaja leiab, et Patendiameti registreerimisest keeldumise otsus on väär ning vastuolus KaMS normidega. Kaebaja leiab, et Patendiameti otsusega on rikutud tema õigusi ja seadusega kaitstud huvisid.

KaMS § 7 lg 1 p 6 välistab õiguskaitse andmise kaubamärkidele, mis oma olemuselt võivad tarbijat eksitada kaupade või teenuste omaduste suhtes. KaMS § 7 lg 1 p 6 rakendamiseks ei ole vajalik tõendada tegelikke eksituse juhtumeid. Patendiamet on leidnud, et kuna kaubamärgil on kujutatud medalite komplekt ning need medalid ei ole võidetud kaubamärgitaotleja ega tema õiguseelneja poolt, siis kaubamärk eksitab tarbijaid kauba kvaliteedi ja väärtuse ning päritolu osas. Kaebaja hinnangul on ebaõigesti kohaldatud KaMS § 7 lg 1 p 6, piirdudes üksnes teoreetilise hinnanguga, et kaubamärk võib eksitada tarbijat. Tarbijate eksitamise oht peab olema tõsine ja reaalne ning eksitamise ohtu tõsiduse hindamisel tuleb arvesse võtta, kas väidetav eksitamine mõjutab tarbija ostuotsust. Kohtud on eksinud materiaaõiguse kohaldamisel, kuivõrd Euroopa Kohtu praktika kohaselt tuleb tuvastada:

- a) millised on keskmise tarbija teadmised, ootused, arvamused või kombed;
- b) esineb tegelik eksitamine või piisavalt tõsine tarbija eksitamise oht;
- a) kaubamärgi käsutamisest tulenevalt saab tarbija majanduslik käitumine mõjutatud.

Patendiamet ei ole analüüsinud, millised on tarbijate arvamused või kombed, ega andnud ka taotlejale võimalust tõendite esitamiseks. Puuduvad tõendid selle kohta, milliseid seoseid tekitab konkreetne märgistus tarbijates. Puuduvad tõendid ja seisukohad, mis tõendaksid, et kaubamärgil kujutatud medal suure tõenäosusega kallutaks tarbijat ostma konkreetset vahuveini või eelistama seda mõne muu ettevõtja vahuveinile.

Euroopa Kohus on käsitletud tarbijate eksitamist seoses Nõukogu määruse nr 2392/89, mis kehtestab veinide ja kääritamata viinamarjamahla kirjeldamise ja esitamise üldised nõuded, artikliga 40, mis muuhulgas keelab käsutada veini märgistuses informatsiooni, mis võib tarbijat eksitada. Kohtuasjas nr C-81/01 Borie Manoux SARLS vs Directeur de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) on Euroopa Kohus leidnud 24.10.2002 otsuse p-des 25-27, et selleks, et kaubamärgi kasutamist võib pidada segadust tekitavaks või adressaati eksitavaks, peab olema, tarbijate arvamust või kombeid arvesse võttes, kindlaks tehtud, et esineb reaalne oht, et nende majanduslik käitumine saab mõjutatud. Kohus leidis, et „nagu Kohus on varasemalt korduvalt väljendanud, peab rahvuslik kohus hindama, kas kaubamärk võib olla eksitav, arvestades keskmise tarbija, kes on mõistlikult informeeritud ja tähelepanelik, eeldatavaid ootusi. Seega, määruse nr 2392/89 artiklist 40 tulenev keeld ei kehti lihtsale järeltulele, et kaubamärgi kasutamine, mis sisaldab geograafilist viidet võib oma olemuselt luua mulje, et see viide on kaitstud, kuigi reaalset ei ole. Vajalik on samuti tuvastada, et eksisteerib reaalne oht, et selle kaubamärgi kasutamisest tulenevalt saab tarbija majanduslik käitumine olema mõjutatud.“

Euroopa Kohtu 28.01.1999 lahendis kohtuasjas nr C-303/97 Verbraucherschutzverein eV vs Sektkellerei G.C. Kessler GmbH & Co. leiti, et ei ole piisav, kui määratleda, et kaubamärk, mis sisaldab sõna, mis sisaldub nimetatud õigusnormis mainitud ühe toote kirjelduses, oma olemuselt võib olla segi aetud selle kirjeldusega. Samuti on vajalik kindlaks teha, et kaubamärgi kasutamine võib tarbijaid tegelikult eksitada ja seetõttu mõjutada nende majanduslikku käitumist. Selles osas peab rahvuslik kohus viitama keskmise tarbija, kes on mõistlikult informeeritud ja tähelepanelik, eeldatavatele ootustele selle informatsiooni suhtes (punkt 38).

KaMS § 7 lg I p 6 põhineb Euroopa Liidu Nõukogu direktiivi nr 89/104/EEC (edaspidi direktiiv) artiklil 3.l(g), mille kohaselt ei registreerita kaubamärke, mis võivad oma olemuse tõttu üldsust eksitada näiteks kaupade või teenuste laadi, kvaliteedi või geograafilise päritolu osas. Kuigi 10.11.2003 ei olnud Eestist veel saanud Euroopa Liidu liiget, siis seoses juba eelnevalt toimunud õigusaktide ühtlustamise protsessiga oli enne 01.05.2004 kehtinud KaMS mitmetes olulistest osades, sh kaubamärgi õiguskaitset välisest asjaolud ühtlustatud Ühenduse õigusega. KaMS § 7 lg I p 6 ei erine sisult kehtiva KaMS § 9 lg I p-st 6.

Nii Euroopa Kohus kui ka Esimese Astme Kohus on selgitanud, et direktiivi artiklis 3.l(g) sätestatud registreerimisest keeldumise alused eeldavad, et leitakse, et esineb tegelik eksitamine või piisavalt tõsine tarbija eksitamise oht (vt Euroopa Kohtu 04.03.1999 otsus nr C-87/97 p 41; 30.03.2006 otsus C-259/04 p 47; Esimese Astme Kohtu 24.09.2008 otsus T-248/05 p 64). Euroopa Kohus on kohtuasjas nr C-28/95 Leur-Bloem vs Inspecteur der Belastingdienst/Ondernemingen [1997] kinnitanud, et kui seadusandja on kasutanud siseriiklikeks olukordadeks sama sõnastust kui nõutud ühenduse õiguses, tuleb ühenduse õigusest pärinevaid reegleid või kontseptsioone tõlgendada ühetaoliselt, sõltumata nende rakendamise asjaoludest. Seega tuleb kaasuse lahendamisel imperatiivselt lähtuda Euroopa Kohtu praktikast, kus on üheselt väljendatud, et mitte igasugune eksitamise oht ei ole piisav kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks.

KaMS § 7 lg I p 6 norm eeldab seega selle rakendajalt kaalutusõiguse teostamist ning otsustust selle rakendamise proportsionaalsuse, vajalikkuse ning mõõdukuse kohta. Seega on antud juhul oluline tarbija prognoositav ostukäitumine - kas ostuotsus langetatakse seepärast, et kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud teatav medal. Kui selle medali kujutamine ei mõjuta tarbija ostuotsust, siis ei ole ka KMS § 7 lg I p 6 rakendamine proportsionaalne. Selleks, et kohtud saanuks teha järeltule KaMS § 7 lg I p 6 rakendamise võimalikkusest, pidanuks kohtud tuvastama, milline on nende medalite mõju tarbijate ostukäitumisele. Puudub alus arvata, et medalite esinemine kaubamärgis oleks automaatselt tarbijakäitumist mõjutav. Puuduvad tõendeid, mis näitaksid, et tarbijad seostavad vahuveini siltidele kantud medaleid konkreetse tootja konkreetse saavutusega aastal 1965. Vahuveini sektori omapärast tulenevalt kasutati medaleid kõikide tootjate toodete märgistamisel, mis

paratamatult hävitas medalite komplekti seotuse konkreetsete tootjatega. Pigem oli tegemist sektoripõhise märgistusega (NSVL omapäradest tulenev) ja medalid lõid seose tootega ning tootja kuulumisega NSVL tootjate hulka. Keskmise tarbija ostuotsus saab olla mõjutatud konkreetsest kaubamärgil kujutatud medalist üksnes juhul, kui tarbija saab aru medali tähendusest, teab, mis medaliga tegu on, mida selle medali olemasolu tähendab toote omadustele jne. Ning isegi, kui eksisteerib teoreetiliselt võimalus, et mõni tarbija tunneb kõnealust medalit ning arvab seetõttu, et kaubal on teatavad omadused (mida tegelikult ei ole), tuleb hinnata, kui suur oleks selliste tarbijate osakaal üldisest kauba sihtrühmast. On täiesti tõenäoline, et tarbijad seostavad medaleid just NSVL-ga ja toonase tootmisega üldisemalt, või ei pea neid üldse oluliseks (peavad neid dekoratiivseks).

Taolise medaliga märgistatuna on aastaid tootnud sarnast toodet kaebaja, tema õiguseellased ja 32 erinevat vahuveini tehast NSVL-s. Teatavasti oli NSVL-i ajal tootmine standardiseeritud ning tehastele oli ette kirjutatud vahuveini koostis ning tootmise meetod, mille eesmärk oli saavutada olukord, et igast vahuveinitehasest tuleks „sama“ toode. Kaebaja õiguseellane, kes samuti oli NSVL-s üks neist 32-st vahuveinitootjast, eksportis NSVL-st SOVETSKOJE IGRISTOJE vahuveini üldises korras, oli õigustatud ja kohustatud nende medalite kujutisi kasutama. Kaebaja toode vastas tol ajal kehtestatud nõuetele ning ka pärast Nõukodude Liidu lagunemist on jätkanud kaebaja traditsiooni pakkuda vastava kvaliteediga vahuveini, mida tarbijad juba pikka aega olid harjunud ostma. Nimetatud asjaolu arvestades on täiesti võimalik, et tarbijatel puuduvad konkreetse medaliga seoses igasugused assotsiatsioonid konkreetse ajaloolise sündmuse või tootjaga. Seda pidanuks kohtud hindama. Võttes arvesse asjaolu, et tarbija, olles aastate jooksul harjunud nägema ühte ja sama medalite komplekti n.ö SOVETSKOJE tüüpi vahuveinide etiketil, sõltumata selle vahuveini tootjast, leiab kaebaja, et tarbija ei seosta seda medalite komplekti konkreetsele tootjale antud tunnustusega, vaid üksnes seostab selle medalite komplekti üksnes konkreetse toote liigiga ning selle ajaloolise tähendusega.

Lisaks märgib kaebaja, et Patendiamet on leidnud, et „Seega peab tootel (kaubal) olema seos kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medaliga“. Arvestamata on jäänud, et see seos on ju olemas - kaebaja on aastaid seda medalitekomplekti kasutanud Nõukogude Liidu ajal koos teiste tootjate vahuveinitootjatega (kusjuures kohustuslikus korras), mistõttu on antud medalite komplektile omane ajalooline ning kirjeldav (seos n.ö sovetškoje tüüpi vahuveinidega) seos, mis ei ole kadunud ka tänaseks päevaks, kuna seda vahuveini toodetakse samadel põhimõtetel.

Lähtudes ülaltoodust ja juhindudes vana KaMS § 7 lg 1 p-st 6, ja kehtiva KaMS § 41 lg-st 1 ja 3 palub kaebaja tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ (taotluse nr 9701747) registreerimisest keeldumise kohta klassis 33 kaebaja nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust.

**2)** 08.12.2009 esitas Patendiamet oma seisukoha kaebuse kohta. Patendiamet leiab, et 19.06.2009 vastu võetud otsus nr 7/9701747 on seaduslik ja põhjendatud ning kaebuses toodud väited ei anna alust Patendiameti poolt vastu võetud otsuse tühistamiseks ega menetluse jätkamiseks. Kaebajale edastatud keeldumisotsuses on Patendiamet õiguspäraselt lähtunud komisjonis ning kohtumenetluses tuvastatud asjaoludest, millega arvestamine on Patendiametile kohustuslik ning millest tulenevalt ei ole Patendiametil võimalik registreerimiseks esitatud tähisele õiguskaitset võimaldada. Patendiameti poolt otsuses esitatud seisukohad põhinevad kohtute poolt tuvastatud asjaoludel ning kaebuses toodud väited ei anna alust kaubamärgitaotluse jätkuvaks menetlemiseks. Ainuüksi kaebajapoolne mittenoustumine Patendiameti poolt 19.06.2009 vastu võetud otsusega ja selle aluseks olevate komisjoni ja kohtu seisukohtadega ei muuda ameti poolt vastu võetud otsust põhjendamatuks ja ebaõigeks. Patendiameti hinnangul ei saa kaebuse esitamist pidada kaebeõiguste kasutamiseks heas usus, kuna jõustunud kohtuotsusega on tuvastatud õiguskaitset välistavad asjaolud, mis on siduvad nii vaidluses osalenud pooltele kui ka kohustuslikud Patendiametile järgimiseks. Kaebuses esitatud argumendid ei ole seotud kaebaja õiguspärase huvide kaitsega, sest

juba jõustunud kohtuotsusega on leidnud kinnitamist õiguskaitset välistavad asjaolud, mis välistavad kaebajale kuuluva tähise registreerimise kaubamärgina.

Kaebaja leiab, et Patendiamet on KaMS § 7 lg 1 p 6 rakendamisel piirdunud üksnes teoreetilise hinnanguga, et kaubamärk eksitab tarbijat. Viidates erinevatele Euroopa Kohtu otsusele märgib kaebaja, et KaMS § 7 lg 1 p 6 rakendamine on kohane, kui esineb tegelik eksitamine või piisavalt tõsine eksitamise oht. Selle tuvastamisel tuleb hinnata tarbija teadmisi, harjumusi, tarbija eksitamise ohtu ning seda, kas väidetav eksitamine mõjutab tarbija ostuotsust. Varem kehtinud KaMS § 7 lg 1 p 6 sõnastusest tuleneb üheselt, et piisab tarbija eksitamise võimalusest. Seda asjaolu rõhutab ka kaebaja ise, märkides, et sätte rakendamiseks ei ole vaja tõendada tegelikke eksituse juhtumeid. Oma otsuses on Patendiamet lähtunud kohtu poolt leitud asjaoludest, nimelt on asja menetlemisel tuvastatud, et kaubamärgiseadus seob kaubamärgi õiguskaitse eksitamise võimalikkusega, mitte aga eksitamise enda või tarbija ostukäitumise mõjutamisega või muude kaebaja poolt otsitud kriteeriumitega. Kaebaja etteheide Patendiametile kaebaja poolt meelevaldselt tuletatud kriteeriumite analüüsi puudumise osas on vastuvõetamatu. Riigikohtu lahendis on selgelt väljendatud seisukohta, et kaubamärgi õiguskaitse on seotud eksitamise võimalikkusega, mitte aga tarbija ostukäitumisega või muude kaebaja poolt meelevaldselt tuletatud kriteeriumitega. Riigikohtu kolleegium on nõustunud ringkonnakohtuga selles, et KaMS § 7 lg 1 p 6 välistab õiguskaitse andmise kaubamärgile, mis oma olemuselt võib eksitada kaupade või teenuste omaduste suhtes. Tarbija tegelik eksitamine, st kas tarbija teab, mis medalid on märgil kujutatud, ning tarbija tegelik ostukäitumine ei kuulu tõendamisesemesse. Ka Harju Maakohus ning Tallinna Ringkonnakohus on avanud tarbija eksitamise kriteeriumi sisu, tuginedes asjakohastele siseriiklikele õigusaktidele ning leidnud, et kaubamärgi õiguskaitse on välistatud, kui kaubamärk annab tarbijale ebaõiget informatsiooni toote kohta. Siseriiklikule materiaalõigusele tugineva tõlgenduse asjakohasust on kinnitanud ka Riigikohus oma jõustunud otsuse punktis 15. Seega tuleb lähtuda kohtute poolt antud hinnangust, et eksitamine leiab aset, kui tarbijatele edastatakse ebaõiget informatsiooni. See tähendab käesoleval juhul, et tootja kaubamärk sisaldab medalite kujutisi, mida ta tegelikult võitnud ei ole. Nii on jõustunud kohtuotsustes Tallinna Ringkonnakohus märkinud, et kuna kaubamärgil on kujutatud apellandi poolt mittevõidetud medalauhinnad on tegemist tarbijate ilmse eksitamisega. Seda seisukohta on kinnitanud Riigikohus, nõustudes kohtute järeldusega tarbija eksitamise võimalikkuse kohta toote kvaliteedi suhtes. Kui kaubamärgi reproduktioonil on kujutatud medalid, võib see viia tarbija (kes on mõistlikult informeeritud, tähelepanelik ja ettevaatlik) mõttele, et nimetatud vahuvein on auhinnatud kaubamärgi reproduktioonil kujutatud auhindadega, ja tekitada tarbijas huvi põhjusel, et tarbija arvab medalite tõttu, et tegemist on kvaliteetse auhinnatud vahuveiniga. Tootel (kaubal) peab olema seos kaubamärgi reproduktioonil kujutatud medaliga. Käesoleval juhul vastav seos puudub.

Patendiamet märgib täiendavalt, et Euroopa Kohtu lahendid, millele tuginedes on kaebaja avanud KaMS § 7 lg 1 p 6 sisalduvat eksitavuse mõistet ning millest lähtumist peetakse kaebuses imperatiivseks, ei osutu asjakohasteks. Esitatud otsused ei saa mõjutada vaidluse lahendamist, sest on tehtud käesolevast vaidlusest erinevatel asjaoludel. Samas jääb arusaamatuks kaebaja arvamus analüüsi puudumise kohta tarbija eksitamise kriteeriumite osas. Kaebaja väide, et puudub kohtupoolne hinnang, kas medalite kujutamine kaubamärgil mõjutab tarbija ostukäitumist või kas üldse esineb tegelik eksitamine või vähemalt piisavalt tõsine tarbija eksitamise oht, ei ole tegelikkusele vastav. Asjas tegelikult tähtsust omavatele Euroopa Kohtu lahenditele on viidanud Riigikohus oma otsuse punktis 12 (otsused C-259/04 p 47, C-87/97 p 41) ning selgitanud, et alama astme kohtute poolt on õigesti tuvastatud, et hageja ei osalenud 1965. a Tbilisis rahvusvahelisel veinikonkursil ega saanud sealt medalit, mis on kujutatud tema kaubamärgi reproduktioonil. Seega esitatakse kaubamärgil tarbijale eksitavat informatsiooni. Kohus on ka hinnanud medalite kaubamärgil eksponeerimise mõju tarbijate ostukäitumisele ning leidnud, et kui kaubamärgi reproduktioonil on kujutatud medalid, võib see viia tarbija (kes on mõistlikult informeeritud, tähelepanelik ja ettevaatlik) mõttele, et nimetatud vahuvein on auhinnatud kaubamärgi

reproduksioonil kujutatud auhindadega, ja tekitada tarbijas huvi põhjusel, et tarbija arvab medalite tõttu, et tegemist on kvaliteetse auhinnatud vahuveiniga. Seega isegi, kui lähtuda kaebaja enda poolt esitatud KaMS § 7 lg 1 p 6 kohaldamise eeldustest (nagu eksitava teabe mõju tarbija ostukäitumisele või tarbija tegelik eksitamine või piisavalt tõsine eksitamine oht jt), siis on need käesoleval juhul täidetud, mistõttu esineb ka kaebaja enda kriteeriumitest lähtuvalt kaubamärgi õiguskaitset välistav absoluutne registreerimisest keeldumise alus.

Kaebuses toodud väite kohaselt kasutati medaleid kõikide tootjate toodete märgistamisel, mistõttu ei seosta tarbija medaleid konkreetse tootjaga ning on tõenäoline, et tarbijad seostavad medaleid just NSVL-ga ja toonase tootmisega üldiselt või ei pea neid üldse olulisteks; tarbija ei seosta medalite komplekti konkreetsele tootjale antud tunnustusega, vaid üksnes konkreetse toote liigiga ning selle ajaloolise tähendusega. Patendiametile jääb arusaamatuks ülaltoodud väite püstitamise vajadus ja asjakohasus käesolevas vaidluses. Vastavaid seisukohti on kaebaja saanud avaldada juba varasemalt kohtumenetluses ning on menetlusosalisena kahtlemata kursis kohtu vastavate seisukohtadega. Patendiamet lähtub oma menetluses komisjoni ja kohtu poolt tuvastatud asjaoludest. Seega tuleb märkida, et kohtumenetluses on leitud, et medalid kaubamärgil ei ole tähenduseta, vaid viitavad tootele omistatud tunnustusele. Medalite olulisus tarbija ostuotsuse tegemisel on aga üldiselt teada olev asjaolu, mis ei vaja eraldi tuvastamist. Käesoleval juhul edastab medalite kujutamine kaubamärgil tarbijale informatsiooni toote erilise kvaliteedi vms eriliste positiivsete omaduste kohta, tekitab toote vastu usaldust. Õigustada ei saa moonutatud informatsiooni andmist tarbijale. Kohtumenetluses on leidnud tõendamist fakt, et kaebaja ei ole 1965. a Tbilisi veinikonkursil osalenud ega seal vaidlusalust medalit võitnud.

Lisaks on kaebaja arvamuse kohaselt jätnud Patendiamet arvestamata, et tootel on olemas seos kaubamärgi reproduksioonil esitatud medalitega. Kaebaja on seda medalikomplekti kasutanud aastaid Nõukogude Liidu ajal koos teiste tootjate vahuveinitootjatega, mistõttu on antud medalite komplektile omane ajalooline seos, mis ei ole kadunud, kuna veini toodetakse samadel põhimõtetel. Patendiamet ei pea ka ülaltoodud seisukohta põhjendatuks ning leiab, et vastavasisulised väited ei ole asjakohased. Ringkonnakohus leidis, et väär on kaebaja väide, mille kohaselt toodetakse käesoleval ajal sedasama sovetškoje vahuveini, mida tarbijad olid juba aastakümneid tarbinud. Samuti on Riigikohus märkinud, et kohtud on tuvastanud, et hageja ei osalenud 1965. a Tbilisis rahvusvahelisel veinikonkursil ega saanud sealt medalit, mis on kujutatud tema kaubamärgi reproduksioonil. Ringkonnakohus leidis ka, et hageja läks juba 1995. aastal vahuveini tootmisel üle enda loodud uuele tehnoloogiale, millele ta on saanud patendi. Seega ei ole õige kaebaja väide, et tootel on olemas seos kaubamärgi reproduksioonil esitatud medalitega.

Lähtudes eeltoodust ja tulenevalt kuni 30.04.2004 kehtinud KaMS § 7 lg 1 p 6 palub Patendiamet Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi Tööstusomandi komisjonil jätta kaebus rahuldamata.

**3)** 19.04.2012 esitas kaebaja täiendavad tõendid, millega ta soovib tõendada, et sovetškoje tüüpi vahuveinide etikettidel kasutatakse erinevate tootjate poolt medalikomplekte, mis on samad või analoogsed taotleja kaubamärgil kujutatule. Selline olukord tähendab, et tarbijad on harjunud nende medalitega, kui dekoratiivsete elementidega, mis tuleneb ka medalikomplekti ajaloolisest kasutusest. Esitatud on Veterinaar- ja Toiduameti 26.08.2011 kiri, koos Sovetskoje alkohoolsete jookide registreeringute andmetega ning valitud fotodega toodetest, mille etiketil on kujutatud medalid (lisa 1). Medalite kasutamine tuleneb ajaloolistest põhjustest - Nõukogude Liidus oli medalite kasutamine standardiseeritud ning kohustuslik kõigile Sovetskoje Igristoje tootjatele (etiketi näide, Mir Vina 1998, lisa 2). Sellest tulenevalt võib medaleid Sovetskoje vahuveinidel pidada tavapäraseks elemendiks, mis viitab toote ajaloolisele taustale, mitte enam toote kvaliteediomadustele. Medalite tavapärasuse korral ei saa need medalid samaaegselt olla eksitavad. Seega analoogselt olukorraga, kus Patendiamet on registreerinud kaubamärgi tuntuse alusel olukorras, kus samaaegselt on asunud seisukohale, et märk eksitab geograafilise päritolu alusel. Lisatud on sellekohase HAWAII EXPRESS

kaubamärgi osalise registreerimise ja osalise registreerimisest keeldumise Patendiameti 06.07.2006 otsuse (lisa 3). Seejuures on oluline, et sovetškoje-tüüpi turustatavad alkohoolsed joogid ei ole mitte alati vahuveinid, vaid ka gaseeritud puuviljajoogid jne, st loobutud on varasemate tootmistehnoloogiate kasutamisest. Lisatud on väljavõtted alkoholiregistrist kehtivate Sovetskoje ja kehtetute Sovetskoje Igristoje alkoholitoodete registreeringute kohta, millest nähtub toodete klassifikatsioon (lisa 4). Samas kaebaja toote kvaliteet on säilinud ning seda toodet on vastavalt muutunud ajale ka edasi arendatud. Lisatud on näitena Moskva 1999 veinikonkurssi diplomi (lisa 5). Kaebaja on esitanud ka väljatrüki taotlustest nr M200000240, M200401463, M200901226, M200901225, M201100871, millest nähtub, et lisaks vastavate kaubamärkide kasutamisele, taotlevad turuosalisel neile ka kaubamärgikaitset (lisa 6).

Lisaks esitab kaebaja 11.03.2009 pöördumise Tarbijakaitseametile ning Tarbijakaitseameti 23.03.2009 vastuse seoses seaduse rakendamise praktikaga „eksitavuse“ küsimuses, mille kohaselt suur tähist kasutatavate turuosaliste hulk välistab tarbija eksitamise ning nõuab pigem tarbija suuremat tähelepanelikkust. Lisaks omab tähtsust ka toote etiketil esitatud informatsioon, mille osas kaebaja juhib tähelepanu, et antud taotlusel on märgitud ka toote päritolu (lisa 7).

Kaebaja esitab samuti andmed identse kaubamärgi registreerimise kohta, nimelt Läti kaubamärgiregistreering nr M 40 178 SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju (lisa 8), Leedu kaubamärgiregistreering nr 38618 SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju (lisa 9) ja USA kaubamärgiregistreering nr 75253832 SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju (lisa 10). Taotleja on oma Läti kaubamärgiregistreeringust tulenevaid õigusi ka edukalt kaitsnud hilisemate taotluste vastu, lisatud on sellekohane OHIM 13.03.2009 otsus vaidlustusavalduse nr B 1250200 kohta (lisa 11).

Kaebaja on aastaid ka Sovetskoje Igristoje vahuveini tootnud ja turustanud ning seda teinud alati etiketiga nagu nähtub kaubamärgitaotluselt (v.a muutunud tootja nimi), mille kohta on lisatud Riia vahuveinide kombinaadi 01.03.1985 ettevõtte standardi „Toodangu kvaliteedi juhtimine „Sovetskoje šampanskoje“/“Sovetskoje Igristoje“ ekspordiks tootmise organisatsioonilis-tehnoloogilised alused“ koos tõlkega eesti keelde (lisa 12) ning dokumendid Sovetskoje Igristoje vahuveini tootmise ja ekspordimise kohta aastatel 1988-1994 (lisa 13).

Euroopa Kohtu 11.09.2009 kohtulahendist kohtuasjas C-446/07 Alberto Severi vs Regione Emilia-Romagna (p-d 61-62) tuleneb, et märgi pikaajaline kasutamine on üks objektiivselt asjaolust, mis võib välistada kaubamärgi ja geograafilise tähise eksitamise. Kohtu sõnul Euroopa Kohtu praktikast nähtub, et selle hindamiseks, kas märgisel esinev viide võib olla eksitav, peab liikmesriigi kohus peamiselt tuginema eeldatavale ootusele, mis selle tähise suhtes on keskmisel tarbijal, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas seoses toiduaine päritolu, lähtekoha ja kvaliteediga, ning peamine on olla tarbijat mitte eksitav ning mitte jätta teda ekslikult arvamusele, et tootel on erinev päritolu, lähtekoht või kvaliteet sellest, mis tal tegelikkuses on (vt selle kohta 6.07.1995 otsus C-470/93 Mars p 24; kohtuotsus Gut Springenheide and Tusky p 31, ja 13.01.2000 otsus C-220/98 Estée Lauder p 30). Põhikohtuasjas vaatluse all oleva märgistuse puhul võimaliku eksitava laadi hindamisel arvessevõetavate faktorite hulgas on nimetuse kasutamise kestus üks objektiivne faktor, mis võib muuta mõistliku tarbija ootusi. Seevastu tootja või jaemüüja võimalik heauskus, mis on subjektiivne faktor, ei mõjuta objektiivset muljet, mille tekitab geograafilise nimetuse tähis märgisel.

**4)** 11.02.2013 esitas kaebaja oma lõplikud seisukohad. Kaebaja märgib, et toimunud kohtuvaidlus keskendus enam tõendamiskoormisele ning eksitamise võimalikkusele teoreetilisest aspektist, mitte ei hinnanud niivõrd eksitamise tõenäosust arvestades antud toote ajaloolist tausta ning konkreetseid turuolusid. Kaebaja leiab, et tema esitatud tõendid näitavad, et turul on erinevas kujunduses medalite kasutamise praktika muutnud need tavapärasteks ning seega mittekaitstavaks. Kaubamärgi õiguskaitstesüsteem ei saa eksteerida iseseisvalt reaalsest turuolukorrast. Tooteetiketi esiküljel on

nähtav tootja nimi ning alkoholiregistri materjalid osundavad, et see on ka turupraktikaks märkida taotleja puhul tootja nimi esietiketile. Tarbija tavapärase tähelepanelikkuse juures (mis on antud juhul kõrgem arvestades suure hulga sarnaste toodete olemasolu turul) ning arvestades antud toote ajaloolist tausta ei ole tõenäoline, et tarbija saab eksitatud põhjusel, et toote etiketil on kujutatud kõnealune medalite komplekt. Kaebaja jäi muus osas varem toodud väidete juurde.

5) 14.03.2013 esitas Patendiamet oma lõplikud seisukohad, milles jäädi varem antud seisukohtade juurde. Patendiamet on seisukohal, et Patendiameti keeldumisotsuse peale kaebuse esitamise võimalus on kaubamärgiseaduses ette nähtud eelkõige selleks, et vaidlustada võimalikku Patendiameti poolset materiaalõiguse või menetlusnormide rikkumist, kuid mitte selleks, et kaebaja saaks jätkata vaidlust juba komisjoni ja kohtu poolt jõustunud otsusega tuvastatud asjaolude üle. Jõustunud Riigikohtu otsuses tuvastatud õiguslike asjaolude ümberhindamine ei oleks kooskõlas õiguskindluse printsiibiga. Asjaolu, et kaebaja ei nõustu komisjoni ja kohtute otsustega, ei ole Patendiameti hinnangul piisav alus, et jõustunud otsustega kindlaks tehtud õiguslike asjaolude osas vaidlust jätkata. Patendiamet palub komisjonil jätta kaebus rahuldamata.

06.08.2013 alustas komisjon lõppmenetlust.

### **Komisjoni seisukohad**

Komisjon, hinnanud menetluses esitatud seisukohti ja tõendeid, leiab järgmist.

Vaidlusalune kaubamärgi registreerimise taotlus esitati 05.08.1997 ning eelmine Patendiameti otsus (registreerimisotsus) selle kaubamärgi kohta on tehtud 10.11.2003. Alates 01.05.2004 jõustus uus kaubamärgiseadus, mille § 72 lg 5 kohaselt enne 2004. aasta 1. maid Patendiameti tehtud otsuse vaidlustamisel ja uue otsuse tegemisel kohaidatakse Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja uue menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist. Seega kuuluvad antud küsimuses kohaldamisele 10.11.2003 kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused.

Kaebaja väidab, et Patendiameti 02.09.2009 otsus keelduda kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE POLUSLADKOJE (kirillitsas) + kuju“ (taotlus nr 9701747) registreerimisest ainsa taotluses sisalduva kauba „vahuveinid“ suhtes enne 01.05.2004 kehtinud KaMS § 7 lg 1 p 6 alusel (viimase registreerimisotsuse ajal järgnevas sõnastuses: „kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis oma olemuselt võivad tarbijat eksitada kaupade või teenuste liisi, kvaliteedi, hulga, otstarbe, väärtuse, geograafilise päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aja või kaupade või teenuste teiste omaduste suhtes“) on õigusvastane, kuna Patendiamet ei ole hinnanud, kas tarbija eksitamise oht on tõsine ja reaalne ning kas väidetav eksitamine mõjutab tarbija ostuotsust. Kaebaja leiab, et puuduvad tõendid ja seisukohad, mis tõendaksid, et kaubamärgil kujutatud medal, mida kaebaja õiguseellane ei ole võitnud ja mida ta siiski kasutab oma kaubamärgi reproduktsioonil, kallutaks tarbijat suure tõenäosusega ostma konkreetset vahuveini või eelistama seda mõne muu ettevõtja vahuveinile. Kaebaja rajab oma seisukoha, et hinnata tuleb mitte ainult kaubamärgis sisalduva elemendi eksitavat iseloomu, vaid ka selle tõenäolist mõju tarbijale, Euroopa Kohtu lahendile C-82/01 seoses Nõukogu määrusega nr 2392/89, mis kehtestab veinide ja kääritamata viinamarjamahla kirjeldamise ja esitamise üldised nõuded. Euroopa Kohus on nimelt leidnud, et selleks, et kaubamärgi kasutamist võib pidada segadust tekitavaks või adressaati eksitavaks, peab olema, tarbijate arvamus või kombeid arvesse võttes, kindlaks tehtud, et esineb reaalne oht, et nende majanduslik käitumine saab mõjutatud. Kohtu hinnangul tuleb hinnata, kas kaubamärk võib olla eksitav, arvestades keskmise tarbija, kes on mõistlikult informeeritud ja tähelepanelik, eeldatavaid ootusi. Nimetatud Euroopa Kohtu lahendis käsitleti geograafilist viidet sisaldava kaubamärgi kasutamist ning küsimus oli selles,



kas geograafilise viite kasutamine ei või tekitada tarbijates majanduslikku käitumist mõjutavat eksitust, et kõnealune geograafiline tähis on kaitstud.

Komisjon leiab, et seda lahendit, mis tehti geograafilise tähise alase regulatsiooni kontekstis, ei saa üks-üheselt kohaldada juhtumile, kus eksitava iseloomuga elemendiks on kaupa muul viisil (eksitavalt) iseloomustavad andmed.

Kaebaja on samuti viidanud Euroopa Kohtu lahendile C-303/97 seoses määrusega 2333/92 vahuveinide tähistamise kohta. Nimetatud juhtumil oli küsimus selles, kas kaubandusliku tähise kasutamine ei kahjusta tarbijate määrusest tulenevaid õigusi kauba kirjeldust teada saada. Tunnustatud tähise 'Riesling-Hochgewächs' kõrval (mis viitas viinamarjasordile) kõrval kasutas ettevõtja tähist 'Kessler Hochgewächs' ning jook oli valmistatud Chardonnay viinamarjadest. Vaatamata tarbijate väitele, et selline tähise kasutus kujutab endast nende õiguse rikkumist, leidis kohus, et mõistlikku tarbijat ei pruugita nii eksitada.

Komisjon leiab, et ka kõnealune Euroopa Kohtu lahend ei ole asjakohane, kuna see käsitleb tunnustatud tähise elemendiks oleva kaubandusliku, monopoolse tähise kasutamist, ilma otseselt eksitava viiteta või elemendita, mis antud vaidluses on aga olemas ja tuvastatud. Komisjon märgib ühtlasi, et kumbki eelnimetatud kaebaja poolt viidatud lahend ei ole ka kaubamärgiõiguse allikaid tõlgendav. Ka hiljem esitatud Euroopa õiguspraktika näited on seotud peamiselt geograafilise ala viitamisega. Siiski, kaebaja viidatud Euroopa kohtuasjadest C-87/97, C-259/04 ja T-248/05 sedastavad kaubamärgiõiguse kontekstis, et Euroopa Liidu kaubamärgiõiguses eksitavuse kui õiguskaitset välistava asjaolu esinemiseks on nõutav tegeliku eksitamise olemasolu või piisavalt tõsine risk, et tarbija saab eksitatud.

Kaebaja esitas nendel Euroopa kohtulahenditel põhinevad seisukohad ka Riigikohtu menetluses olnud tsiviilasjas nr 3-2-1-29-09 (kaebaja hagi OÜ Fontan RV vastu kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ suhtes õiguskaitset välistava asjaolu puudumise kindlakstegemiseks), mille kohta Riigikohtu tsiviilkolleegium tegi otsuse 05.05.2009 ning need on refereeritud Riigikohtu otsuse p-s 7. Riigikohus leidis, et kuna „ringkonnakohtu otsuse põhjenduste kohaselt on kostja tõendanud, et hageja ei ole kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medalit (medaleid) võitnud ja tegemist on tarbija ilmse eksitamisega, ei ole see menetlusõiguse normi rikkumine oluline ega ringkonnakohtu otsuse tühistamise aluseks. Kolleegium nõustub ringkonnakohtuga selles, et KaMS § 7 lg 1 p 6 välistab õiguskaitse andmise kaubamärgile, mis oma olemuselt võib eksitada kaupade või teenuste omaduste suhtes. Tarbija tegelik eksitamine, s.t kas tarbija teab, mis medalid on märgil kujutatud, ning tarbija tegelik ostukäitumine ei kuulu tõendamisesemesse“ (p 10). Riigikohus on samuti kinnitanud, et Eesti Vabariigis tuleb kaubamärgivaidluse lahendamisel ja siseriikliku õiguse tõlgendamisel ning kohaldamisel arvestada ka Euroopa Liidu tööstusomandit reguleerivate normidega ning Euroopa Liidu asjakohaste direktiivide art-t 3(1)(g) on Euroopa Kohus tõlgendanud selliselt, et nimetatud sätte alusel kaubamärgi registreerimisest keeldumine eeldab tarbija tegelikku eksitamist või piisavalt tõsist tarbija eksitamise ohtu (p 12). Riigikohus on samas leidnud (sarnaselt madalama astme kohtutega), et tarbija eksitamine toote kvaliteedi suhtes on võimalik. „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“ (p 14). Riigikohus seega mitte ainult ei olnud teadlik kaebaja (Riigikohtu menetluses kassaatori) viidetest Euroopa kohtulahenditele (p 7), vaid ka viitas nende sisu oma otsuse motiveerivas osas (p 12). Eeldada tuleb, et Riigikohus kaalus oma otsuse vastavust Euroopa õigusele antud küsimuses.

Komisjoni menetluses alanud (OÜ Fontan RV vaidlustusavaldus 760) ja Riigikohtus päädinud vaidluse esemeks oli kaebaja kaubamärgile õiguskaitse andmise võimalikkus, konkreetselt selle kaubamärgi eksitavus. Ammendavalt kasutatud Eesti õigustee tulemusena on õigusemõistjad tuvastanud kaubamärgi eksitavat iseloomu ja lugenud selle tõendatuks. Käesoleva kaebuse menetluse esemeks olev Patendiameti otsus, mille tegemisel kaebaja hinnangul ei kontrollitud küllaldase põhjalikkusega tegeliku eksitavuse olemasolu või piisavalt tõsist tarbija eksitamise ohtu, lähtus Riigikohtu jõustunud lahendist. TÕAS § 35 lg 1 p 1 järgi on Patendiameti ülesandeks tööstusomandi seaduste alusel taotluste vastuvõtmine ja menetlemine, sealhulgas ekspertiisi tegemine tööstusomandi seaduste ettenähtud juhtudel. Sama seaduse § 36 lõike 1 kohaselt on Patendiamet §-s 35 sätestatud ülesannete täitmisel, sealhulgas tööstusomandi esemele õiguskaitse andmise otsuste tegemisel ja otsuste tegemise meetodika kasutamisel sõltumatu. Kuid samas sätestatakse, et „Patendiamet täidab kohtu ja apellatsioonikomisjoni otsuseid“. Kuna Riigikohtu otsusest järelalus õiguskaitset välistava asjaolu olemasolu kaebaja kaubamärgi puhul, ei olnud Patendiametil kaebaja taotluse järgneval menetlemisel õiguslikult võimalik tuvastada selle asjaolu puudumist, seadmata küsimuse alla kohtu otsust, mida Patendiamet on seaduslikult kohustatud täitma.

Kaalunud põhjalikult õiguslikke võimalusi, ei pea komisjon reaalseks Riigikohtu jõustunud otsust antud vaidluse tõendamiseseme osas küsitavaks pidada ega seda sisuliselt tühistada näiteks materiaaõiguse normi ebaõige kohaldamise, tsiviilkohtumenetluse seadustiku § 669 lõike 1 punktis 5 nimetatud asjaolu või muude asjaolude tõttu.

Komisjon märgib, et puuduvad varasemad vaidlused, mis TÕAS § 47 lõike 3 punkti 5 alusel oleks kaebuse tagasilükkamise aluseks. Komisjoni otsus 354-o on tehtud muude menetlusosaliste vahelises menetluses; otsuse 537-o oli Patendiameti konkreetne 11.12.2001 otsus ning nagu on ilmnenu, tegi komisjon selle otsuse tõe te mittevastavate tõendite alusel; otsus 760-o, mis on tehtud muude menetlusosaliste vahel, ei ole aga jõustunud. Nagu Riigikohus viidatud otsuse p-s 17 on selgitanud, on kaebaja komisjoni 28.02.2006 otsuse peale esitatud kaebuse alusel toimunud hagita menetlus lõppenud Tallinna Ringkonnakohtu 16.12.2008 jõustunud kohtumäärusega, millega jäeti kaebus rahuldamata. Kuna kaebaja esitas 29.05.2006 TÕAS § 64 lg-s 2 märgitud tähtaja jooksul kohtule hagi õiguskaitset välistava asjaolu puudumise kindlakstegemiseks OÜ Fontan RV vastu, ei ole komisjoni 28.02.2006 otsus 760-o jõustunud. See-eest on selle otsuse sisu leidnud kinnitust kohtus hagimenetluses, mille tulemus on jõustunud Riigikohtu otsusega, ning millest lähtudes Patendiameti käesolevas menetluses vaidlustatud 19.06.2009 otsus nr 7/9701747 on tehtud ainsal seadusega lubatud viisil. Käesolev menetlus toimub kaebaja ja Patendiameti vahel Patendiameti otsuse õigusele vastavuse kontrollimiseks. Kaebajal on olnud seaduslik õigus käesolevat menetlust oma kaebusega taotleda.

Eeltoodust tulenevalt ei pea komisjon võimalikuks ega vajalikuks hinnata, kas kaebaja kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ puhul esinevad varem kehtinud KaMS § 7 lg 1 p 6 nimetatud õiguskaitset välistavad asjaolud, nimelt kaubamärgi eksitavus, ning kas eksisteerib eksitavuse kui õiguskaitset välistava asjaolu kohaldamiseks nõutav tegeliku eksitamise olemasolu või piisavalt tõsine risk, et tarbija saab eksitatud.

Sellest tulenevalt ei hinda komisjon ka kaebaja 19.04.2012 esitatud tõendeid ega nende asjakohasust. Kaebaja püüab tõendada, et sovetsoje tüüpi vahuveinide etikettidel kasutatakse erinevate tootjate poolt medalikomplekte, mis on samad või analoogsed taotleja kaubamärgil kujutatule, ning seega tarbijad on harjunud nende medalitega, kui dekoratiivsete elementidega, mis tuleneb ka medalikomplekti ajaloolisest kasutusest, kuid see ei välista ka teoreetiliselt medalite kaubamärgi koosseisus kasutamise eksitavat iseloomu ja seega riski, et tähelepanelik tarbija saab kauba kvaliteedi või ka ajalooliselt kujunenud ootuste suhtes, sealhulgas tootmistehnoloogia, toote toorme või standardile vastavuse osas eksitatud. Ka toote päritolu näitamine ei kõrvalda ilmselt

tarbija ootust, et toode vastab ajalooliselt kujunenud iseloomule ning esitatav info on tõene, sealhulgas et tähise andmete kohaselt hinnatud toote kvaliteet vastab püsivalt hinnangu andmise ajal olnud toote tunnustele. Endise standardi alusel toodetud ja vastavalt sellele märgistatud tootest erineva toote turustamine sama või ebaoluliselt muudetud tähise all ühe tootja poolt paljudest ei peaks andma alust intellektuaalse kapitali heauskseks tekkimiseks, isegi kui päritolu on tõeselt näidatud. Seadus ei näe samuti ette tähtaega, mille möödudes tarbijale esitatav ebatõene informatsioon lakkaks olemast ebatõene.

Patendiameti 14.03.2013 lõplikes seisukohtades esitatud taotlus jätta kaebaja esitatud tõendid tähelepanuta jäetakse kõrvale, kuna tõendite hindamine ei ole antud menetluses eeltoodud põhjustel asjakohane. Patendiameti vastuargumendid tõendite kohta on esitatud samuti lõplikes seisukohtades ning ka need jäetakse antud menetluses kõrvale.

Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks TÕAS § 61 lg 1 ja 2, komisjon

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

#### **jätta AS „Latvijas Balzams“ kaebus rahuldamata.**

Kaebaja võib esitada kaebuse komisjoni otsuse peale Harju Maakohtusse kolme kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Kohus vaatab kaebuse läbi hagita menetluses. Kaebaja teavitab viivitamata komisjoni kaebuse esitamisest. Kui kaebust Harju Maakohtusse ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kolme kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Kui kaebus Harju Maakohtusse esitatakse, kuid kohus ei võta seda menetlusse, jätab kaebuse läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

T. Kalmet

E. Sassian

K. Tillberg