

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1318-o

Tallinnas 30. aprillil 2012. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon koosseisus Evelyn Hallika (eesistuja), Edith Sassian ja Sulev Sulsenberg vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku Alko Inc. (esindajad volikirja alusel patendivolinikud Kärt Laigu ja Kalev Käosaar) vaidlustusavalduse kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** (registreerimistaotlus nr M200900694) registreerimise osas klassides 32, 33, 34 ja 35 OÜ Eurobrand Baltic nimele, mille kohta oli avaldatud teave Eesti Kaubamärgilehes nr 2/2011.

Asjaolud ja menetluse käik

1. 29.03.2011 esitas Alko Inc. (edaspidi vaidlustaja) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) vaidlustusavalduse kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** (edaspidi vaidlustatud kaubamärk) registreerimise vastu OÜ Eurobrand Baltic (edaspidi taotleja) nimele klassides 32, 33, 34 ja 35 kaupade osas:

Klass 32	õlu; mineraal- ja gaseerved ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained.
Klass 33	alkoholjoogid (v.a õlu).
Klass 34	tubakas; suitsetamistarbed; tikud.
Klass 35	reklaam; ärijuhtimine; kontoriteenused; impordi-ekspordikontorid; jae- ja hulgimüügiteenused (kolmandatele isikutele).
2. Vaidlustaja nimele on registreeritud kaks Ühenduse kaubamärki:
 - 1) **ALKO + kuju** (nr 001921840). Taotluse esitamise kuupäev on 25.10.2000 ning kaubamärk on registreeritud järgmiste teenuste tähistamiseks:

Klass 32 – Beers; mineral and aerated waters and other non – alcoholic drinks; fruit drinks and fruit juices; syrups and other preparations for making beverages (Tõlge: Õlu; mineraal- ja gaseerved ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained);
Klass 33 – Alcoholic beverages (except beers) (Tõlge: alkoholjoogid (v.a õlu);
Klass 35 – Advertising; business management; business administration; office functions (Tõlge: Reklaam; ärijuhtimine; kontoriteenused).
 - 2) **ALKO + kuju** (nr 005919031). Taotluse esitamise kuupäev on 21.05.2007 ning kaubamärk on registreeritud järgmiste teenuste tähistamiseks:

Klass 32 – Beers; mineral and aerated waters and other non – alcoholic drinks; fruit drinks and fruit juices; syrups and other preparations for making beverages (Tõlge: Õlu; mineraal- ja gaseerved ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained);
Klass 33 – Alcoholic beverages (except beers) (Tõlge: alkoholjoogid (v.a õlu);

Klass 35 – Advertising; business management; business administration; office functions; retail sale and wholesale of alcoholic beverages; franchising services (Tõlge: Reklaam; ärijuhtimine; kontoriteenused; alkoholjookide jae- ja hulgimüügiteenused; frantsiisiteenused).

3. Vaidlustusavaldus on esitatud kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 10 lg 1 p 2 ja § 41 lg 2 ja 3 alusel.
4. Kaubamärke **ALKO + kuju** (nr-d 001921840 ja 005919031) tuleb lugeda varasemaks, kuna need on registreeritud ning märkide taotluste esitamise kuupäevad on varasemad.
5. KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.
6. Kaubamärgiseadus sätestab, et taotletavat kaubamärki ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku loata, kui identtsuse, sarnasuse või assotsieerumise tõttu varasema kaubamärgiga ning identtsuse või samaliigilisuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et tarbijaskond võib need kaubamärgid omavahel ära vahetada.
7. Kaubamärk on varasema kaubamärgiga äravahetamiseni sarnane, kui seda kasutatakse sarnaste kaupade/teenuste tähistamiseks ning see meenutab varasemat märki sedavõrd lähedaselt, et tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade/teenuste päritolu osas.
8. Vaadeldavate kaubamärkide reproduktsioonid on alljärgnevad:

Taotlus nr M200900694

ALKOPÖRSSI

Varasem kaubamärk nr 001921840



Varasem kaubamärk nr 005919031



9. Vaidlustaja on seisukohal, et võrreldavate kaubamärkide puhul on tegemist tähistega, mis on sarnased ning on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbijate poolt ning samas ka kaubamärkide assotsieerumine. Nagu ülaltoodud võrdlusest näha võib, sisaldab hilisem kaubamärk tervikuna varasemate, registreeritud kaubamärkide sõnalist osa – ALKO. Ühise, identse sõna ALKO olemasolu võrreldavate kaubamärkide koosseisus võib tekitada tarbijas assotsiatsiooni talle juba tuntud, teise omaniku poolt kasutatavate kaubamärkidega.
10. Kuigi võrreldavate kaubamärkide kujundus on erinev, ei muuda see kaubamärke teineteisest tervikuna piisavalt erinevaks. Varasemate kaubamärkide kujunduses ei ole kasutatud väga erilisi või keerukaid elemente, mis domineeriksid sõnalise osa üle. Mõlema märgi puhul on sõnaline osa ALKO koheselt märgatav ning selgesti väljaloetav. Seega kokkuvõttes on neid kaubamärke tarbijale identifitseerivaks siiski rohkem sõnaline kui kujunduslik osa.
11. Kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** kujunduses puuduvad samuti sellised kujunduselemendid, mis tõmbaksid ära tähelepanu sõnaliselt osalt. See tähendab, et sõna ALKO, mis on juba varem registreeritud ning teisele isikule kuuluv kaubamärk asetseb hilisema kaubamärgi koosseisus

eriti silmapaistval kohal – liitsõna ALKOPÖRSSI alguses. Kaubamärkide äravahetamist suurendab seegi, et registreerimiseks esitatud kaubamärgi koosseisus on soomekeelne sõna PÖRSSI. Kuna Eestis on palju soome keele oskajaid, siis võib keskmine tarbija tähist **ALKOPÖRSSI** seostada Soomega ning sellest tulenevalt ka varasemate kaubamärkide **ALKO + kuju** omanikuga.

12. Võrreldavate kaubamärkide loeteludes olevad teenused on identsed ning samaliigilised. Taotleja soovib registreerida oma kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** klassides 32 ja 33 märgitud kaupadele, mis on aga identsed varasemate kaubamärkide **ALKO + kuju** klasside 32 ja 33 loetelus nimetatud kaupadega. Kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** klassis 35 nimetatud teenused on osaliselt identsed ja osaliselt samaliigilised kaubamärkide **ALKO + kuju** klassi 35 loetelus märgitud teenusega. Jae- ja hulgimüügteenused ning impordi-eksporditeenused on samaliigilised teenusega ärijuhtimine. Ärijuhtimine hõlmab ühe osana ka kaubandusettevõtete organiseerimist ja juhtimist. Taotleja kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** klassi 34 loetelus märgitud kaubad on samaliigilised varasemate kaubamärkide klassi 33 loetelus olevate kaupadega (tubakas, suitsetamistarbed ja tikud vs alkoholjoogid). Üldtunnustatud praktika kohaselt tuleb kaupade loetelude sarnasuse hindamisel arvesse võtta kõik nende kaupadega seonduvad asjakohased faktid. On üsna tavaline, et alkoholjooke pakkuv kauplus müüb ka tubakatooteid. Seega on alkoholil ja tubakatoodel tihti sama turustuskanal. Keskmine tarbija võib suure tõenäosusega arvata, et tähisega **ALKO + kuju** markeeritud alkoholjoogid ning tähisega **ALKOPÖRSSI + kuju** markeeritud tubakatooted pärinevad ühelt ja samalt tootjalt.
13. Kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada kõikide asjaolude vastastikust sõltuvust, esmajoones kaubamärkide sarnasuse ning tähistatavate kaupade/teenuste samaliigilisuse vahel. Üldtunnustatud praktika kohaselt on märkide sarnasus ning kaupade/teenuste samaliigilisus omavahelises seoses selliselt, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peavad olema nendega tähistatud kaubad/teenused ning vastupidi. See tingimus hoiab ära kaubamärkide äravahetamise ning assotsieerumise.
14. Praegusel juhul seda tingimust täidetud ei ole. Võrreldavad kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased ja assotsieeruvad ning nendega tähistatavad teenused on osaliselt identsed, osaliselt samaliigilised.
15. KaMS § 41 lg 2 kohaselt võib asjast huvitatud isik tööstusomandi apellatsioonikomisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile käesoleva seaduse § 9 lõikes 1 või §-s 10 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul.
16. Kaubamärgile **ALKOPÖRSSI + kuju** õiguskaitse andmine klassides 32, 33, 34 ja 35 kahjustab varasemate kaubamärkide omaniku ainuõigust keelata õiguskaitse saanud kaubamärgiga **ALKO + kuju** sarnase kaubamärgi kasutamist Eesti Vabariigis. Eeltoodust tulenevalt on Alko Inc. asjast huvitatud isik KaMS § 41 lg 2 tähenduses.
17. Juhindudes KaMS § 41 lg-st 2 ja tuginedes KaMS § 10 lg 1 p 2 palub vaidlustaja tühistada Patendiameti otsuse kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** (taotlus nr M200900694) klassides 32, 33, 34 ja 35 registreerimise kohta ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.
18. Vaidlustusavaldusele on lisatud volikiri ja muud asjakohased dokumendid (kokku 10 lk). Vaidlustusavaldus võeti 29.03.2011 komisjoni menetlusse nr 1318 all ja eelmenetlejaks määrati Evelyn Hallika.

19. Taotleja esitas oma seisukohad 12.07.2011. Taotleja leiab, et tuginedes KaMS § 10 lg 1 p 2 ja § 16 lg 1 p 2 tuleb jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.
20. Taotleja nõustub, et vaidlustaja kaubamärgid on varasemad ning kaubad ja teenused on osaliselt identsed ja osaliselt samaliigilised, kuid sellest ei piisa KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldumiseks. Vastavalt KaMS § 12 lg 1 p 2 võetakse kaubamärgi õiguskaitse ulatuse määramisel aluseks registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. Reproduktsioonidest selgub, et mõlemad vaidlustaja kaubamärgid kujutavad endast sõna ALKO ja kujutise kombinatsiooni. Kusjuures mõlemal juhul on sõna ALKO kujundatud omapärasel šriftis ja lisaks sellele eksisteerib kujutuslik element, s.o. vastavalt veinikarikas ringikujuliselt taustal – ühel märgil ja sõna ümber asetsev ring – teisel märgil. Seega ei ole vaidlustajal ainuõigust sõnamärgile vaid kombineeritud märgile. Taotleja kaubamärk koosneb vabalt tuletatud sõnast ALKOPÖRSSI, mis on kujundatud suurtes tähtedes erišriftis ja kus Õ tähe kohal olevad täpid on kujundatud kahe silma kujuliseks – üks lahti ja teine kinni. Seega on märgiosa ALKO ainsaks vaidlusaluste tähiste ühiseks osaks.
21. Kaubamärkide segiajamise tõenäosuse globaalsel hindamisel tuleb asjaomaste kaubamärkide visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuse osas tugineda kaubamärkidest jäävale üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente. Keskmise tarbija tajub tavapäraselt kaubamärki tervikuna ning ei analüüsi erinevaid detaile (SABEL'i kohtuotsus C-251/95, p. 23). Globaalse hindamise puhul eeldatakse, et asjaomaste kaupade keskmine tarbija on tavapäraselt informeeritud ning mõistlikult tähelepanelik ja hoolas.
22. Taotleja ei nõustu, et sõna ALKO on iseenesest eristusvõimeline element, vaid arvab, et sõna ALKO võib lugeda alkoholtoodete ja sellega seotud teenuste tähistamisel kaupa või teenust kirjeldava tähisena, st kaubamärgi mittekaitstavaks elemendiks.
23. KaMS § 16 lg 1 p 2 sätestab, et kaubamärgiomanikul ei ole õigust keelata teistel isikutel kasutada äritegevuses häid äritavasid järgides kauba või teenuse liiki, kvaliteeti, hulka, otsarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuse osutamise aega või kaupade või teenuste teisi omadusi näitavatest või muul viisil kaupa või teenust kirjeldavatest tähistest või andmetest või eelnimetatud tähistest või andmetest, mida ei ole oluliselt muudetud, koosnevaid tähistusi. Sõna ALKO on eesti keeles alkohol ja sellega seotud tooted ning teenuseid kirjeldav ja seda juba enne taotleja poolt registreerimistaotluse esitamist. Eesti Keele Sõnaraamat ÕS 1999, lk 53, mille kohaselt sõna alkomeeter (e alkoholmeeter) eesliite alko- tähendusega alkoholi ja Eesti õigekeelsussõnaraamat ÕS 2006 kohaselt on sõna ALKO eesliitena kasutusel viitavana alkoholo-, alkoholi-. ÕS-i järgmises trükis on toodud ALKO ka iseseisva sõnana tähendusega argikeeles – alkohol ja teiste sõnade eesliitena. Seetõttu on ALKO puhul tegemist alkoholi ning sellega seotud tooteid ja teenuseid kirjeldava tähisega, ja samuti ka keelekasutuses tavapäraseks muutunud tähisega. See tähendab, et sõnal ALKO puudub klassi 32, 33 kaupade ja klassi 35 teenuste tähistamisel eristusvõime. Vastavalt KaMS § 9 lg 1 p 2, 3 ja 4 selline tähis õiguskaitset ei saaks. Sellise eristusvõimetu tähise kasutamisel kaubamärkide koosseisus loetakse see tähis kaubamärgi mittekaitstavaks osaks vastavalt KaMS § 9 lg 3. Eeltoodust lähtuvalt tuleb sõna ALKO seoses alkoholiga lugeda kaubamärkide mittekaitstavaks osaks. Isegi kui vaidlustaja kaubamärkide registreerimise hetkel sõna ALKO ei omanud alkoholi kirjeldavat tähendust, siis taotleja poolt registreerimistaotluse esitamise hetkel, so enne 03.07.2009, oli see tähis muutunud keelekasutuses tavapäraseks. Seega puudub vaidlustajal õigus keeleta taotlejal kasutada sellisest tähisest nagu ALKO koosnevaid tähistusi klassi 32, 33, 34 kaupade ja klassi 35 teenuste tähistamisel.

24. Kuna vastandatavad kaubamärgid sisaldavad ülalmainitud kaupade ja teenuste puhul iseseisvalt eristusvõimetut sõna või sõnaosa ALKO, on need kaubamärgid nii visuaalselt, kontseptuaalselt kui ka foneetiliselt erinevad.
25. Vaidlustaja kaubamärgid **ALKO + kuju** sõnalised osad omavad vaid alkoholile ja sellega seotud toodetele ja teenustele viitavat tähendust. Taotleja kaubamärk **ALKOPÖRSSI + kuju** ei oma eesti keeles keskmise tarbija seisukohalt mingit tähendust, kuid viitab alkoholile ja sellega seotud kaupu ja teenuseid vahendava ja eelnevaga seotud kaubatehingute asutusele. Taotleja märk tervikuna loob tarbijale uue üldmulje tähenduslikus aspektis ja seda tajutakse pigem kui tehissõna, mis ei ole tavapärane keelekasutuses eesti keeles seoses alkoholiga.
26. Visuaalse sarnasuse hindamisel omab tähendust sõnade kirja pilt ehk graafiline teostus ja kujunduslikud elemendid. Vaidlustaja mõlema kaubamärgi sõnaline osa ALKO erineb visuaalselt sõnast ALKOPÖRSSI sõna pikkuse poolest. Samuti on varasematel märkidel sõnad neljatähelised, taotleja märgil aga 10-täheline. Erinev on ka märkide kirja pilt ehk teostus. Vaidlustaja märkide sõnaline osa ALKO on teostatud suure algustähega ja ülejäänud väikeste tähtedega, taotleja märk ALKOPÖRSSI on esitatud suurte tähtedega. Vaidlustaja märgid on kujutatud kaldkirjas, taotlejamärk püstkirjas, kus tähed rõhutatud kontuuriga ning Ö täht on eriti stiliseeritud.
27. Foneetiline aspekt väljendub kaubamärkide sõnaliste osade hääldamisel. Erinevad on häälikute üldarv, silpide arv, märkide hääldamise pikkus ja märkide kõlapilt.
28. Taotleja nõustub, et vaidlustaja varasemad kaubamärgid ja taotleja kaubamärk on ettenähtud osaliselt kattuvate kaupade ja teenuste tähistamiseks, seda klasside 32, 33, 35 osas. Klassi 34 kaupu – tubakas, suitsetamistarbed ja tikud, ei saa lugeda samaliigilisteks klasside 32 ja 33 kaupadega.
29. Ainus sarnasus vaidlustaja ja taotleja kaubamärkide vahel seisneb sõnaosas ALKO. Sõna ALKO tähendab nagu eelpool nähtub sõna alkohol või eesliitena alkoholi ja sellega seotud tooteid ja teenuseid kirjeldavat tähist. Kuna nii vaidlustaja märgid ja taotleja märk on kombineeritud märgid, siis tähendab, see et vaidlustajal on ainuõigus kombinatsioonile **ALKO + kuju**, kuid mitte sõnale ALKO.
30. Vaidlusaluste tähiste korral on välistatud tõenäosus, et toimub kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema märgiga. Tingimusel, kus ainsaks sarnasuseks vaidlusaluste kaubamärkide vahel on sõnaosa ALKO, mis on seoses alkoholiga ja sellega seotud tegevusega muutunud tavapäraseks keelekasutuses ning millel puudub seega eristusvõime, ei ole KaMS § 16 lg 1 p 2 kohaselt vaidlustajal õigus takistada taotlejal kasutada ja registreerida enda nimele sõnaosa ALKO sisaldavat kombinatsiooni **ALKOPÖRSSI + kuju** alkoholi ja sellega seotud kaupade ning teenuste tähistamiseks.
31. Seega puuduvad KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud ja Patendiameti otsus kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** osas taotleja nimele on õiguspärane. Sellest tulenevalt palub taotleja jätta vaidlustusavaldus rahuldamata ning Patendiameti otsus jõusse.
32. Vaidlustaja esitas oma lõplikud seisukohad 26.01.2012, milles jäi esialgses vaidlustusavalduses esitatud seisukohtade juurde. Vaidlustaja märkis täiendavalt, et sellist sõna nagu „alko“ eesti keeles ei eksisteeri. Sõna „alko“ ei esine eesti kirjakeele normi aluseks olevas „Eesti keele sõnaraamatus“ ega ka „Eesti kirjakeele seletussõnaraamatus“.
33. Sama on leidnud ka Harju maakohus oma 21.12.2010 otsuses nr 2-09-15131: „Eesti keeles sõna „alko“ ei eksisteeri. Kohus ei nõustu hagejaga, et „alko“ on sõnana tavapärase

keelekasutuses alkoholi sünonüümina. Eesti keeles nimetatakse tavapärases keelekasutuses alkoholi alkoholiks, mitte alkoks. Isegi juhul, kui mingi elanikkonna osa kasutab alkot alkoholi sünonüümina, ei ole see ikkagi tavapärase keelekasutus. Et lugeda mingit sõna tavapärases keelekasutuses olevaks, peaks seda kasutama sellisena valdav osa elanikkonnast või asjaomasesest tarbijaskonnast. Eesti Keele Sihtasutus (ÕS 1999. Eesti Keele Instituut“ lk 53) sõna „alko“ puudub. On sõnad „alkohoolne, alkomeeter“, mille esimeseks sõnaosaks on „alko“. Sihtasutuse järgi tähendab sõna „alkohol“ viinapiiritust või seda sisaldavat joovastavat jooki. Ka see kinnitab, et eesti keeles sõna „alko“ puudub iseseisva tähendust omava sõnana.“. Vaidlustaja on seisukohal, et taotleja ja vaidlustaja kaubamärkide puhul on tegemist tähistega, mis on sarnased ning on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbijate poolt ning samas ka kaubamärkide assotsieerumine. Ühise, identse sõna ALKO olemasolu võrreldavate kaubamärkide koosseisus võib tekitada tarbijas assotsiatsiooni talle juba tuntud, teise omaniku poolt kasutatavate kaubamärkidega.

34. Vaidlustaja on kasutanud tähist ALKO pikaajaliselt ning nimetatud tähis on seostatav just vaidlustajaga. ALKO kaubamärk on vaidlustaja poolt kasutusele võetud juba eelmise sajandi esimesel poolel. Kolmandate isikute poolne soov registreerida identset tähist ALKO sisalduvaid kaubamärke on vaidlustaja hinnangul pahauskne käitumine kasutada ära vaidlustaja kaubamärgi tuntust ja head mainet. On üldteada asjaolu, et väga palju soomlasi käib Eestis, et osta just alkoholi. Samuti elab ja töötab arvestatav hulk eestlasi Soome Vabariigis. Kuna vaidlustaja poed on Soomes äärmiselt tuntud, siis viide ALKO tähisele on ilmselgelt eksitava iseloomuga ka Eestis. Soovi kasutada ära vaidlustaja kaubamärkide tuntust näitab ka kaubamärgis soome keelse sõna PÖRSSI kasutamine kaubamärgis. Kuna Eestis on palju soome keele oskajaid ning nagu märgitud, on Eestis palju soomlasi, siis võib keskmine tarbija tähist **ALKOPÖRSSI** seostada Soomega ning sellest tulenevalt ka varasemate kaubamärkide **ALKO + kuju** omanikuga.
35. Kuigi võrreldavate kaubamärkide kujundus on erinev, ei muuda see kaubamärke teineteisest tervikuna piisavalt erinevaks. Mõlema märgi puhul on sõnaline osa ALKO koheselt märgatav ning selgesti väljaloetav. Seega kokkuvõttes on neid kaubamärke tarbijale identifitseerivaks siiski rohkem sõnaline kui kujunduslik osa.
36. Taotleja esitas lõplikud seisukohad komisjonile 28.02.2012, milles jäi oma eelnevalt esitatud seisukohtade juurde. Täiendavalt märkis taotleja, et palub mitte arvestada vaidlustaja lõplikes seisukohtades välja toodud asjaoludega, kus vaidlustaja viitab oma pikale tegevusajaloole ja Harju Maakohtu otsusele.
37. 02.03.2012 alustas komisjon asja nr 1318 lõppmenetlust.

Komisjoni seisukohad

38. Komisjon, hinnanud menetluses esitatud seisukohti ja tõendeid, leiab, et vaidlustusavaldus kuulub rahuldamisele.
39. Tulenevalt KaMS § 11 lg 1 p 2 sätestatust on varasemaks kaubamärgiks registreeritud kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev või prioriteedikuupäev on varasem. KaMS § 11 lg 1 p 6 sätestab, et varasem on Ühenduse kaubamärgimääruse alusel registreeritud Ühenduse

- kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev, prioriteedikuupäev või Eesti registreeringu alusel omandatud vanemskuupäev on varasem.
40. Komisjon peab põhjendatuks vaidlustaja seisukohta, et vaidlustatud kaubamärk **ALKOPÖRSSI + kuju** (taotl nr M200900694) on vaidlustaja kaubamärkidega **ALKO + kuju** (nr-d 001921840 ja 005919031) eksitavalt sarnane.
 41. Kaubamärgid **ALKO + kuju** on kombineeritud kaubamärgid ja tähis **ALKOPÖRSSI + kuju** on samuti esitatud kombineeritud kujul. Visuaalselt on oluline, et kordub täielikult sõna ALKO. Kuigi võrreldavate kaubamärkide kujundus on erinev, ei muuda see kaubamärke teineteisest tervikuna piisavalt erinevaks. Mõlema märgi puhul on sõnaline osa ALKO koheselt märgatav ning selgesti väljaloetav. See tähendab, et sõna ALKO, mis on juba varem registreeritud ning teisele isikule kuuluv kaubamärk, asetseb hilisema kaubamärgi koosseisus silmapaistval kohal. Mõlemad kaubamärgid kasutavad semantiliselt samasugust sõna ALKO. Ühise, identse sõna ALKO olemasolu võrreldavate kaubamärkide koosseisus võib tekitada tarbijas assotsiatsiooni talle juba tuntud, teise omaniku poolt kasutatavate kaubamärkidega.
 42. Kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada kõikide asjaolude vastastikust sõltuvust, esmajoones kaubamärkide sarnasuse ning tähistatavate kaupade/teenuste samaliigilisuse vahel. Üldtunnustatud praktika kohaselt on märkide sarnasus ning kaupade/teenuste samaliigilisus omavahelises seoses selliselt, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peavad olema nendega tähistatud kaubad/teenused ning vastupidi. See tingimus hoiab ära kaubamärkide äravahetamise ning assotsieerumise.
 43. Võrreldavate kaubamärkidega tähistatavad kaubad ja teenused on osaliselt identsed ning osaliselt samaliigilised. Sellega nõustub ka taotleja. Kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** soovitakse registreerida klassides 32 ja 33 märgitud kaupadele, mis on aga identsed varasemate kaubamärkide **ALKO + kuju** klasside 32 ja 33 loetelus nimetatud kaupadega. Kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** klassis 35 nimetatud teenused on osaliselt identsed ja osaliselt samaliigilised kaubamärkide **ALKO + kuju** klassi 35 loetelus märgitud teenusega. Jae- ja hulgimüügiteenused ning impordi-eksportiteenused on samaliigilised teenusega ärijuhtimine. Ärijuhtimine hõlmab ühe osana ka kaubandusettevõtete organiseerimist ja juhtimist. Taotleja kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** klassi 34 loetelus märgitud kaubad on samaliigilised varasemate kaubamärkide klassi 33 loetelus olevate kaupadega (tubakas, suitsetamistarbed ja tikud vs alkoholjoogid). Üldtunnustatud praktika kohaselt tuleb kaupade loetelude sarnasuse hindamisel arvesse võtta kõik nende kaupadega seonduvad asjakohased faktid. On tavaline, et alkoholjooke pakkuv kauplus müüb ka tubakatooteid. Seega on alkoholil ja tubakatoodel tihti sama turustuskanal. Keskmise tarbija võib suure tõenäosusega arvata, et tähisega **ALKO + kuju** markeeritud alkoholjoogid ning tähisega **ALKOPÖRSSI + kuju** markeeritud tubakatooted pärinevad ühelt ja samalt tootjalt.
 44. Arvestades kaubamärkide suurt sarnasust ja kaubamärkidega tähistatavate kaupade ja teenuste osalist identsust ja osalist samaliigilisust leiab komisjon, et on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas taotleja kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** assotsieerumine varasemate kaubamärkidega. Vaidlustaja kui varasemate kaubamärkide omanik ei ole andnud luba vaidlustatud kaubamärgi registreerimiseks. Seega eksisteerivad asjaolud, mille tõttu tuleb keelduda kaubamärgile **ALKOPÖRSSI + kuju** õiguskaitse andmisest KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel.
 45. Arvestades ülaltoodut tuleb vaidlustusavaldus rahuldada ja Patendiameti otsus kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** registreerimise kohta tühistada.

Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg-d 1 ja 2, KaMS § 41 lg-d 2 ja 3, § 10 lg 1 p 2 komisjon

o t s u s t a s:

vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** (taotl nr M200900694) registreerimise kohta klassides 32, 33, 34 ja 35 OÜ Eurobrand Baltic nimele ning teha Patendiametile ettepanek jätkata menetlust kaubamärgi **ALKOPÖRSSI + kuju** asjas komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni 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 komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni hagi esitamisest. Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni 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 komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

E. Hallika

E. Sassian

S. Sulsenberg