

JUSTIITSMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

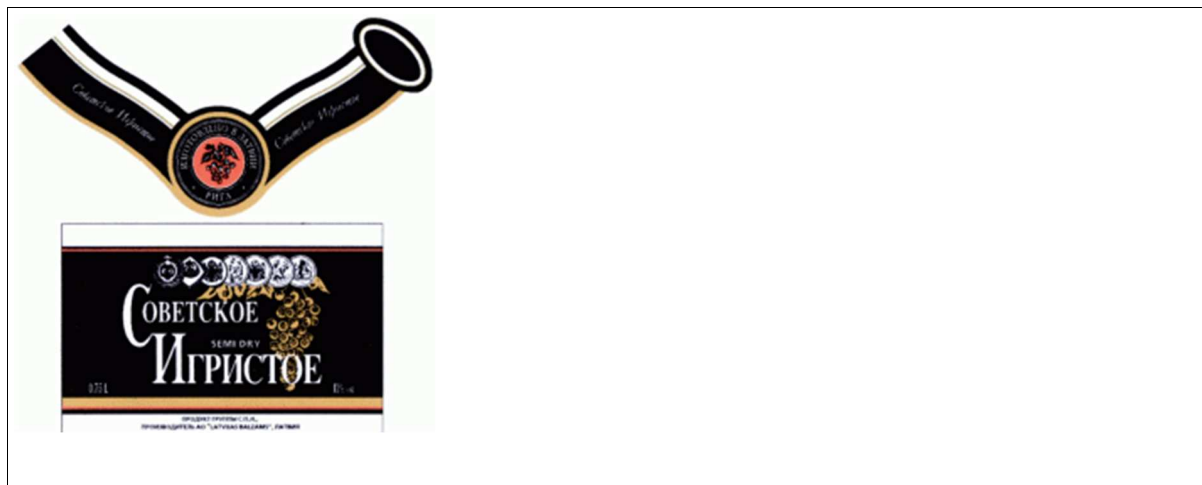
OTSUS nr 1482-o

Tallinnas 31. augustil 2015. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Tanel Kalmet (eesistuja), Evelyn Hallika ja Margus Tähepõld, vaatas kirjalikus menetluses läbi OÜ Fontan RV (esindaja volikirja alusel patendivolinik Ott Moorlat) vaidlustusavalduse rahvusvahelisele kaubamärgile „Советское Игристое + kuju” (reg nr 0804308, järjekorranr R200302714, registreeringu kuupäev 20.12.2002, prioriteet 05.09.2002 LV) õiguskaitse andmise vastu Eestis LATVIJAS BALZAMS, A/S, LV nimele klassis 33 kaupade *sparkling wines* (vahuveinid) suhtes.

**Asjaolud ja menetluse käik**

1) 01.10.2013 esitas OÜ Fontan RV (edaspidi vaidlustaja) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) vaidlustusavalduse rahvusvahelisele kaubamärgile „Советское Игристое + kuju” (edaspidi vaidlustatud kaubamärk) õiguskaitse andmise vastu LATVIJAS BALZAMS, A/S (edaspidi taotleja; esindaja volikirja alusel patendivolinik Almar Sehver) nimele. Teade õiguskaitse andmise otsuse kohta avaldati Eesti Kaubamärgilehes nr 8/2013 (vaidlustusavalduse lisa 1). Vaidlustusavaldus võeti komisjoni menetlusse 16.10.2013 nr 1482 all ja määrati eelmenetlemiseks komisjoni esimehele Tanel Kalmetile. Vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioon:



Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus registreerida vaidlustatud kaubamärk on ekslik ning vastuolus kaubamärgiseadusega (edaspidi KaMS), sest kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud suur medalite komplekt, mis äratav ostjas tähelepanu, ei kuulu taotlejale või tema õiguseellasele. Väljatrükist WIPO kaubamärkide andmebaasist ROMARIN (lisa 3) on näha, et Patendiamet on esialgselt keeldunud kaubamärgi registreerimisest.

Vaidlustaja on 03.03.2005 heas usus ja kehtivate normatiivaktidega kooskõlas esitanud kaubamärgitaotluse „Советское Игристое + kuju”, nr M200500269, klassides 33 ja 35, mille ekspertiis on kestnud juba üle kaheksa ja poole aasta (lisa 4). Eeldatavasti just nimelt taotleja kaubamärgitaotluste tõttu, mille prioriteedid on küll varasemad, kuid mille registreerimine ei saanud

Adress:  
Tõnismägi 5a  
15191 Tallinn

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

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

toimuda, kuna esineb õiguskaitset välistav asjaolu KaMS § 9 lg 1 p 6 mõttes (sama kuni 30.04.2004 kehtinud KaMS § 7 lg 1 p 6 mõttes). Vaidlustaja 03.03.2005 esitatud kaubamärgitaotluse reproduktsioon on vaidlustatava kaubamärgi reproduktsiooniga sarnane fooniks oleva tumeda risküliku, viinamarjakobara ning kirillitsas kujundatud sõnalise osa poolest. Seega on vaidlustaja KaMS § 41 lg 2 järgi asjast huvitatud isikuks.

KaMS § 12 lg 1 p 2 kohaselt on kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. Vaidlustatava kaubamärgi reproduktsioon koosneb kahest osast – vahuveinipudeli esietiketist ja kaelaetiketist ehk koljeretist. Vaidlustaja käsitleb eelkõige esietiketiti ehk põhietiketiti kui iga vahuveinipudeli vormistuse peamist osa, mille vormistus käesoleval juhul välistab kaubamärgile õiguskaitse andmise. Kaelaetiketti harvadel juhtudel tegelikkuses isegi puudub. Kujutisel ülal asetsev kaelaetiketti antud juhul kordab põhietiketil olevat sõnalist informatsiooni ja viinamarjakobarat ning viitab joogi päritolule – valmistatud Lätis, Riia. Vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud seitset rahvusvaheliste veinikonkursside auhinda (medalit), millistest mitte ühtegi ei ole omistatud ei taotlejale ega tema õiguseellastele või nende toodangule. Taotleja õiguseellased ei ole osalenud rahvusvahelistel veinikonkurssidel mitte ühtegi korda Läti NSV ajal ja vaidlustaja andmetel ka Läti Vabariigi taastamise järel kuni 1999. aastani, vaidlustatava kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud konkreetsed medalid on pärit aastatest kuni 1965. Vaidlustaja on lisanud nimetatud medalite kujutised, mis on saadud Abrau-Djurso Vahuveinimajalt (Vene Föderatsioon), Odessa Vahuveinitehaselt ja Kiievi Vahuveinitehaselt (Ukraina) ning Cricova Vahuveinikombinaadilt (Moldova) (lisa 5). Vaidlustajal on kõigi nende seitsme reaalse medali fotod ükshaaval. Vasakult esimesel medalil on tekst tagaküljel (Budapest 1958 kuldmedal) (lisa 6).

Taotleja kaubamärgitaotluste all peab vaidlustaja silmas lisaks vaidlustatava kaubamärgi taotlusele ka taotleja õiguseellase AS Rigas Vini poolt 05.08.1997 Patendiametile esitatud kaubamärgitaotlust nr 9701747 „SOVETSKOJE IGRISTOJE POLUSLADKOJE + kuju“ (lisa 7):



Kaubamärgi reproduktsioon peab andma kaubamärgist täieliku ja täpse ettekujutuse (KaMS § 31 lg 1) ja juba esmapilgul neile kahele reproduktsioonile on selge, et tegu on ühe vahuveinipudeli etiketi kujutisega mõnevõrra erinevas värvilahenduses, erinevates magususastmetes, mida tähistavad sõnad on ühel juhul vene ja teisel juhul inglise keeles ning asetsevad vastavalt venekeelse sõna Игристое all või kohal. Nr 9701747 reproduktsioon on trükitehniliselt nr 0804308-ga võrreldes märgatavalt kvaliteetsem. Edasises käsitluses võrdleb vaidlustaja täpsemalt vaidlustatava kaubamärgi reproduktsiooni põhi- ehk esietiketiti kaubamärgitaotluse nr 9701747 reproduktsiooniga. Kaubamärkide reproduktsioonide üldkujundused langevad kokku, olulisimad kolm elementi on identsed: 'Советское Игристое' nii kirjaviisilt, asetusest, suuruselt kui olemuselt – üks kahest aktsendist; 7 medali nii asetusest, järjekorral, kujutise suuruselt kui olemuselt – teine kahest aktsendist; viinamarjakobar nii kujutiselt, selle suuruselt kui asetusest ja värvilt. Tulenevalt juba mainitud trükikvaliteediprobleemist ning näitlikustamiseks vaidlustatava kaubamärgi olemust – vahuveinipudeli etiketti – esitab vaidlustaja ühe paljudest taotleja toodangu reklaamkuju-tistest Eesti trükimeedias (lisa 8), samuti võrdlevalt kaks väljatrükki Patendiameti andmebaasist ühel lehel (lisa 9). Selgelt on näha, et mõlemas kuivus/magususastmes vahuveini etiketil on kujutatud samad medalid

samas järjekorras, mis taotleja 05.08.1997 kaubamärgitaotlusel nr 9701747. Kuna vaidlustuse esemeks on mõlemal kaubamärgil kujutatud medalite kuuluvus taotlejale või tema õiguseellasele, on käesolev vaidlus otseselt seotud kaubamärgitaotluse nr 9701747 registreerimise vaidlustamisega nii apellatsioonikomisjonis, Harju Maakohtus, Tallinna Ringkonnakohtus ja Riigikohtus. Seal tehtud otsuste järeldused on otseselt seotud käesoleva vaidlustusega.

Lähtudes neist konkreetsetest rahvusvaheliste veinikonkursside auhindadest, mille kujutamiseks oma toodangul puudub taotlejal ja tema õiguseellastel igasugune õigus, Patendiameti 12.11.1999 esimene registreerimisotsus vaidlustati OÜ EstOdes poolt tolleaegse KaMS § 7 lg 1 p 6 alusel komisjonis, kes tuvastaski KaMS § 7 lg 1 p 6 rikkumise ja 31.05.2001 otsusega nr 354-o tühistas esimese registreerimisotsuse. Sellest tulenevalt Patendiamet 11.12.2001 võttis vastu esimese keeldumisotsuse. Seepeale valis taotleja pettuse tee, mis tingib vaidlustaja viite KaMS § 9 lg 1 punktile 10, mille kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, mille registreerimist taotlev isik on esitanud taotluse pahauskselt. Võib tõusetuda küsimus analoogilise sätte puudumisest enne 01.05.2004 kehtinud KaMS-s, kuid KaMS § 72 lg 3 kohaselt kohaldatakse Patendiameti menetluses olevatele taotlustele, mille kohta ei ole enne 1.05.2004 tehtud kaubamärgi registreerimise või registreerimisest keeldumise otsust, käesolevat seadust. Samuti, mandrieuroopa õigussüsteemis tähendab heas usus käitumine kohustust käituda nagu ausalt ja õiglaselt mõtlev isik. Teadvalt valeandmeid esitades ei käitu taotleja ausalt ja tulemus, mida sel viisil püütakse saavutada, poleks õiglane. Hea usu põhimõtte kohaldamist ei saa piirata ega välistada. Heausksuse kui õiguse üldpõhimõtte nõuet järgides olid ka enne 01.05.2004 kaubamärgitaotlejad, sh taotleja, kohustatud käituma heas usus ehk hoiduma pahausksest käitumisest. Sama sätestab ka tsiviilseadustiku üldosa seaduse § 138 lg 1: Õiguste teostamisel ja kohustuste täitmisel tuleb toimida heas usus.

Omamata argumente esimese keeldumisotsuse vaidlustamiseks, asus taotleja neid välja mõtlema ning saavutas komisjoni 05.09.2003 otsuse nr 537 (lisa 10), millega Patendiameti esimene keeldumisotsus tühistati. Selleks fabritseeriti AS Latvijas Balzams peadirektori allkirjaga 08.02.2002 „LATVIJAS BALZAMS DEKLARATSIOON“ nr 02/0106 (kiri koos taotleja esindaja Urmas Kernu poolt 07.02.2002 kinnitatud tõlkega (lisa 11), milles väidetu kujutab endast algusest lõpuni otsest valet. Punktis 4 on toodud medalite loetelu. Samas on komisjoni otsuses nr 537 (lk. 2, ülalt kolmas lõik) kirjas: „...registreerimisest keeldumise otsuses on tuginetud vaid asjaolule, et kaubamärgil on esitatud informatsiooni (1965.a. Tbilisi I rahvusvahelise veinide konkursi medal), mis asjast huvitatud isiku OÜ Estodes poolt apellatsioonikomisjonile esitatud „tõendi“ alusel ei vasta tegelikkusele.“ Väide „ei vasta tegelikkusele“ on vale, mida AS Latvijas Balzams suurepäraselt teadis. Seejuures jääb arusaamatuks, kuidas sai komisjon taotleja poolt esitatud tõendit ja juttu uskuma jääda ning selle põhjal Patendiameti seadusliku, põhjendatud ja korrektse keeldumisotsuse tühistada, ning miks ei küsitud OÜ-lt Estodes vajalikku teavet? OÜ-d Estodes isegi ei informeeritud, ehkki tulnuks asjast huvitatud isikuna kaasata. Samuti on küsitav, kuidas sai 08.02.2002 dokumendi tõlget kinnitada 07.02.2002 ehk eelmisel päeval? (lisatud vaidlustaja esindaja 29.11.2005 kiri nr AP-04/LS-05-3 komisjonile, lisa 12).

OÜ-le EstOdes, kes teadis, et komisjoni 31.05.2001 otsuse nr 354-o alusel on Patendiamet juba 2001. aastal võtnud vastu otsuse keelduda kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE POLUSLADKOJE + kuju“ (taotlus nr 9701747) registreerimisest taotleja nimele, ootamatult avaldati Eesti Kaubamärgilehes nr 1/2004 Patendiameti teine registreerimisotsus. Järgnes taas menetlus komisjonis, mis lõppes 28.02.2006 otsusega 760-o (lisa 13): „Eriti meelde jäävad, nagu põhjendatult märgib vaidlustaja, on etiketil seitse medalit, mille võitsid aastail 1957-65 NSVL erinevad vahuveinitehased. Medalid ei ole veinietikettidel tähenduseta, vaid viitavad veinile omistatud tunnustusele, seega kvaliteedile ning on seega pea lahutamatu seotud veinitootmise traditsioonide ja tootmistingimustega [...] Taotleja ettekujutus, nagu ei oleks või ei võiks olla tarbija üldse teadlik etiketil kujutatud medalite tähendusest, alahindab ja alavääristab nii kaubamärkide kui ka kvaliteetsetele kaupadele omistatud tunnustuse osa (veini-) turul ning eriti (veini-) asjatundjate hulgas, kes moodustavad erilise sektori sellest turust. Medalite komplekt tekitab usaldust toote vastu. [...] Komisjoni hinnangul on eelnenut kokkuvõttes vaidlusaluse kaubamärgi registreerimine vastuolus KaMS § 7 lg 1 p 6, kuna esiteks eksitatakse

vaidlusaluse kaubamärgiga tarbijat kauba kvaliteedi ja väärtuse osas, luues ettekujutuse kõrgema tunnustusega ja seega usaldusväärsemast tootest kui see, mida pakutakse. [...] Samuti on võimalik tarbija eksitamine kauba päritolu suhtes, kui kaubamärgi koosseisus kasutatakse medaleid, mille on omandanud oma väljapaistvatele toodetele teised ettevõtjad kui kaubamärgi omanik. [...] Tulenevalt KaMS § 7 lõigete koosmõjust toob kaubamärgi koosseisus olev eksitav osa kaasa kogu kaubamärgi mittekaitstavuse.“

Harju Maakohtu 13.03.2008 otsus, tsiviilasi 2-06-13546 (lisa 14, lk 10, 1. lõik): „Medalid veinietikettidel ei ole tähenduseta, vaid viitavad tootele omistatud tunnustusele. Medalite kujutamine kaubamärgil edastab tarbijale informatsiooni toote erilise kvaliteedi vm eriliste positiivsete omaduste kohta, tekitab toote vastu usaldust. [...] Õigustada ei saa moonutatud informatsiooni andmist tarbijale.“. Kohus sedastab vastuolud lisaks kaubamärgiseadusele ka tarbijakaitseadusega, konkurentsiseadusega ja reklaamiseadusega., mille sätetega, pealegi veel kõigi nelja seaduse sätetega korraga, vastuolus olev tegevus on otseses vastuolus hea kaubandustavaga ja seega üldse hea tavaga ning seetõttu on vaidlustatud kaubamärgi registreerimine välistatud KaMS § 9 lg 1 p 7 kohaselt: õiguskaitset ei saa tähis, mis on vastuolus avaliku korra või heade tavadega.

Tallinna Ringkonnakohtu 20.10.2008 otsuse (lisa 15) ja Riigikohtu 05.05.2009 otsuse, kohtuasi nr 3-2-1-29-09, kohaselt tsiviilkolleegiumi seisukoht on (lisa 16, punkt 10, 2. lõik): „...ringkonnakohtu otsuse põhjenduste kohaselt on kostja tõendanud, et hageja ei ole kaubamärgi reproduktsioonil olevat medalit (medaleid) võitnud ja tegemist on tarbija ilmse eksitamisega...“. Riigikohtu otsuses nr 3-2-1-29-09 (punkt 13, 2. lõik) on tsiviilkolleegium leidnud, et kohtud on tuvastanud, et: „hageja ei osalenud 1965. a Tbilisis rahvusvahelisel veinikonkursil ega saanud sealt medalit, mis on kujutatud tema kaubamärgi reproduktsioonil. Ringkonnakohus leidis ka, et hageja läks juba 1995. aastal vahuveini tootmisel üle enda loodud uuele tehnoloogiale, millele ta on saanud patendi.“ Vaidlustaja rõhutab veelkord - mitte ainult Tbilisi 1965 hõbemedalit, vaid mitte ühtegi kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medalitest ei ole taotleja ega tema õiguseellased võitnud ning kõigi medalite nii üksikhaaval kui seda enam muljetavaldava kogumina kujutamine kaubamärgi reproduktsioonil on vastuolus kaubamärgi-, tarbijakaitse-, konkurentsi- ja reklaamiseadustega.

Vaidlustaja palub komisjonil arvestada, et taotleja venekeelne peadirektori poolt 08.02.2002 allkirjastatud deklaratsiooni originaal (tõlge eesti keelde 07.02.2002) sisaldab lisaks n.ö. medalipettusele tõele mittevastavat ka kõiges muus väidetust, välja arvatud asjaolu, et AS Latvijas Balzams on AS Rigas Vini õigusjärglane ja see omakorda on Riia Veini- ja Vahuveinikombinaadi õigusjärglane. Mõõda ei saa vaadata faktilisest asjaolust, et 07./08.02.2002 valetõendi loomine ja selle esitamine komisjonile toimusid palju varem võrreldes vaidlustatava kaubamärgi esmase registreerimise kuupäeva 20.12.2002. Mis tähendab üheselt, et taotleja, teades seitsme medali ja üleüldse mitte mingite NSVL perioodist pärit auhindade kujutamise lubamatusest, läks sellegipoolest n.ö. teisele ringile, seekord rahvusvahelisele. Sellest tuleneb veelkordne kinnitus taotleja pahausksusele, seda just nimelt rahvusvahelise vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamisel, millest tulenevalt rakendub KaMS § 9 lg 1 p 10: õiguskaitset ei saa tähis, mille registreerimist taotlev isik on esitanud taotluse pahauskselt.

Komisjoni otsuse 760-o ja kolme kohtuotsuse alusel Patendiamet võttis vastu kaubamärgitaotluse nr 9701747 teise keeldumisotsuse. Seega on vaidlustatud kaubamärgi registreerimine taotleja nimele vastuolus KaMS § 9 lg 1 p 6 -ga täpselt samamoodi, nagu oli samas vastuolus kaubamärgi „SOVETSKOJE IGRISTOJE POLUSLADKOJE + kuju“ (05.08.1997 taotlus nr 9701747) registreerimine: õiguskaitset ei saa tähis, mis oma olemuselt võib 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.

Vaidlustaja jääb ootama selgitust, mis tingis registreerimisotsuse vastuvõtmise nüüd, rahvusvahelise registreeringu kuupäevast üle kümne (!) aasta hiljem ja olukorras, kus õiguskaitset välistava asjaolu olemasolu on tuvastatud komisjoni kahe otsusega, Harju Maakohtu otsusega, Tallinna Ringkonnakohtu

otsusega ja Riigikohtu otsusega. Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsusega on rikutud tema õigusi ja seadusega kaitstud huvisid.

Lähtudes ülaltoodust ning tuginedes KaMS § 9 lg 1 p 6, 7 ja 10 ning § 41 lg 2 ja § 70 lg 3 palub vaidlustaja komisjonil tühistada Patendiameti otsus vaidlustatud rahvusvahelise kaubamärgi registreerimise kohta taotleja nimele ja teha ettepanek võtta vastu otsus registreerimisest Eestis keelduda.

Vaidlustusavaldusele on lisatud: väljatrükid (1) Eesti Kaubamärgilehest nr 8/2013, (lk 35); (2) Patendiameti kaubamärkide andmebaasist vaidlustatud rahvusvahelise registreeringu kohta; (3) WIPO andmebaasist ROMARIN, 3 lehte; (4) kaubamärkide andmebaasist vaidlustaja kaubamärgist nr M200500269; (5) rahvusvahelisel registreeringul kujutatud medalid; (6) medali Budapest 1958 esi- ja tagakülg; (7) väljatrükk Patendiameti kaubamärkide andmebaasist, taotlus nr 9701747; (8) etiketid Latvias Balzams pudelitel; (9) kaubamärgid 0804308 ja 9701747; (10) komisjoni otsus nr 537, 05.09.2003; (11) AS Latvias Balzams deklaratsioon koos eestikeelse tõlkega; (12) vaidlustaja esindaja 29.11.2005 kiri komisjonile; (13) komisjoni otsus nr 760-o, 28.02.2006; (14) Harju Maakohtu otsus 13.03.2008 ja (15) Tallinna Ringkonnakohtu otsus 20.10.2008, tsiviilasjas 2-06-13546; (16) Riigikohtu otsus 5.05.2009, kohtuasi nr 3-2-1-29-09; maksekorraldus ning volikiri.

**2)** Taotleja esitas 16.01.2014 vaidlustusavaldusele vastuse. Taotleja märgib, et vaidlustuse õiguslikud alused ei ole üheselt mõistetavalt seotud faktiliste alustega, kuid taotleja on vaidlustusavaldusest aru saanud, et vastuolu KaMS § 9 lg 1 p-ga 6 tuleneb reproduktsioonil kasutatud medalikomplektist ja vastuolu KaMS § 9 lg 1 p-ga 10 tuleneb asjaolust, et paralleelselt taotluse nr 9701747 osas käiva õigusvaidlusega on omanik esitanud uue kaubamärgitaotluse. Vaidlustusavalduses ei sisaldunud ühtegi konkreetset ja sisulist põhjustust KaMS § 9 lg 1 p 7 kohta. Taotleja ei nõustu vaidlustusega ning selles esitatud etteheidetega.

Kaubamärk ei ole eksitav, kuna SOVETSKOJE tüüpi vahuveinidel on medalite kasutamine ajaloolistel põhjustel tavapärane ning antud kaubamärgi reproduktsioonilt ei ole võimalik ära tunda ühtegi konkreetset medali kujutist, rääkimata võimalusest tuvastada, kas tegemist on kuldmedaliga, hõbemedaliga või millegi muuga, sest medalite reproduktsioonid ei ole värvilised.

Uue kaubamärgi registreerimine ei kujuta endast pahatahtlikku tegevust, eriti arvestades asjaolu, et taotlusel kujutatud kaubamärgireproduktsioon vastab omaniku poolt turustatava vahuveini etiketi kujundusele.

Omanik leiab, et antud taotluse puhul ei esine ka vastuolu avaliku korra ja heade kommetega, kuna omanik registreerib kaubamärki, mida ta on aastaid kasutanud.

Küsimus omaniku varasema kaubamärgi registreerimismenetluse kohta ei ole antud vaidluses asjakohane, kuna kaubamärkide reproduktsioonid erinevad olulisel määral eelkõige just vaidlusaluses medalite küsimuses:

Taotlus nr 9701747	Rahvusvaheline registreering nr 0804308
	

Kuna kaubamärgi õiguskaitses aluseks on selle reproduktsioon, siis ei saa ignoreerida asjaolu, et hilisemal kaubamärgil ei ole medalite täpsed kujutised tuvastavad, samuti puuduvad medalite värvid.

Vaidlustaja on määratlenud enda asjast huvitatuse tulenevalt asjaolust, et ta on esitanud kaubamärgitaotluse nr M200500269 „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ kaubamärgi registreerimiseks. Vaidlustaja ja omaniku kaubamärkide võrdlus on alljärgnevalt:

Taotlus nr M200500269 (vaidlustaja märk)	Rahvusvaheline registreering nr 0804308 (vaidlustatud märk)
	

Vaidlustusavaldus on esitatud asjaoludest, mis puudutavad medaleid vaidlustatud kaubamärgil. Samas vaidlustaja kaubamärgil neid ei esine ja vaidlustusest ka ei nähtu, milline on vaidlustaja seos nende medalitega. Sellest tulenevalt ei ole vaidlustaja, vaatamata oma kaubamärgitaotlusele asjast huvitatud isikuks.

Lisaks on vaidlustaja väitnud, et tema kaubamärgi ekspertiis sõltub eelduslikult vaidlustatud kaubamärgist – selline asjaolu on tõendamata ning on ilmselge, et vaidlustaja peab olema teadlik, milliste asjaolude tõttu tema kaubamärgi menetlus senini kestab. Seega leiame, et vaidlustaja ei ole ka tõendanud, et tema kaubamärgitaotlus sõltuks omaniku kaubamärgist.

Taotleja esitab tõendid, millega tõendab, 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 medalite kui dekoratiivsete elementidega, mis tuleneb ka medalikomplekti ajaloolisest kasutusest:

Lisa 2 - Veterinaar- ja Toiduameti 26.08.2011 kiri, koos Sovetskoje alkohoolsete jookide registreeringute andmetega ning valitud fotodega toodetest, mille etiketil on kujutatud medaleid. Sellest tulenevalt võib medaleid Sovetskoje vahuveinidel pidada tavapäraseks elemendiks, mis viitab toote ajaloolisele taustale, mitte enam toote kvaliteedimadustele. Seejuures on oluline, et sovetškoje-tüüpi turustatavad alkohoolsed joogid ei ole mitte alati vahuveinid, vaid ka gaseeritud puuviljajoogid jne, s.t loobutud on varasemate tootmis-tehnoloogiate kasutamisest.

Lisad 3 ja 4 - väljavõtted alkoholiregistrist kehtivate SOVETSKOJE ja kehtetute Sovetskoje Igristoje alkoholitoodete registreeringute kohta, millest nähtub toodete klassifikatsioon (lisa 3). Samas taotleja toote kvaliteet on säilinud ning seda toodet on vastavalt muutunud ajale ka edasi arendatud. Lisame näitena Moskva 1999 veinikonkursi diplomi (lisa 4).

Lisa 5 - väljatrükkid taotlustest nr M200000240, M200401463, M200901226, M200901225, M201100871, millest nähtub, et lisaks vastavate kaubamärkide kasutamisele, taotlejad turuosaliselt neile ka kaubamärgikaitses (lisa 5).

Lisa 6 - taotleja 11.03.2009 pöördumine Tarbijakaitseametile ning Tarbijakaitseameti 23.03.2009 vastuse seoses seaduse rakendamise praktikaga „eksitavuse“ küsimuses, mille kohaselt suur tähist kasutavate turuosaliste hulk välistab tarbija eksitamise ning nõuab pigem tarbija suuremat

tähelepanelikkust. Lisaks omab tähtsust ka toote etiketil esitatud informatsioon, mille osas taotleja juhib tähelepanu, et antud taotlusel on märgitud ka toote päritolu (lisa 6).

Lisad 7 ja 8 - Taotleja on aastaid ka Sovetskoje Igristoje vahuveini tootnud ja turustanud ning seda teinud alati etiketiga nagu nähtub kaubamärgitaotluselt (v.a muutunud tootja nimi): 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; dokumendid Sovetskoje Igristoje vahuveini tootmise ja eksportimise kohta aastatel 1988-1994.

Euroopa Kohtu 11.09.2009 kohtulahendist C446/07 (Alberto Severi vs Regione Emilia-Romagna) tuleneb, et märgi pikaajaline kasutamine on üks objektiivselt asjaolust, mis võib välistada kaubamärgi ja geograafilise tähise eksitamise: '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 C470/93: Mars, EKL 1995, lk I1923, p 24; kohtuotsus Gut Springenheide and Tusky, p 31, ja 13.01.2000 otsus C220/98: 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.'

Vaidlustaja on väitnud, et kuna kaubamärgil on kujutatud medalite komplekt ning need medalid ei ole võidetud taotleja ega tema õiguseellase poolt, siis kaubamärk eksitab tarbijaid kauba kvaliteedi ja väärtuse ning päritolu osas. Taotleja leiab, et esmalt peab tuvastama, kas kaubamärgil on üldse äratuntav mõni medali kujutis – vaidlustaja ei ole seda tõendanud ega ka põhistanud. Taotleja leiab, et ükski konkreetne medal ei ole seal äratuntav. Kuid isegi, kui oleks võimalik mingil viisil tuvastada seal mõni täpse medali kujutis, siis selleks, et keeldumine oleks proportsionaalne ja arvestaks taotleja, avalikkuse ja kolmandate isikute huve, peab tarbijate eksitamise oht peab olema tõsine ja reaalne ning eksitamise ohtu tõsiduse hindamisel tuleb arvesse võtta, kas väidetav eksitamine mõjutab tarbija ostuotsust. Vaidlustaja ei ole tõendanud ega ka käsitletud olulisi asjaolusid, mis 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 kasutamisest tulenevalt saab tarbija majanduslik käitumine mõjutatud.

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 kasutada 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) 24.10.2002, p 25) on Euroopa Kohus leidnud 24.10.2002 otsuses, 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. Samas otsuses (p-d 26-27) leidis kohus, 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 realselt 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 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 keskmisele tarbijale, kes on mõistlikult informeeritud ja tähelepanelik, eeldatavatele ootustele selle informatsiooni suhtes (p 38).

KaMS § 9 lg 1 p 6 põhineb Euroopa Liidu Nõukogu 22.10.2008 esimese direktiivi 2008/95/EÜ (endine 89/104/EMÜ) kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta, artiklil 3.1(g). Kuigi 10.11.2003 ei olnud Eestist veel saanud Euroopa Liidu liiget, tuleb märkida, et seoses juba eelnevalt toimunud õigusaktide ühtlustamise protsessiga oli enne 01.05.2004 kehtinud kaubamärgiseadus mitmetes olulistest osades, sh kaubamärgi õiguskaitset välistavad asjaolud ühtlustatud Ühenduse õigusega. KaMS § 7 lg 1 p 6 ei erine sisult kehtiva kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p-st 6. Nii Euroopa Kohus kui ka Esimese Astme Kohus on selgitanud, et direktiivi artiklis 3.1(g), mille kohaselt ei registreerita kaubamärke, mis võivad oma olemuse tõttu üldsust eksitada näiteks kaupade või teenuste laadi, kvaliteedi või geograafilise päritolu osas, 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 Leur-Bloem (C-28/95 Leur-Bloem / Inspecteur der Belastingdienst/Ondernemingen [1997] ECR I-4161) otsuses 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 § 9 lg 1 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 § 9 lg 1 p 6 rakendamine proportsionaalne. Selleks, et kohtud saanuks teha järeldusi KaMS § 9 lg 1 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 Sovetskoje Igristoje vahuveini siltidele kantud medaleid konkreetse tootja konkreetse saavutusega minevikus. 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 löid 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. Taotleja 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. Taotleja on esitanud arhiivimaterjalid Sovetskoje Igristoje varasema tootmise ja turustamise kohta. Taotleja toode vastas tol ajal kehtestatud nõuetele ning ka pärast Nõukodude Liidu lagunemist on jätkanud taotleja 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.

Esitatud andmed alkoholiregistrist tõendavad, et sovetškoje-tüüpi turustatavad alkohoolsed joogid ei ole mitte alati vahuveinid, vaid ka gaseeritud puuviljajoogid jne, s.t loobutud on varasemate tootmistehnoloogiate kasutamisest, seega on tarbija arusaam sellest tootest ka muutunud.

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 taotleja, 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.

Tõendina esitatud Veterinaar- ja Toiduameti 26.08.2011 kiri, koos Sovetskoje alkohoolsete jookide registreeringute andmetega ning valitud fotodega toodetest, mille etiketil on kujutatud medalid näitavad, et turul leidub tooteid, mille etiketil kasutatakse NL-aegsete medalitega identseid medaleid; tooteid, mille etiketil kasutatakse medalite kujutisi, mille sarnasus NL-aegsete medalitega on aimatav; samuti tooteid, mille etiketil kasutatakse medalite kujutisi, mis ei sarnane varasemate medalitega ja on ilmselt üksnes graafilised kujutiselemendid. Taoline erinevas kujunduses medalite kasutamise praktika kõnealuse toote (sovetškoje-tüüpi vahuvein) tähistamisel on muutnud need tavapäraseks ning seega mittekaitstavaks. Taoline üldiselt kasutatav element kaubamärgi ühe elemendina ei saa kaasa tuua olemuslikku eksitamist, sest tarbija jaoks ei kanna need elemendid enam sellist tähendust, mis võiks eksitava tarbimiskäitumise põhjustada. Tuleb tõdeda, et kõnealune medalikomplekt või lihtsalt medalid Sovetskoje Igristoje etiketil on tavapärased ning pigem traditsioonilised ja kujunduslikud elemendid, kui tõsiseltvõetavad viited kauba päritolule ja omadustele.

Kaubamärgi õiguskaitsesüsteem ei saa eksisteerida iseseisvalt reaalsest turuolukorrast. Siinjuures peab arvestama ka turujärelevalvet teostava Tarbijakaitseameti tavapärase menetluspraktika ning põhimõtetega, mille alusel kujunevad tarbija arusaamad mh tootetähiste osas vajaliku rakendatava tähelepanelikkuse ning tooteinfo kohta. See on isegi nähtav kõnealusel toote reproduktioonilt, et lausa tooteetiketi esiküljel on nähtav tootja nimi ning alkoholiregistri materjalid osundavad, et see on ka turupraktikaks märkida taotleja puhul tootja nimi esietiketile. Seetõttu 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.

Eeltoodust tulenevalt on vaidlustatud kaubamärgi kaubamärgina registreerimine kooskõlas kaubamärgiseaduse sätetega ning sellest tulenevalt palub taotleja jätta vaidlustsuavaldus rahuldamata.

**3)** Vaidlustaja esitas 17.03.2014 täiendavad seisukohad, milles märgitakse järgmist. Vaidlustusavalduse lisast 3 (Väljatrükk WIPO andmebaasist) on näha, et taotleja esitas kaubamärgi rahvusvahelise registreerimise taotluse 20.12.2002 ja soovis seda rahvusvahelist kaubamärki registreerida Saksamaal, Leedus, Poolas ja Eestis. Poolas kaubamärki ei registreeritud ja Eesti Patendiamet, kes esialgselt keeldus kaubamärgi registreerimisest, võttis vastu kaubamärgi registreerimise otsuse alles 1.08.2013. See otsus on vaidlustusavalduse objektiks ja selle kohta on esitatud ka teine vaidlustusavaldus (seisukoha lisa 1). Taotleja 16.01.2014 vastus on vastuoluline ja sisaldab faktivigu. Vaidlustaja selgitab, et mitteregistreeritavus vastuolu tõttu KaMS § 9 lg 1 punktiga 6 tuleneb tõepoolest reproduktioonil kasutatud medalitest.

KaMS § 12 lg 1 p 2 kohaselt on kaubamärgi õiguskaitses ulatuse aluseks registrisse kantud kaubamärgi reproduktioon. Vaidlustatava kaubamärgi nr 0804308 reproduktioon koosneb kahest osast –

vahuveinipudeli esietiketist ja kaelaetiketist ehk koljeretist. Vaidlustaja käsitleb eelkõige esietiketti ehk põhietiketti.

Taotleja vastuses lk 2 toodud reproduktsioonide kompositsioonide üldkujundused langevad kokku:

- 7 medalit nii asetuselt kui kujutise suuruselt;
- viinamarjakobar nii kujutiselt, selle suuruselt kui asetuselt,
- Советское Игристое nii kirjaviisilt, asetuselt, suuruselt kui olemuselt.

Kaubamärk, nagu selle nimigi ütleb, on kaubanduses kasutatav tunnusmärk. Odessa Vahuveinitehase kuulus kaubamärk, mis kujunes brändiks ja kasutati aastakümneid eksporttoodetel, omas originaalset disainilahendust. Kõik tootjad unistavad sellest, et nende kaubamärk saaks brändiks. Kuidas seda saavutada? Ühte võimalust käsitleb antud juhtum. Kui prooviks trikki, et võtaks tuntud kaubamärgi ja sellega kaasneva brändi ning kasutaks seda oma ettevõttes. Uus rahvusvaheline kaubamärgitaotlus erineb sisuliselt selle poolest, nagu taotleja on ise oma kirja lk 2 reproduktsioonide all väitnud: „ ... hilisemal kaubamärgil ei ole medalite täpsed kujutised tuvastatavad, samuti puuduvad medalite värvid.“ Kaubamärgi reproduktsioonilt ei ole võimalik ära tunda ühtegi konkreetset medali kujutist (sisuliselt medalid on nagu looritatud), rääkimata võimalusest tuvastada, kas tegemist on kuldmedaliga või hõbemedaliga, sest medalite reproduktsioonid ei ole värvilised (vastuolu KaMS § 9 lg 1 p 10-ga). Seda kaubamärgi reproduktsiooni on omaniku poolt endistel aegadel ja ka 21. sajandil turustatavate vahuveinide etiketidel kasutatud värvilisena, originaalis, kuid kaubamärki ennast omamata. Küsimus on selles, kas brändi kaudu on võimalik tarbijaid märkamatuks eksitada uue rahvusvahelise kaubamärgitaotlusega, kus kaubamärgi kompositsioon, elementide paigutus, sõnaline osa ja tähešriftid on kopeeritud eesmärgiga tarbijat eksitada (KaMS §9 lg 1p 6). Kas kaval kopeerimine on lubatud? Kaubamärgi disain omab ka autoriõigust. Autoriõigus kehtib 70 aastat. Kahjuks märkame, et tuntud brändi püütakse omastada. Selleks on valitud ebataoline trikk, kus tuntud kaubamärgist on osa hävitatud. Reproduktsioonilt ei ole võimalik enam ära tunda medaleid (vastuolu KaMS § 9 lg 1 p7).

Kas reproduktsioonil on medalid esitatud kuldse-hõbedase värviga või valge värviga, tähtsust ei oma. Võltsing on võltsing nii värviliselt kui must-valgelt. Seejuures on tähelepanuväärne, et viimasel ajal on taotleja jätnud vaidlustatava kaubamärgi reproduktsiooni- vahuveinipudelietiketi vormistusest ära ühe medali kujutise, neid on nüüd seitsme asemel kuus (lisa 2, Säästumarketite reklaamleht veebruarist 2014). Vaadeldes kaupluste riiulitel vastavaid taotleja toodetud vahuveinipudeleid näeme, et ära on jäetud Tbilisi 1965.a. medal. Reklaamlehel olevatel ca kahearuutsentimeetristel etiketikujutistelt on seda raske näha, tarbijad vaatavad ostuotsuseid tehes lettidel olevate vahuveinipudelite etikette. Nimetatud asjaolu näitab veelkord selgesti, et medalite kujutamine või mittekujutamine on väga oluline.

Taotleja väidab, et „ ... SOVETSKOJE tüüpi vahuveinidel on medalite kasutamine ajaloolistel põhjustel tavapärane ...“ See väide tekitab küsimuse: millised need ajaloolised põhjused on? Seejärel on väidetud: „Kaebaja õiguseellane ... oli kohustatud nende medalite kujutisi kasutama.“ Kumbki väide on pooltõde. Vaidlustaja esitab taotleja õiguseellase Riia Vahuveinitehase vahuveinipudelietiketi (lisa 4), mida kasutati NSV Liidu ajal siseturul, kaasa arvatud tolleaegses Eesti NSV-s, kus vahuveinitehast ei olnud ja mida varustasid lähimad vahuveinitootjad Riias ja Leningradis. Ei mingeid medaleid.

Samas teised tootjad, kes reaalselt medaleid saavutanud olid, nende kujutisi kasutasid, igaüks just enda poolt võidetud medaleid (lisa 5: lehekülg raamatust „Мир вина“ 1998 /„Veinimaailm“/ ning lisa 6: Odessa, Sankt-Peterburi, Moskva ja Harkivi vahuveinitootjate etiketid, igaühel vaid vastava tootja auhinnad erineval hulgal, kolmest medalist kümneni). On tavapärane, et juba alates XIX sajandi lõpust kasutavad erinevad tootjad arvestatava ja igati õigustatud turundusliku võttena tarbijate ostuotsuste positiivses suunas mõjutamiseks just neile tootjatele omistatud auhindade kujutisi või selliste kõrgete tunnustuste äramärkimist, seda mitte ainult (vahu)veinimaailmas. Näiteid on palju, vaidlustaja toob neist lisa 7 ühe, nii veel II Maailmasõja eelse ja isegi tsaariaegse Eestiga kui tänase Eesti Vabariigi turuga seotu: A. Le Coq igaühele tuttaval embleemil on ühtlustatud kujunduses 4 auhinda aastatest

1893–1923, neist noorim - Tallinn 1923 - kannab eestikeelset nimetust Suur Kuldauraha, vanimal auhinnal tootja kodulinn aga veel tsaari-aegsel ja saksapärasel nimekujul Juriew. (Fotod Õllesummerilt 2006, „Õhtuleht“, 08.07.2006). Ülaltoodu lükkab ümber taotleja meelevaldse väite: „Vahuveini sektori omapärasest 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 löid seose tootega ning tootja kuulumisega NSVL tootjate hulka.“

Taotleja lisa 8 – Sovetskoje Igristoje eksport 1988-1994 ei oma tähtsust Eesti Vabariigi ja siinse kaubamärgiõiguse suhtes, kuna Sovetskoje Igristoje nimetusega vahuveini hakkas taotleja esmakordselt Eesti Vabariiki eksportima alles 10 aastat pärast nimetatud perioodi lõppu, 2004. aastal. Kuni selle ajani eksportisid taotleja ning tema õiguseellane Eestisse vahuveini nimetusega Sovetskoje Šampanskoje. Vaidlustaja lisab väljavõtte Alkoholiregistris nii kehtivate kui kehtetute registrikannete kohta (lisa 3). Esimese Sovetskoje Igristoje kandis taotleja registrisse 30.04.2004, kõik varasemad taotleja registrikanded alates Alkoholiregistri loomisest on nimetusega Sovetskoje Šampanskoje.

Taotleja väidab oma vastuskirjas, et vaidlustaja ei ole asjast huvitatud isikuks vaatamata oma kaubamärgitaotlusele ja selle kinnituseks esitab kõrvuti vaidlustaja märgi ja vaidlustatava märgi reproduktsioonid. Lisaks vaidlustusavalduses esitatule juhib vaidlustaja tähelepanu asjaolule, et jättes ära medalid, on vaidlustatava kaubamärgi reproduktsiooni must riskülik kahe kokkulangeva venekeelse sõnaga ja paremal asetseva viinamarjakobaraga äravahetamiseni, peaaegu identsuseni, sarnane vaidlustaja kaubamärgi reproduktsiooniga. Piltlikult öeldes, vaidlustaja kaubamärk sisaldab kunstiliselt kujundatud sõnalist osa taotleja kaubamärgist. OÜ Fontan RV asjasthuvitatud on ilmne, kuna tema kaubamärgitaotluse menetlus kestab taotleja varasemate Sovetskoje Igristoje nimeliste kaubamärgitaotluste menetluste tõttu. Mõlemaid neid on vaidlustusavalduses põhjalikult käsitletud.

Vaidlustusavalduses ja selle lisa 7 käsitletud taotleja kaubamärgitaotluse nr 9701747, mille menetlus kestab tänu taotleja pettustele juba seitsmeteistkümnendat (!) aastat, kohta on komisjon võtnud vastu järjekordse otsuse, kokku juba neljanda. Komisjoni 29.01.2014 otsuses 1213-o on antud hinnang taotleja argumentatsioonile ja tõenditele, kaasa arvatud Euroopa Liidu õiguse osas. Vaidlustaja toob komisjoni mahukast ja põhjalikust, igakülgsest motiveeritud otsusest 1213-o vaid ühe lause: „Ammendavalt kasutatud Eesti õigustee tulemusena on õigusemõistjad tuvastanud kaubamärgi eksitavat iseloomu ja lugenud selle tõendatuks.“

Vaidlustaja palub KaMS § 9 lg 1 p 6, p 7 ja p 10 ning § 41 lg 2 § 70 lg 3 alusel tühistada Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi nr 0804308 registreerimise kohta taotleja nimele ja teha ettepanek keelduda registreerimisest Eestis.

Seisukohale on lisatud seoses eelnimetatud argumentidega: (1) väljavõte WIPO andmebaasist kaubamärgi vaidlustamise kohta; (2) Säästumarketite reklaamleht veebruarist 2014; (3) väljavõte Alkoholiregistris; (4) Riia Vahuveinitehase etikett; (5) lehekülg raamatust „Veinimaailm“; (6) nelja tootja etiketid; (7) A. Le Coq Õllesummeril.

**4)** Vaidlustaja esitas lõplikud seisukohad 22.07.2014. Vaidlustaja jääb oma varem esitatud seisukohtade juurde, märkides, et on jõustunud komisjoni 29.01.2014 otsus nr 1213-o, millega lükati tagasi taotleja kaebus Patendiameti otsusele mitte registreerida kaubamärki „Sovetskoje Igristoje + kuju“ (05.08.1997 taotlus nr 9701747). Sellega on õigusjõus Patendiameti lõplik otsus keelduda kaubamärgi „Sovetskoje Igristoje + kuju“ registreerimisest taotleja nimele absoluutse õiguskaitset välistava asjaolu esinemise tõttu – kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud rahvusvaheliste veinikonkursside medalid, milliseid taotleja ega tema õiguseellased ei ole kunagi saavutanud. Sama seis, mis 05.08.1997, oli ka 2002. aastal (konventsiooniprioriteet) – taotleja ei olnud võitnud mitte ühtegi medalit ja medalite kui selliste kujutamine kaubamärgi reproduktsiooniks oleval vahuveinipudeli etiketil on vaieldamatult eksitav. Vaidlustaja on teemat üksikasjalikult käsitlenud vaidlustusavalduses ja 14.03.2014 vastuses taotleja 16.01.2014 seisukohtadele. Neis kahes

dokumendis koos lisadega on tõestatud, et tegu on sarnase kaubamärgiga ja täpselt sama õiguskaitsset välistava absoluutse asjaolu esinemisega.

Vaidlustaja jääb ka selle juurde, et lisanduvad absoluutsed õiguskaitsset välistavad asjaolud, mis on sätestatud KaMS § 9 lg 1 p-des 7 ja 10. Ta rõhutab: valetamisega „jäädi vahele“ pärast Eesti Kaubamärgilehes nr 1/2004 avaldatud registreerimisotsust alanud vaidlustusmenetluses. Rohkem kui aasta varem, 2002. aastal, esitas taotleja uue kaubamärgitaotluse, mille reproduksioonil on kujutatud ikka needsamad 7 medalit, lähtudes iseenda poolt produtseeritud valetõendist ja lootes, et pettus läheb läbi. Kui see ei ole pahauskus, siis mida tuleb pahauskuse all mõista? Juba esimese vaidmenetluse käigus aastatel 2000-2001 oli taotlejal selge, et medalite kujutamine kaubamärgi reproduksioonil ei ole korrektne (kasutame kõige pehmemat väljendit) ja sellegipoolest esitati need 2002. aastal uuesti, igaks juhuks ühevärvilisena ja trükitehniliselt tagasihoidlikuma kvaliteediga, et saaks vajadusel hämada. See aga ei muuda asja olemust – rahvusvaheliste veinikonkursside kõrgete auhindade (antud juhul medalite, praktiseeritakse ka Grand Prix karikate kujutamist etiketidel) esitamine justkui enda poolt saavutatuna on niivõrd oluline tarbijate ostuotsuseid positiivselt mõjutav asjaolu ning väga tugev turundusargument, et minnakse teadlikult pettusele. Paraku sõnastasid juba roomlased ühe olulisema õiguse aluspõhimõtte: ex injuria non oritur ius – (ebaseaduslikkusest) ebaõiglusest ei sünni õigust. Vaidlustaja palub KaMS § 9 lg 1 p-de 6, 7 ja 10 ning § 41 lg 2 § 70 lg 3 alusel tühistada Patendiameti otsus rahvusvahelise kaubamärgi nr 0804308 registreerimise kohta AS Latvijas Balzams nimele ja teha ettepanek keelduda registreerimisest Eestis.

**5)** 26.08.2014 esitas taotleja oma lõplikud seisukohad. Taotleja jääb oma seisukoha juurde, et tema kaubamärgi kui terviku suhtes puuduvad õiguskaitsset välistavad asjaolud ning vaidlustuse esitaja poolt esile toodud asjaolud ei anna alust omaniku kaubamärgile õiguskaitsset välistavate asjaolude tuvastamiseks, kuna: kaubamärk ei ole eksitav, kuna SOVETSKOJE tüüpi vahuveinidel on medalite kasutamine ajaloolistel põhjustel tavapärane ning antud kaubamärgi reproduksioonilt ei ole võimalik ära tunda ühtegi konkreetset medali kujutist, rääkimata võimalusest tuvastada, kas tegemist on kuldmedaliga, hõbemedaliga või millegi muuga, sest medalite reproduksioonid ei ole värvilised ega sedavõrd detailsed. Samuti, uue kaubamärgi registreerimine ei kujuta endast pahatahtlikku tegevust, eriti arvestades asjaolu, et taotlusel kujutatud kaubamärgireproduksioon vastab taotleja poolt turustatava vahuveini etiketi kujundusele. Antud taotluse puhul ei esine ka vastuolu avaliku korra ja heade kommetega, kuna omanik registreerib kaubamärki, mida ta on aastaid kasutanud.

Vaidlustaja on määratlenud enda asjast huvitatuse tulenevalt asjaolust, et ta on esitanud 03.03.2005, s.o 2,5 aastat hiljem kui käesoleva kaubamärgi prioriteet, kaubamärgitaotluse nr M200500269 SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju kaubamärgi registreerimiseks. Vaidlustaja ei ole tõendanud, et tema kaubamärgitaotlus sõltuks omaniku kaubamärgist. Teisalt on kummaline, et vaidlustaja (Eesti äriühing) leiab, et taotleja, kes on Riia vahuveinikombinaadi kui pika traditsiooniga Sovetskoje tüüpi vahuveini tootja õigusjärglane, ei ole õigustatud vastavat kaubamärki registreerima, kuid vaidlustaja omab õigust ja õigustust analoogset kaubamärki enda nimele registreerida.

Vaidlustaja ei ole tõendanud, et ta turustas enne 05.09.2002 vahuveine, mille etiketi kujundusel oleks piisav puutumus vaidlustatud kaubamärgi reproduksiooniga ning, et vaidlustaja neid tooteid ka tänasel päeval turustab või tõenäoliselt tulevikus turustab, et võiks tuvastada vaidlustaja äritegevuse tegeliku puutumuse käesoleva vaidlustatud kaubamärgiga.

Asjast huvitatud isik on KaMS-s määratlemata õigusmõiste. Kohtupraktikas on kõnealust mõistet seni sisustatud muu hulgas lähtudes sellest, kas varasem registreeritud kaubamärk takistab hilisemalt taotletava või vähemalt kavandatava kaubamärgi registreerimist. Nii tuleneb senisest kohtupraktikast, et hageja ei saa olla huvitatud isikuks kaupade osas, mille suhtes tal puudub huvi, st mille suhtes ta oma (tulevast) kaubamärki registreerida ei soovi (vt nt Harju Maakohtu 20.04.2011 otsus nr 2-11-3981 ja Tallinna Ringkonnakohtu 10.11.2011 otsus samas asjas, p 68). Kohtud on leidnud, et hagejal tuleb tõendada oma soov vaidlusalust kaubamärki või sellega sarnast tähist ise kasutada (seni jõustumata Harju Maakohtu 30.08.2013 otsus nr 2-12-49972, p 13). Tallinna Ringkonnakohus on hiljutises lahendis

leidnud, et huvi KaMS § 53 lg 1 tähenduses tuleb hinnata pigem kitsalt (5.03.2014 otsus nr 2-12-49962, p 6 kuues lõik). Lähtudes eeltoodust, tuleb tõdeda, et vaidlustaja ei ole tõendanud omaniku kaubamärki vaidlustusavalduses toodud asjaoludel vaidlustades, et ta on asjast huvitatud isikuks.

Vaidlustaja on KaMS § 9 lg 1 p 6 osas väitnud, et kuna kaubamärgil on kujutatud medalite komplekt ning need medalid ei ole võidetud taotleja ega tema õiguseellase poolt, siis kaubamärk eksitab tarbijaid kauba kvaliteedi ja väärtuse ning päritolu osas. Esmalt peab tuvastama, kas kaubamärgil on üldse äratuntav mõni medali kujutis – vaidlustaja ei ole seda tõendanud ega ka põhistanud. Taotleja leiab, et ükski konkreetne medal ei ole seal äratuntav. Samale järeldusele on jõudnud ka vaidlustaja, kes on oma 14.03.2014 täiendavates seisukohtades märkinud, et „Reproduktioonilt ei ole võimalik enam ära tunda medaleid (vastuolu KaMS § 9 lg 1 p 7).“ Vaidlustaja poolt tõstatatud küsimus omaniku varasema kaubamärgi registreerimismenetluse kohta ei ole antud vaidluses asjakohane, kuna kaubamärkide reproduktioonid erinevad olulisel määral eelkõige just vaidlusaluses medalite küsimuses: Kuna kaubamärgi õiguskaitse aluseks on selle reproduktioon, siis ei saa ignoreerida asjaolu, et hilisemal kaubamärgil ei ole medalite täpsed kujutised tuvastavad, samuti puuduvad medalite värvid – tegemist on abstraktse dekoratiivse kujutisega, millise elemendi kasutamine on Sovetskoje tüüpi vahuveinide puhul tavapärane. Tõetruid või dekoratiivseid medalite kujutist on hakanud kasutama enamik erinevas kujunduses Sovetskoje tüüpi vahuveinide tootjad, mis nähtub taotleja 16.01.2014 vastuse lisast nr 2.

KaMS § 9 lg 1 p 7 kohta ei ole vaidlustaja sisulisi seisukohti (vastuolu avaliku korra ja heade tavadega) esitanud, seega taotlejal ei ole võimalik sellele sisuliselt vastata. KaMS § 9 lg 1 p 10 kohta ei ole vaidlustaja sisulisi seisukohti esitanud seega vaidlustajal ei ole võimalik sellele sisuliselt vastata. Uue kaubamärgitaotluse esitamist, mis vastab omaniku poolt realselt turul kasutatavale tootetähistusele, ei saa käsitleda pahausksena. Eeltoodust tulenevalt on kaubamärgi registreerimine kooskõlas kaubamärgiseaduse sätetega ning sellest tulenevalt palub taotleja jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.

12.05.2012 alustas komisjon lõppmenetlust.

### **Komisjoni seisukohad**

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

Vaidlustaja OÜ Fontan RV on vaidlustanud rahvusvahelisele kombineeritud kaubamärgile „Советское Игристое + kuju“ (reg nr 0804308, prioriteet 05.09.2002 LV) õiguskaitse andmise Eestis taotleja LATVIJAS BALZAMS, A/S, LV nimele klassis 33 kaupade *sparkling wines* (vahuveinid) suhtes KaMS § 9 lg 1 p-de 6, 7 ja 10 alusel.

**1)** KaMS § 41 lg 2 kohaselt võib vaidlustusavalduse esitada asjast huvitatud isik. Taotleja on tõstatanud küsimuse seoses sellega, kas vaidlustaja on selle sätte tähenduses asjast huvitatud isik. Vaidlustaja on määratlenud enda asjast huvitatuse tulenevalt asjaolust, et ta on esitanud kaubamärgitaotluse nr M200500269 „SOVETSKOJE IGRISTOJE + kuju“ kaubamärgi registreerimiseks. Taotleja märgib, et kuna vaidlustusavaldus on esitatud asjaoludest, mis puudutavad medaleid omaniku kaubamärgil, siis vaidlustaja kaubamärgil neid ei esine ja vaidlustusest ka ei nähtu, milline on vaidlustaja seos nende medalitega. See, et vaidlustaja kaubamärgi ekspertiis sõltub eelduslikult vaidlustatud kaubamärgist, on tõendamata. Vaidlustaja ei ole tõendanud, et ta turustas enne 05.09.2002 vahuveine, mille etiketi kujundusel oleks piisav puutumus vaidlustatud kaubamärgi reproduktiooniga ning, et vaidlustaja neid tooteid ka tänasel päeval turustab või tõenäoliselt tulevikus turustab, et võiks tuvastada vaidlustaja äritegevuse tegeliku puutumuse käesoleva vaidlustatud kaubamärgiga. Sellest tulenevalt ei ole vaidlustaja taotleja hinnangul asjast huvitatud isikuks.

Taotleja on samas möönnud, et asjast huvitatud isik on KaMS-s määratlemata õigusmõiste ning on viidanud kohtupraktikale, milles on arvestatud muu hulgas seda, kas varasem registreeritud kaubamärk takistab hilisemalt taotletava või vähemalt kavandatava kaubamärgi registreerimist või kasutamist.

Komisjon leiab, et piirates vaidlustamisõigust nii absoluutsete kui suhteliste kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude osas grammatiliselt ühetaoliselt asjast huvitatuse tingimusega, on seadusandja esiteks välistanud vaidlustusõiguse isikul, kelle huvi kaubamärgi õiguskaitse vaidlustamise suhtes on abstraktne või sootuks puuduv. Vaidlustaja ei pea mitte üksnes olema huvitatud isik, vaid asjas konkreetset huvi omav isik. Seega on põhjendatud seisukoht, et asjast huvitatust tuleb hinnata pigem kitsalt. Kui vaidlustamine toimub suhtelisel alusel ja seoses teise kaubamärgiga, saab asjast huvitatust hinnata suhtes teise kaubamärgi või kaubamärgitaotlusega. Kui vaidlustamise aluseks on muu varasem õigus, on määrav selle õiguse kuuluvus või kasutamine. Kui aga vaidlustamise aluseks on absoluutne kaubamärgi õiguskaitset välistav asjaolu, ei saa komisjoni hinnangul vaidlustamisõigust siduda vältimatult teise kaubamärgi, kaubamärgitaotluse või muu õigusega, vaid laiemalt majandusliku või muu huviga, mis peab olema samas põhistatud vähemalt sel määral, et on ilmne, et vaidlustaja on konkreetset huvi omav isik. Antud juhul on vaidlustaja viidanud oma kaubamärgitaotlusele, mille sarnasus vaidlustatud kaubamärgiga on ilmne, ja mille õiguskaitse võib olla seoses vaidlustatud, varasema prioriteediga kaubamärgiga. Kuigi vaidlustaja ei ole esitanud andmeid kaubamahtude jms kohta, on komisjon samade poolte vahel toimunud vaidluse otsuse 760-o motivatsiooni osa p-s 1 leidnud huvi olemasolu, ning kaubamärgitaotluse nr 9701747 kohta toimunud järgnenud vaidluses kohtus ei ole vaidlustaja nõutavat laadi huvi puudumist tuvastatud. Seega loeb komisjon vaidlustaja KaMS § 41 lg 2 tähenduses asjast huvitatud isikuks.

**2)** Vaidlustaja leiab, et vaidlustatud kaubamärk on mittekaitstav, kuna sisaldab seitsme medali kujutisi, mida taotleja ega tema õiguseellane ei ole võitnud (nagu on kaubamärgitaotluse nr 9701747 kohta toimunud vaidluses lõplikult tuvastatud, vt ka komisjoni otsus nr 1213-o), ning on seega nende osas eksitav. KaMS § 9 lg 1 p 6 kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, mis oma olemuselt võib 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.

Taotleja leiab (sellekohaseid tõendeid esitades) muuhulgas, et medalite kasutamine on muutunud vahuveinide sektoris tavapäraseks ja see ei too kaasa tarbija eksitamist ostuotsuse tegemisel. Vaidlustaja väidetele seoses sellega, et taotleja (õiguseellane) kaupadel on medaleid hakatud kasutama õigustamatult, on taotleja jätnud sisuliselt vastamata. Komisjon ei pea, järgnevast tulenevalt, vajalikuks nende argumentide kohta seisukohta kujundada.

Vaidlustaja on viidanud KaMS § 12 lg 1 p-le 2, mille kohaselt on kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. Taotleja on omakorda rõhutanud, et vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioonil ei ole võimalik ära tunda ühtegi konkreetset medali kujutist, rääkimata võimalusest tuvastada, kas tegemist on kuldmedaliga, hõbemedaliga või millegi muuga, sest medalite reproduktsioonid ei ole värvilised. Vaidlustaja on seda asjaolu möönnud, kuigi pidades (eksitavalt ja õigustamatult kasutatavate) medalite (sihilikku või graafikast tulenevat) loetamatuks muutmist õigusvastaseks.

Komisjon viitab samuti KaMS § 12 lg 1 p-le 2, selgitades, et komisjon saab hinnata kaubamärgi kaitstavust vastavalt KaMS § 9 lg 1 p-le 6 üksnes registrisse kantud reproduktsiooni alusel, mitte arvestada aga seda, mis on reproduktsioonil kasutatud elementide tegelik või väidetav tagamõte. Kuna vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioonil kujutatud medalid ei ole tuvastatavad, ei saa need ka tarbijat eksitada kaupade kvaliteedi või muude omaduste suhtes. Seega KaMS § 9 lg 1 p 6 rikkumist antud juhul ei esine.

**3)** Vaidlustaja on samuti leidnud, et vaidlustatud kaubamärgi registreerimine on pahauskne ja seega vastuolus KaMS § 9 lg 1 p-ga 10, mille kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, mille registreerimist taotleb isik on esitanud taotluse pahauskelt või mida on hakatud kasutama pahauskelt. Vaidlustaja leiab, et kuna taotleja on kasutanud oma kauba etiketil õigustamatult medalite kujutisi, mida ta ei ole võitnud, on esitanud oma varasemat kaubamärki (taotlus nr 9701747) puudutanud vaidluses ebatõese sisuga deklaratsiooni selle käitumise õiguspärasuse kohta, ning on nüüd asunud peitma oma õigustamatuid kavatsusi loetamatute medalite taha kaubamärgi reproduktsioonil, siis selline käitumine on

pahauskne. Taotleja leiab, et kuna vaidlustaja ei ole sisulisi seisukohti esitanud, ei ole sellele etteheitele võimalik vastata.

Komisjon leiab, et kuigi medalite õigustamatu kasutamine ja valetõendi loomine ja esitamine iseenesest on ebaausad ja lubamatud, ei ole need teod aset leidnud vaidlustatud kaubamärgi registreerimise menetluses, mistõttu neid ei saa seostada vaidlustatud kaubamärgi õiguskaitse taotluse pahauskse esitamisega ega ka selle kaubamärgi pahauskse kasutamisega. Asjaolu, et taotleja kaubamärgi reproduktsioonil on kõnealuste medalite kujutised mis tahes põhjusel loetamatud ja identifitseerimatud, ei ole keelatud ega anna iseenesest põhjust KaMS § 9 lg 1 p 10 kohaldamiseks. Parafraaseerides vaidlustajat: võltsing on võltsing nii värviliselt kui must-valgelt, kuid võltsing ei ole võltsing enam sel juhul, kui sellega ei ole võimalik saavutada soovitud tulemust kellegi eksitamisel. Kaubamärgi reproduktsioonil olevad medali kujutised ei ole kasutatavad tarbija eksitamiseks.

**4)** Vaidlustaja leiab samuti, et vaidlustatud kaubamärgi õiguskaitse on välistatud KaMS § 9 lg 1 p 7 alusel, mille kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, mis on vastuolus avaliku korra või heade tavadega. Taotleja leiab, et KaMS § 9 lg 1 p 7 kohta ei ole vaidlustaja sisulisi seisukohti esitanud, seega taotlejal ei ole võimalik sellele sisuliselt vastata. Komisjon nõustub taotlejaga, et vaidlustaja ei ole sisuliselt selgitanud, kuidas vaidlustatud kaubamärk – lähtudes selle reproduktsioonist – liigitub tähiseks, mis on vastuolus avaliku korra või heade kommetega. Asjaolu, et medalid kaubamärgi reproduktsioonil ei ole loetavad, ei ole etteheidetav, kuna mingi norm või komme ei kohusta taotlejat kaubamärgi reproduktsiooni detailsuse suhtes; samuti ei riku see (tahtlik) ebamäärasus mingil viisil avalikku korda ega tingi näiteks vajadust korrakaitseasutuste sekkumiseks kellegi õigustatud huvide vastase ohu või ründe tõrjumiseks.

Komisjon kordab eelmises punktis öeldut: kuigi taotluse nr 9701747 suhtes toimunud vaidluses esines taotleja käitumises moraalseid ja õiguslikke küsitavusi, ei mõjuta need asjaolud käesoleva, vaidlustatud kaubamärgi õiguskaitse kooskõla avaliku korra või heade kommetega. Antud juhul on tegemist iseseisva taotlusega, mida komisjon käsitleb lähtudes selle menetluse asjaoludest.

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

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

**jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.**

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:

T. Kalmet

E. Hallika

M. Tähepõld