

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1728-o

Tallinnas 25. mail 2018. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Margus Tähepõld (eesistuja), Tanel Kalmet ja Harri-Koit Lahek, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku Orkla Confectionery & Snacks Finland AB Sundsvägen 420, FI-22410 GODBY, *Soome* (esindaja volikirja alusel patendivolinik Anneli Kapp) vaidlustusavalduse kujutiskaubamärgi (panda kujutis; rahvusvaheline reg nr 1315700) registreerimise vastu klassis 30 „Grand Candy“ LLC nimele.

Asjaolud ja menetluse käik

1) 04.09.2017 esitas Orkla Confectionery & Snacks Finland AB (edaspidi ka *vaidlustaja*) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi ka *komisjon*) vaidlustusavalduse, milles vaidlustatakse kujutiskaubamärgi (rahvusvaheline reg nr 1315700) registreerimine Eestis klassis 30 „Grand Candy“ LLC, 31 Masis str., 0061 Yerevan, *Armeenia* (edaspidi ka *taotleja*) nimele. Vaidlustusavaldus võeti menetlusse 15.09.2017 nr 1728 all ja eelmenetlejaks määrati Margus Tähepõld.

Patendiamet on vastu võtnud otsuse rahvusvahelise kujutiskaubamärgi registreering nr 1315700 (edaspidi ka vaidlustatud kaubamärk) registreerimiseks klassis 30. Kaubamärgi registreerimise otsuse teade avaldati 03.07.2017 Patendiameti ametlikus väljaandes Eesti Kaubamärgileht nr 7/2017. Vaidlustatud kaubamärgi registreeringu kuupäevaks on 17.06.2016. Vaidlustusavalduse objektiks olev kaubamärgi registreerimise otsus annab taotlejale ainuõiguse kujutiskaubamärgi kasutamiseks järgmiste kaupade ja teenuste suhtes:

Class 30 – Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee, flour and preparations made from cereal, bread, pastry and confectionery, ices, honey, treacle; yeast, baking-powder; salt, mustard, vinegar, sauces (condiments); spices, ice (*kohv, tee, kakao, suhkur; riis; tapiokk, saago; kohvi aseained, jahu ja teraviljast valmistatud tooted; leib, kondiitritooted ja maiustused; jäätised; mesi, siirup; pärm, küpsetuspulber; sool; sinep; äädikas, maitsekestmed; vürtsid; jää*).

Kaubamärgiseaduse (*KaMS*) § 11 lg 1 p 6 kohaselt on varasem kaubamärk Ühenduse kaubamärgi määruse alusel registreeritud Ühenduse kaubamärk, kui taotluse esitamise kuupäev, prioriteedikoopäev või Eesti registreeringu alusel omandatud vanemusekuupäev on varasem. Vaidlustaja nimele on registreeritud järgmised varasemad Euroopa Liidu kaubamärgid, millel on õiguskaitse ka Eesti territooriumil:

- **PANDA** – sõnalise kaubamärgi registreering nr 008684961. Registreeringu õiguskaitse alguskuupäev on 13.11.2009 ning kaubamärk on registreeritud klassis 30 kaupade *ravitoimeta maiustused, lagritsamaiustused ja šokolaad* tähistamiseks.



- – kombineeritud kaubamärgi registreering nr 010398618. Registreeringu õiguskaitse alguskuupäev on 08.11.2011 ning kaubamärk on registreeritud klassis 30 kaupade *ravitoimeta maiustused, lagritsamaiustused ja šokolaad* tähistamiseks.



- kujutiskaubamärgi registreering nr 008285942. Registreeringu õiguskaitse alguskuupäev on 07.05.2009 ning kaubamärk on registreeritud muuhulgas klassis 30 järgmiste kaupade tähistamiseks:

Klass 30 - Kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja teraviljast valmistatud tooted, leib-sai, kondiitritooted, maiustused ja vööbad; mesi, suhkrusiirup; pärm, küpsetuspulber; sool, sinep; äädikas, kastmed (vürtsid); vürtsid; vööp.



- kujutiskaubamärgi registreering nr 008285165 (**Lisa 5**). Registreeringu õiguskaitse alguskuupäev on 07.05.2009 ning kaubamärk on registreeritud muuhulgas klassis 30 järgmiste kaupade tähistamiseks:

Klass 30 - Kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja teraviljast valmistatud tooted, leib-sai, kondiitritooted, maiustused ja vööbad; mesi, suhkrusiirup; pärm, küpsetuspulber; sool, sinep; äädikas, kastmed (vürtsid); vürtsid; vööp.

Seega, vaidlustaja kaubamärgid tuleb lugeda varasemaks, kuna nende registreeritud kaubamärkide õiguskaitse alguse kuupäevad on varasemad võrreldes rahvusvahelise kujutiskaubamärgiga nr 1315700.

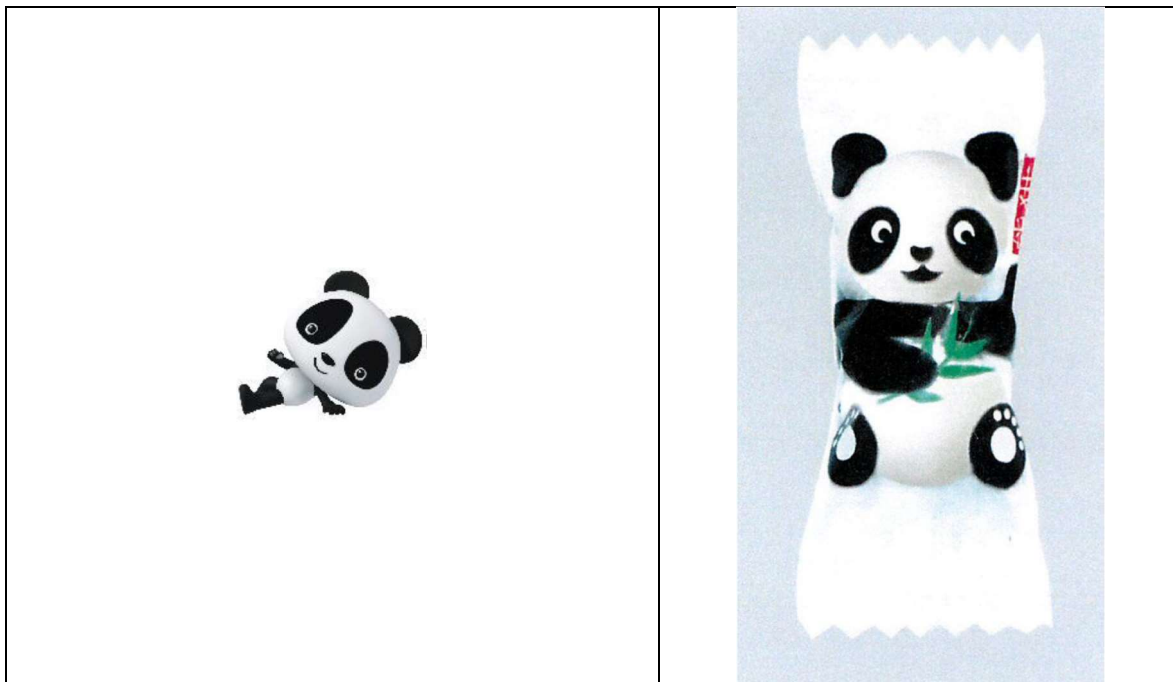
Vaidlustaja vaidlustab rahvusvahelise kujutiskaubamärgi (rahvusvaheline reg nr 1315700) Patendiameti registreerimise otsuse taotleja nimele klassis 30 KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel. KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Antud sarnasuse hindamisel pole oluline äravahetamiseni tõenäosuse kindlakstegemine varasema ning hilisema märgi vahel, vaid piisavaks saab lugeda juba asjaolu, et tarbija loob seose antud märkide vahel (C- 408/01, p 31). Sarnasele seisukohale on jõudnud ka korduvalt TOAK (nt otsused 1394-o ja 1428-o).

KaMS sätestab, et taotletavat kaubamärki ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku loata, kui identisuse, sarnasuse või assotsieerumise tõttu varasema kaubamärgiga ning identisuse või samaliigilisuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupadega on tõenäoline, et tarbijaskond võib need kaubamärgid omavahel ära vahetada.

Võrreldavate kaubamärkide reproduktsioonid on alljärgnevad:

Varasemad kaubamärgid	Vaidlusalune kaubamärk
PANDA	



Kaubamärk on varasema kaubamärgiga äravahetamiseni sarnane, kui seda kasutatakse sarnaste kaupade tähistamiseks ning see meenutab varasemat märki sedavõrd lähedaselt, et tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade päritolu osas.

Märkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasjal, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, vaid pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele. Arvestada tuleb ka seda, et tarbijal puudub üldjuhul võimalus märke samaaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti tajutud märgist (C-342/97, p 26). Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on kaubamärkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad kui nende erinevused.

Euroopa Kohus on märkinud, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosus kujutab endast riski, mille kohaselt tarbijad võivad uskuda, et kaubad pärinevad samalt või majanduslikult seotud ettevõtetelt (otsus C-39/97, p 29). Kui tegemist on kaubamärkide “perekonna” või “seeriaga”, tuleneb äravahetamise tõenäosus eriti võimalusest, et tarbija võib eksida taotletava kaubamärgiga kaetud kaupade päritolu osas või tarbija võib ekslikult arvata, et kõnealune märk kuulub samuti antud märkide perekonda või seeriasse. Käesolevas asjas võivad tarbijal õiguskaitset taotletava kujutiskaubamärgi nägemisel tekkida ekslikud arusaamad ning tarbija võib leida, et:

- markeeritud kauba näol on tegemist vaidlustaja uue kaubaga (nt seniste toodete edasiarendusega, mida tähistatakse ühtlasi väga sarnase kaubamärgiga või uue tootega, mis on suunatud Eesti turule vmt);
- markeeritud tooted pärinevad vaidlustajaga seotud firmalt;
- markeeritud toodet pakutakse ja/või toote kvaliteet on tagatud vaidlustaja poolt.

Euroopa registreerimis- ja kohtupraktika kohaselt ongi selliste asjaolude esinemisel (st et tarbijad usuksid, et kaupu pakutakse vaidlustaja poolt, loal või kontrolli all) tegemist kaubamärkide äravahetamise tõenäosusega asjaomaste tarbijate seas, sealhulgas taotletava tähise assotsieerumisega varasemate kaubamärkidega.

Kohtupraktika kohaselt on kaubamärgid sarnased, kui need on asjaomase avalikkuse silmis ühest või mitmest olulisest aspektist vähemalt osaliselt samased (T-6/01, p 30; T-168/04, p 91). Peaaegu identse kujunduselemendi ehk panda kujutise olemasolu võrreldavate kaubamärkide koosseisus võib tekitada

tarbijas assotsiatsiooni varasema, talle juba tuntud, teise ettevõtja poolt kasutatavate Panda seeria kaubamärkidega.

Nii varasemate kujutiskaubamärkide kui ka vastandatud kaubamärgi domineeriv ning eristusvõimeline element on panda koos oksaga. Pandakaru kujutis langeb kokku varasemate Panda seeria kaubamärkide kujundusega, st neil on sarnased kontuurid, ülesehitus ja värvikombinatsioon. Kui tähiste üks eraldi ära tuntav element langeb kokku või kui neil on sarnased kontuurid ja värvikombinatsioon, on tõenäoline, et leitakse visuaalne sarnasus. Kujutiskaubamärkide puhul on tähised visuaalselt sarnased, kui mõni nende element kattub – käesoleval juhul on kattuvaks elemendiks panda kujutis. Seega on võrreldavad kaubamärgid visuaalselt sarnased.

Ilma sõnaliste elementideta kujutismärki kui sellist ei saa välja hääldada. Parimal juhul saab selle visuaalset või kontseptuaalset sisu suuliselt kirjeldada (T-424/10, p 46). Käesoleval juhul, kui kirjeldada taotleja kaubamärki ja vaidlustaja varasemaid kujutiskaubamärke kontseptuaalselt [*panda*], ning varasemaid sõnalist [*panda*] ning kombineeritud tähist [*panda*], siis on võrreldavate märkide näol tegemist foneetiliselt identse tähistega.

Kaks tähist on kontseptuaalselt identsed või sarnased, kui nende semantilist sisu tajutakse sama või analoogsena (C-251/95, p 24). Kui kaubamärgid koosnevad kujutisosadest ja/või kujunditest või sisaldavad kujutisosi ja/või kujundeid ning kujutavad samu või sarnaseid objekte või ideid, on tähised kontseptuaalselt identsed või sarnased (vt T-168/04, C-488/06; R0703/2011-2; R1107/2010-2 jne). Antud juhul on võrreldavad kaubamärgid kontseptuaalselt identsed, sest märkidel on kujutatud sama loom (panda) kas siis kujunduslikult või sõnaliselt.

Tulenevalt eeltoodust on vaidlustaja seisukohal, et taotleja kujutiskaubamärk on nii visuaalselt, foneetiliselt kui ka kontseptuaalselt eksitavalt sarnane vaidlustaja registreeritud Panda seeria kaubamärkidega ning taotleja kaubamärk meenutab vaidlustaja varasemaid tähiseid sedavõrd lähedaselt, mistõttu tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade päritolu suhtes.

Kaubamärkidega kaetud kaupade samaliigilisuse analüüsimisel on Euroopa Kohus asunud seisukohale, et hinnates kaupade samaliigilisust, tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid tegureid, mis iseloomustavad kaupade vahelisi seoseid. Antud tegurid hõlmavad sealhulgas võrreldavate kaupade olemust, lõpptarbijaid ja kasutusviisi ning kas nad on üksteise suhtes konkureerivad või üksteist asendavad (C-39/97, p-d 19 ja 23).

Samuti on Riigikohus 3.10.2007 otsuses nr 3-2-1-86-07 selgitanud, et kaupade samaliigilisuse hindamisel tuleb arvestada kõiki kaupadega seotud aspekte, sh nende olemust, nende lõpp-tarbijaid, nende kasutusviisi, kaubamärgi kasutamise tekkivaid assotsiatsioone, kaubamärkide ja kaupade sarnasuse astet ning kas need on üksteist asendavad või täiendavad. Piisab ka üksnes ühe tunnuse esinemisest, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada kaupu samaliigilisteks.

Võrreldavate kaubamärkide loeteludes olevad kaubad on valdavalt osalt identsed, osalt samaliigilised:

Varasemad kaubamärgid	Vaidlusalune kaubamärk	Identsus / samaliigilisus
<i>kohv, tee, kakao, kohvi aseained</i>	<i>kohv, tee, kakao, kohvi aseained</i>	identsed
<i>pärm, küpsetuspulber</i>	<i>pärm, küpsetuspulber</i>	identsed
<i>riis</i>	<i>riis</i>	identsed
<i>suhkur, mesi, suhkrusiirup</i>	<i>suhkur; mesi, siirup</i>	identsed
<i>sool, sinep; äädikas, kastmed (vürtsid); vürtsid</i>	<i>sool; sinep; äädikas, maitsekastmed; vürtsid</i>	identsed

<i>tapiokk, saago, jahu ja teraviljast valmistatud tooted, leib-sai, kondiitritooteid, maiustused ja vööbad; ravitoimeta maiustused, lagritsa-maiustused; šokolaad</i>	<i>tapiokk, saago; jahu ja teraviljast valmistatud tooted; leib, jäätised, jää, kondiitritooteid ja maiustused</i>	osalt identsed, osalt samaliigilised
--	--	--------------------------------------

Kuna tegemist on osalt identsete, osalt samaliigiliste kaupadega, siis nende turustuskanalid on samad ning võrreldavate tähistega markeeritud tooted asetsevad teineteise vahetus läheduses. Samuti on samad nende kaupade olemus, lõppkasutajad ning kasutamise meetod. Tegemist on konkureerivate ja ka üksteist asendavate või täiendavate kaupadega. Seega, lähtudes eeltoodust, leiab vaidlustaja, et taotleja kujutiskaubamärgiga tähistatud kaubad on vaidlustaja kaubamärkidega tähistatud kaupadega valdavalt osalt identsed, osalt samaliigilised.

Riigikohus on lahendis 3-2-1-4-06 märkinud, et KaMS § 10 lg 1 p-s 2 nimetatud juhul piisab kaubamärgi äravahetamise tõenäosusest, see ei pea olema reaalselt toimunud. Kaubamärkide sarnasuse hindamisel tuleb arvestada kõikide asjaolude vastastikust sõltuvust, esmajoones kaubamärkide identsuse/sarnasuse ning tähistatavate kaupade samaliigilisuse vahel.

Üldtunnustatud praktika kohaselt (Euroopa Kohtu otsus nr C-39/97; komisjoni otsused nr 830-o ja nr 999-o jt) on märkide sarnasus ning kaupade samaliigilisus omavahelises seoses selliselt, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peavad olema nendega tähistatud kaubad ning vastupidi. See tingimus hoiab ära kaubamärkide äravahetamise ning assotsieerumise. Praegusel juhul seda tingimust täidetud ei ole.

Tulenevalt eeltoodust on vaidlustusavalduse esitaja seisukohal, et tarbijad, nähes poes taotleja kaubamärgiga tähistatud kaupu, võivad ekslikult eeldada, et tegemist on vaidlustusavalduse esitaja toodetega. Seega, võrreldavad kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased ja assotsieeruvad ning nendega tähistatavad kaubad on valdavalt identsed, osalt samaliigilised.

KaMS § 41 lg 2 kohaselt võib asjast huvitatud isik komisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile KaMS § 9 lg-s 1 või §-s 10 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul. Vaidlustatud kaubamärgile õiguskaitse andmine klassis 30 taotleja nimele kahjustab varasemate kaubamärkide omaniku ainuõigust Eesti Vabariigis. Eeltoodust tulenevalt on vaidlustaja asjast huvitatud isik KaMS § 41 lg 2 tähenduses.

Eeltoodule tuginedes ning juhindudes KaMS § 10 lg 1 p 2, KaMS § 41 lg 2 ja KaMS § 41 lg 3 palub vaidlustaja tühistada Patendiameti otsus registreerida rahvusvahelise kujutiskaubamärk (rahvusvaheline reg nr 1315700) taotleja nimele klassis 30 ja kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud väljavõtte Eesti Kaubamärgilehest 7/2017 reg nr 1315700 kohta; väljavõtte EUIPO andmebaasist reg nr 008684961 kohta; väljavõtte EUIPO andmebaasist reg nr 010398618 kohta; väljavõtte EUIPO andmebaasist reg nr 008285942 kohta; väljavõtte EUIPO andmebaasist reg nr 008285165 kohta; Orkla Confectionery & Snacks Finland Ab volikiri; maksekorraldus nr 1323 / 04.09.2017

2) Komisjon edastas 15.09.2017 vaidlustusavalduse Patendiametile, palvega teavitada taotlejat vaidlustusavaldusest ja määrata endale esindaja hiljemalt 15.12.2017. Taotleja ei ole endale tähtjaks esindajat nimetanud ega kasutanud oma õigust menetluses osaleda.

3) Vaidlustaja esitas 19.09.2018 oma lõplikud seisukohad, milles jäi oma varasemalt esitatud seisukohtade juurde. Lisaks viitab vaidlustaja komisjoni praktikale (apellatsioonikomisjoni otsused nr

1214-o, 1291-o, 1288-o, 1252-o, 1165-o, 1162-o, 1106-o, 1317-o, 1154-o, 1473-o, 1484-o, 1509-o, 1655-o, 1659-o, 1712-o jne), milles on muuhulgas kinnistunud seisukoht, et juhul kui taotleja ei ole komisjonile vaidlustusavalduse suhtes seisukohti esitanud, puudub taotlejal tegelik huvi oma võimalike õiguste kaitseks, mis annab alust eeldada, et taotleja on loobunud kaubamärgi kaitsmisest Eestis. Ka käesoleval juhul on taotleja ilmselgelt loobunud kaubamärgi kaitsmisest Eestis. Nimetatud kaubamärgi taotleja ei ole esitanud komisjonile vaidlustaja seisukohti ümberlukkavaid või kahtluse alla seadvaid argumente, mistõttu vaidlustaja viitab TsMS § 231 lg-le 4, mille kohaselt eeldatakse vastaspoole omaksvõttu, kuni vastaspool ei vaidlusta faktilise asjaolu kohta esitatud väidet selgesõnaliselt ja vaidlustamise tahe ei ilmne ka poole muudest avaldustest. Vaidlustaja leiab, et kujutiskaubamärgi registreeringu 1315700 taotleja on käesolevas asjas omaks võtnud kõik faktilised asjaolud, millele vaidlustusavalduse esitaja on nimetatud õiguskaitset välistava asjaolu osas tuginenud.

4) Komisjon alustas 08.05.2018 asjas 1728 lõppmenetlust.

Komisjoni seisukohad

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

Taotleja ei ole endale esindajat nimetanud, menetluses aktiivselt osalemise õigust kasutanud ega vaidlustaja seisukohtadele vastuväiteid esitanud. Ei saa eeldada, et taotleja, kes kogu komisjoni menetluse jooksul ei ole esitanud ühtegi vastuargumenti vaidlustaja seisukohtadele, üldse soovib neile vastu vaielda. Tulenevalt tööstusomandi õiguskorralduse aluste seadus (TÕAS) § 51 lg-st 4 ja § 54¹ lg-st 5 ei ole see, et taotleja ei ole vaidlustusavaldusele vastanud ega esitanud komisjonile vaidlustusavalduse kohta seisukohti, käesolevas asjas otsuse tegemist takistavaks asjaoluks.

Vaidlustaja leiab, et rahvusvahelise kujutiskaubamärgi nr 1315700 registreerimine taotleja nimele klassi 30 kaupade osas on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2

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.

Vaidlustaja on vastandanud talle kuuluvad järgmised klassi 30 kaupade osas kaitset omavad Ühenduse kaubamärgid:

- PANDA (nr 008684961), taotluse kuupäev 13.11.2009;
- Panda + kuju (nr 010398618), taotluse kuupäev 18.11.2011;
- kujutiskaubamärk nr 008285942, taotluse kuupäev 07.05.2009;
- kujutiskaubamärk nr 008285165, taotluse kuupäev 07.05.2009

Vaidlustatud kujutiskaubamärgi (rahvusvaheline reg nr 1315700) rahvusvahelise registreeringu kuupäev on 17.06.2016. Seega on vaidlustaja Ühenduse kaubamärgid taotleja kaubamärgist varasemad.

Kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega. Üldine hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente.

Komisjon nõustub vaidlustajaga selles, et vastandatud kaubamärkide domineerivaks ja eristusvõimeliseks osaks on panda karu kujutis.

Komisjon nõustub ka vaidlustusavalduses toodud muude argumentidega võrreldavate kaubamarkide, kaupade ja teenuste sarnasuse kohta ja sellega, et vaidlustusavalduses toodud asjaoludel võivad tarbijad võrreldavaid kaubamärke segamini ajada KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduseses. Komisjon ei pea vajalikuks vaidlustaja põhjendusi korrata. Taotleja ei ole komisjonile esitanud vaidlustaja põhjendusi ümberlökkavaid või kahtluse alla seadvaid seisukohti ega tõendeid.

Käesolevas asjas ei ole tuvastatud asjaolusid, mis välistaksid vaidlustusavalduse rahuldamata jätmise vaatamata asjaolule, et taotleja ei ole vaidlustusavaldusele vastuväiteid esitanud ning seega võib teda lugeda vaidlustaja seisukohtadega nõustunuks. Lähtudes kõigest eeltoodust kuulub vaidlustusavaldus rahuldamisele.

Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks TÕAS § 61 lg-d 1 ja 2, KaMS § 10 lg 1 p 2 ning § 41 lg 3, komisjon

o t s u s t a s:

vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kujutiskaubamärgi (RV reg nr 1315700) registreerimise kohta „Grand Candy“ LLC nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust 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:

M. Tähepõld

T. Kalmet

H.-K. Lahek