

PATENDIAMET TÖÖSTUSOMANDI APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1823-o

Tallinn, 30.11.2020

**Avaldus nr 1823 – kaubamärgi „NEO“
(taotlus nr M201800484)
registreerimise osaline vaidlustamine**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Sulev Sulsenberg (eesistuja), Priit Lello ja Hanna Teppan, vaatas kirjalikus menetluses läbi Liechtensteini juriidilise isiku BACARDI & COMPANY LIMITED vaidlustusavalduse Raimo Hubergi kaubamärgi „NEO“ (taotlus nr M201800484) registreerimise vastu klassis 33.

Asjaolud ja menetluse käik

01.07.2019 esitas BACARDI & COMPANY LIMITED (edaspidi ka vaidlustaja või Bacardi; esindaja patendivolinik Olga Treufeldt) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi ka komisjon) vaidlustusavalduse (edaspidi ka avaldus), milles vaidlustatakse R. Hubergi (edaspidi ka taotleja) kaubamärgi „NEO“ (taotlus nr M201800484; taotluse esitamise kuupäev 14.05.2018) registreerimine osaliselt, s.o klassis 33 loetletud järgmiste kaupade tähistamiseks:

Alkoholijoogid, v.a õlu; piiritusjoogid ja kanged alkoholjoogid; vein; kangestatud veinid; vahuveinid; siider; madala alkoholisisaldusega joogid.

Vaidlustaja peab taotleja kaubamärgile „NEO“ (taotlus nr M201800484) klassis 33 õiguskaitses andmist ebaseaduslikuks ning oma õigusi ja seaduslikke huvisid rikkuvaks, kuivõrd vaidlustaja nimele on registreeritud rahvusvaheline Euroopa Liidus (EL) kehtiv kaubamärk „FACUNDO NEO + kuju“ (reg nr 1186339; õiguskaitses alates 02.10.2013) järgmiste klassi 33 kaupade osas:

Alcoholic beverages, except beers and wines. [vaidlustaja tõlge eesti keelde: *Alkohoolsed joogid (v.a õlu) ja veinid.*]

Vaidlustaja märgib, et tema näol on tegemist juba 1862. aastal loodud ning tänaseks maailma suurima alkohoolseid jooke tootva eraettevõttega. Bacardi toodab ja turustab paljusid rahvusvaheliselt tunnustatud kvaliteetjooke, tootevalikus on üle 200 tootemärgi ja nimetuse, sh maailma populaarseim rumm BACARDI, maailma juhtiv vermut MARTINI, maailma juhtiv *super premium* viin GREY GOOSE, Ameerika Ühendriikides enim müüdav Šoti viski DEWAR'S Blended Scotch, maailma hinnatuim kvaliteetdžinn BOMBAY SAPPHIRE ja teised juhtivad tootemärgid. Vaidlustaja leiab, et taotleja kaubamärgi registreerimine on vastuolus kaubamärgiseaduse (KaMS) § 10 lg 1 p-ga 2.

Vaidlustaja leiab, et tema kaubamärgil „FACUNDO NEO + kuju“ on registreeringust tulenev kaitse kaupade suhtes, mille tähistamiseks soovib taotleja kaitset kaubamärgile „NEO“, s.o taotleja kaubad on identsed võrreldes vaidlustaja vastandatud kaubamärgiga hõlmatud kaupadega. Kuivõrd taotleja taotleb oma kaubamärgile kaitset identsete kaupade tähistamiseks, ei täida vaidlustaja hinnangul taotleja kaubamärk KaMS §-s 3 sätestatud kaubamärgi eristavat funktsiooni.

Vaidlustaja leiab, et võrreldavad kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased ja assotsieeruvad. Viidates Euroopa Kohtu praktikale (C-342/97, p 17) märgib vaidlustaja, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosus on risk, et avalikkus võib uskuda, et kaubad ja teenused tulevad samalt ettevõtelt või temaga majanduslikult seotud ettevõtelt. Seejuures tuleb arvestada asjaoluga, et keskmisel tarbijal on harva võimalust teostada otsest erinevate märkide võrdlust ning ta peab usaldama talle neist meelde jäänud kujutist. Sisuliselt kasutab tarbija umbmäärast mälestust. Vaidlustaja osutab ka, et Euroopa Kohtu praktikas on leitud, et äravahetamise tõenäosust peab

Adress:
Toompuiestee 7
15041 Tallinn

Telefon:
627 7942
e-mail: toak@epa.ee

Faks:
645 1342
<http://toak.epa.ee/>

hindama globaalselt, võttes arvesse kõiki tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega (C-251/95, p 22). Globaalne hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljel, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente. Seejuures määratleb kaubamärkide assotsieerumise tõenäosus kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse ulatuse (C-251/95, p 18).

Vaidlustaja lisab, et kohtu ja komisjoni praktikas on kinnistunud ka põhimõte, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel on märkide sarnasus ja kaupade ning teenuste sarnasus omavahelises vastastikususes seoses selliselt, et mida sarnasemad on võrreldavad kaubad, seda erinevamad peavad olema neid eristavad kaubamärgid, ning vastupidi (Euroopa Kohtu otsus C-39/97, p 17; komisjoni otsused nr 830-o, nr 999-o, nr 988-o; nr 1196-o). Vaidlustaja hinnangul tuleb seega käesoleval juhul kaubamärkide võrdluses suhtuda eriti kriitiliselt, kuivõrd võrreldavad kaubad on identsed.

Vaidlustaja leiab, et tema varasem kaubamärk on domineerivat sõnalist osa „NEO“ sisaldav kaubamärk. Sõna „NEO“ on vaidlustaja hinnangul selgelt eristuv osa, mis on tarbijale üheselt tajutav ning domineeriv. Lisatud kujunduslikud elemendid üksnes rõhutavad täiendavalt sõnalise osa dominantsust. Vaidlustaja märgib, et tema varasem kaubamärk on kombineeritud märk, mis koosneb pudelikujutisest ning sõnalisest osast „FACUNDO NEO“, kusjuures sõna „NEO“ asetseb kaubamärgi keskel. Kui vaadelda ainult kaubamärgi sõnalisi elemente, siis asetseb sõna „NEO“ teiste sõnade suhtes samuti keskel, olles seejuures märkimisväärselt suurem ülejäänud sõnaliste elementidega võrreldes. Sõnade „FACUNDO“ ning „SILVER“ kirjatüüp on väga väike ning need sõnad on vaidlustaja hinnangul vaevu loetavad ning seetõttu vähem endale tähelepanu tõmbavad. Kaubamärgi sõnalist elementi „NEO“ peab vaidlustaja visuaalselt silmatorkavaks nii selle tõttu, et see on oluliselt suurem, kui ka selle tõttu, et see on lühike (kolmest tähest koosnev) ning seetõttu kergesti meelde jääv ning hääldatav. Tulenevalt eeltoodust võib vaidlustaja hinnangul kindlalt väita, et sõnaline element „NEO“ on kaubamärgi domineerivaks ning identifitseerivaks elemendiks ning suure tõenäosusega koondab tarbija oma tähelepanu just sõnalisele elemendile „NEO“.

Vaidlustatav taotleja kaubamärk on sõnaline märk ning koosneb vaid ühest elemendist – sõnast „NEO“ –, mis sisaldub identsena varasemas kaubamärgis. Seega on kahe kaubamärgi ühiseks osaks sõna „NEO“. Vaidlustaja osutab siinkohal Euroopa Liidu Kohtu praktikale, mille kohaselt on kombineeritud kaubamärkide puhul just sõnaline osa oluline, kuna just see annab kogu kaubamärgile tarbijate poolt koheselt tajutava identiteedi (T-312/03). Vaidlustaja on seisukohal, et seega tuleb käesoleval juhul vaidlustatud kaubamärgi ja vastandatud kaubamärkide võrdlemisel aluseks võtta just identifitseerivad sõnalised osad „NEO“ ja „NEO“. Vaidlustaja hinnangul nähtub sellest, et tegemist on tervikuna äärmiselt sarnaste kaubamärkidega, mille puhul on tarbija eksitusse sattumise tõenäosus eriti suur.

Vaidlustaja leiab, et piisavalt informeeritud ning mõistlikult tähelepanelikule ja hoolsale tarbijale on visuaalselt koheselt tuvastatav tähistes sõna „NEO“ kokkulangevus. Varasemas kaubamärgis sisalduva pudeli kujutise näol on vaidlustaja hinnangul tegemist tavapärase pudeli kujuga, mis ei lisa kaubamärgile kui tervikule eristatavust ega originaalsust. Ka varasema kaubamärgi pudeli kujutisel sisalduvad kirjed „FACUNDO“ ja „SILVER“ jäävad vaidlustaja hinnangul sõnaga „NEO“ võrreldes selgelt tahaplaanile ning teisejärguliseks. Sõnalisi elemente „NEO“ tuleb võrreldavates kaubamärkides seevastu pidada visuaalselt väga sarnasteks, kuna varasemas kombineeritud märgis on vaadeldav sõnaline element kergesti äratuntav, loetav ning domineeriv ega erine märkimisväärselt stiili poolest hilisemast sõnalisest märgist „NEO“. Vaidlustaja peab siinkohal oluliseks märkida, et kuigi vaidlustatud kaubamärgi „NEO“ näol on tegemist sõnalise tähisega, taotletakse kõnealusele kaubamärgile kaitset alkohoolsete jookide tähistamiseks, mistõttu on selge, et neid kaupu on võimalik müüa ainult pakendatud kujul, milleks on arvatavasti pudel.

Vaidlustaja leiab ka, et kuigi tema kaubamärgi sõnaline osa on registris esitatud kujul „FACUNDO NEO“, on dominantseks osaks ikkagi sõna „NEO“, mistõttu häälduslikult on tähised selgelt identsed.

Vaidlustaja märgib, et visuaalselt ja foneetiliselt sisaldub taotleja kaubamärk „NEO“ täielikult vaidlustaja kaubamärgis. Kujunduslikust aspektist ei pea vaidlustaja enda ja taotleja tähiseid otseselt võrreldavateks, kuna taotleja kaubamärgi puhul on tegemist sõnamärgiga. Samas leiab vaidlustaja, et tema kaubamärgis sisalduval sõnal „NEO“ puuduvad kujunduslikud jooned – sõnaline osa „NEO“ on kujutatud suurtähtedega standardkirjas. Vaidlustaja leiab, et kuna element „NEO“ on tema kaubamärgi eristatav ja domineeriv osa, on keskmise tarbija kõrgendatud tähelepanu tõenäoliselt pööratud just sellele elemendile ning see on ka varasema kaubamärgi meelde jääv element.

Vaidlustaja rõhutab täiendavalt, et toetudes juba eelnevalt viidatud kohtupraktikale tuleb kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse esinemist pidada seda suuremaks, mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk. Käesoleval juhul on tulenevalt võrreldavate kaubamärkide domineerivate

elementide identsusest ning ka tähistega kaetud kaupade identsusest kaubamärkide äravahetamise tõenäosus vaidlustaja hinnangul eriti suur.

Vaidlustaja leiab ühtlasi, et ta on KaMS § 41 lg 2 tähenduses asjast huvitatud isik taotleja kaubamärgi vaidlustamiseks, kuivõrd kaubamärgile „NEO“ õiguskaitsese andmine klassis 33 kahjustab vaidlustaja kui varasema kaubamärgi omaniku ainuõigust keelata õiguskaitsese saanud kaubamärgiga „FACUNDO NEO + kuju“ sarnase kaubamärgi kasutamist Eesti Vabariigis. Vaidlustaja lisab, et on oma kaubamärki Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EL) 2017/1001 artikli 18 tähenduses ka kasutanud.

Eeltoodule tuginedes palub vaidlustaja komisjonil tühistada Patendiameti otsus kaubamärgile „NEO“ klassis 33 kaitsese andmise kohta ning teha Patendiametile ettepanek jätkata menetlust kaubamärgi „NEO“ asjas komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisaks riigilõivu tasumise maksekorraldusele lisatud väljavõtte Eesti Kaubamärgilehest nr 5/2019 ning väljatrükk Patendiameti kaubamärkide andmebaasist taotleja kaubamärgi kohta, väljatrükkid Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) kaubamärkide andmebaasist ja Ülemaailmse Intellektuaalse Omandi Organisatsiooni (WIPO) rahvusvahelisest andmebaasist vaidlustaja kaubamärgi kohta, väljatrükk Vikipeediast vaidlustaja kohta.

16.07.2019 võttis komisjon vaidlustusavalduse menetlusse ja üritas 2019. a juulist 2020. a jaanuarini avaldust neljal korral taotlejale kätte toimetada, kasutades selleks komisjonile teadaolevaid taotleja kontaktandmeid. Kuivõrd komisjonil puudus kindlus, et taotleja on avalduse kätte saanud, toimetab komisjon **31.03.2020** avalduse taotlejale kätte avalikult, avaldades sellekohase teate Ametlikes Teadaannetes (tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 48¹ lg 4, tsiviilkohtumenetluse seadustiku (TsMS) § 317 lg 5). Teates teavitati taotlejat muu hulgas komisjoni kontaktandmetest, mille kaudu saab komisjoniga ühendust kõigi avalduse materjalidega tutvumiseks, ning sellest, et taotleja peab hiljemalt 22.06.2020 komisjonile kirjalikult teatama, kas ta vaidleb avaldusele vastu. Taotleja ei ole komisjoniga ühendust võtnud ega teatanud avaldusele vastu vaidlemise soovist.

26.06.2020 andis komisjon vaidlustajale vastavalt TÕAS § 48³ lõikele 1 kahekuulise tähtaja vaidlustusavalduse põhjenduste ja tõendite esitamiseks või täiendamiseks.

26.08.2020 esitas vaidlustaja komisjonile täiendavad seisukohad, milles teatas, et vaidlustaja jääb kõigi 01.07.2019 vaidlustusavalduses esitatud põhjenduste, argumentide ja nõuete juurde ning palub vaidlustusavalduse rahuldada, tühistada Patendiameti otsuse kaubamärgile „NEO“ klassis 33 kaitsese andmise kohta ning keelduda kaubamärgile „NEO“ klassis 33 kaitsese andmisest.

Vaidlustaja märgib, et käesoleval juhul puudub mõistlik vaidlus varasema õiguse vaidlustajale kuulumise osas, s.o vaidlustaja on saavutanud oma kaubamärgile „FACUNDO NEO + kuju“ õiguskaitsese enne kaubamärgi „NEO“ registreerimise taotluse kuupäeva. Vaidlustaja hinnangul ei ole kahtlust ka võrreldavate kaupade identsuses, s.o mõlema kaubamärgiga on kaetud identsed kaubad klassis 33. Samuti leiab vaidlustaja jätkuvalt, et tulenevalt sõna „NEO“ kokkulangevusest võrreldavates kaubamärkides, on tegemist visuaalselt ja foneetiliselt äärmiselt sarnaste tähistega. Sõna „NEO“ on peamine element, mis tarbijate tähelepanu köidab. Kirjed „FACUNDO“ ja „SILVER“ vaidlustaja kaubamärgis jäävad sõnaga „NEO“ võrreldes selgelt tahaplaanile ja teisejärguliseks. Vaidlustaja leiab, et kuna element „NEO“ on vaidlustaja kaubamärgi eristatav ja domineeriv osa, on keskmise tarbija kõrgendatud tähelepanu tõenäoliselt pööratud just sellele elemendile ning see on ka varasema kaubamärgi meeldejääv element.

Eeltoodust nähtub vaidlustaja hinnangul, et tegemist on tervikuna äärmiselt sarnaste kaubamärkidega, mille puhul on tarbija eksitusse sattumise tõenäosus eriti suur. Mida eristusvõimelisem on seejuures varasem kaubamärk, seda suurem on tõenäosus kaubamärkide äravahetamiseks. Vaidlustaja leiab, et tema kaubamärgi kõrget eristusvõimet ning sellega seonduvalt hilisema märgi suuremat äravahetamise tõenäosust varasema kaubamärgiga kinnitavad ka vaidlustaja täiendavatele seisukohtadele lisatud tõendid vaidlustaja kaubamärgiga tähistatud toodete turustamise kohta Prantsusmaal, Ühendkuningriigis, Saksamaal, Austrias, Šveitsis ja Itaalias. Seejuures leiab vaidlustaja, et kuivõrd tema kaubamärgi näol on tegemist Euroopa Liidus kaitses omava rahvusvahelise kaubamärgiga, kinnitavad esitatud tõendid ühtlasi ka vaidlustaja kaubamärgi kasutamist Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EL) 2017/1001 artikli 18 tähenduses. Laialdane ning aktiivne kasutamine suurendab vaidlustaja hinnangul oluliselt vaidlustatud kaubamärgi äravahetamise tõenäosust varasema vastandatud märgiga.

Kokkuvõtlikult leiab vaidlustaja, et käesoleval juhul on tulenevalt võrreldavate kaubamärkide domineerivate elementide identsusest ning ka tähistega kaetud kaupade identsusest kaubamärkide äravahetamise tõenäosus eriti suur. Seega on täidetud kõik KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise tingimused.

Vaidlustaja täiendavatele seisukohtadele on lisatud väljatrükid veebilehtedelt www.whisky.fr, www.lacompagniedurhum.com, www.diffordsguide.com, www.thewhiskeyexchange.com, www.expert24.com, www.real.de, www.drinks.ch ja www.spiritacademy.it vaidlustaja toote „NEO“ kasutamise kohta.

17.11.2020 alustas komisjon avalduse lõppmenetlust.

Komisjoni seisukohad ja otsus

Komisjon, tutvunud menetluses esitatud seisukohtadega ning hinnanud tõendeid kogumis, leiab järgmist.

Käesolevas asjas on vaidlustatud kaubamärk „NEO“ (taotlus nr M201800484), mille taotluse esitamise kuupäev on 14.05.2018. Patendiameti tehtud otsuse peale esitatud kaebuse või vaidlustusavalduse lahendamisel ning otsuse tühistamise korral uue otsuse tegemisel taotluse kohta, mis on esitatud enne 2019. aasta 1. aprilli ja mille kohta on tehtud otsus pärast 2004. aasta 1. maid, kohaldatakse alates 01.04.2019 kehtiva KaMS § 72 lg 14 kohaselt taotluse esitamise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist. Seega kuulub käesolevas asjas kaubamärgi õiguskaitsset välistavate asjaolude tuvastamise osas kohaldamisele kaubamärgiseadus selle 14.05.2018 kehtinud redaktsioonis. Menetlusnormide osas kuuluvad samas kohaldamisele kehtivad tööstusomandialased õigusaktid, sh KaMS ja TÕAS nende käesoleval ajal kehtivates redaktsioonides.

Vaidlustaja on taotleja kaubamärgi „NEO“ registreerimise vaidlustanud tuginedes KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud õiguskaitsset välistavatele asjaoludele. Kaubamärgi „NEO“ taotluse esitamise kuupäeval 14.05.2018 kehtinud KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt ei saa õiguskaitsset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitsse identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Taotleja kaubamärgile vastandatud varasema õigusena tugineb vaidlustaja oma rahvusvahelisele kaubamärgile „FACUNDO NEO + kuju“ (reg nr 1186339), millel on Eestis õiguskaitsse tulenevalt selle registreeritusest EL-i kaubamärgina. Kuigi vaidlustaja on vaidlustusavalduses määratlenud oma kaubamärgi õiguskaitsse alguse kuupäevana 02.10.2013 (mis on ühtaegu nii kaubamärgi rahvusvahelise registreeringu kui ka EL-i märkimise kuupäev), leiab komisjon, et tegelikult on vaidlustaja kaubamärgi õiguskaitsse algus veelgi varasem – EUIPO kaubamärgiregistreeringu nr 1186339 andmetest nähtuvalt on vaidlustaja kaubamärgil ka prioriteedikuupäev, milleks on 19.06.2013. Nii või teisiti on vaidlustaja kaubamärk varasem taotleja kaubamärgi taotluse esitamise kuupäevast (KaMS § 11 lg 1 p-d 4, 6).

Võrreldavate kaubamärkide reproduktsioonid koos nendega hõlmatud asjassepuutuvate kaupadega on järgmised:

Vaidlustaja kaubamärk

Taotleja kaubamärk



NEO

Klass 33: *Alcoholic beverages, except beers and wines.*

Klass 33: *Alkoholijoogid, v.a õlu; piiritusjoogid ja kanged alkoholjoogid; vein; kangestatud veinid; vahuveinid; siider; madala alkoholisisaldusega joogid.*

Komisjon nõustub vaidlustaja seisukohtadega võrreldavate kaubamärkide sarnasuse kohta. Kooskõlas Euroopa Liidu Kohtu praktikaga peab kaubamärkide sarnasuse hindamine põhinema kaubamärkidest tekkival üldmuljel, võttes eriti arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi. Seejuures tajub keskmine tarbija üldjuhul kaubamärki tervikuna ega analüüsi selle erinevaid detaile (Euroopa Kohtu otsus C-251/95, p 23). Samuti tuleneb kohtupraktikast, et kui kaubamärk on moodustatud nii sõnalistest kui kujunduslikest elementidest, on sõnaline osa eristusvõimelisem kui kujunduslik osa, kuna keskmisel tarbijal on kaubale lihtsam viidata selle nime välja öeldes, kui selle kujutisosa kirjeldades (Euroopa Üldkohtu otsus T-312/03, p 37).

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et tema varasema kaubamärgi domineeriv element on sõnaline osa „NEO“. Sõna „NEO“ on vaidlustaja kaubamärgi muude elementide taustal selgelt eristuv, seega ka tarbijatele üheselt tajutav. Kuigi vaidlustaja kaubamärk sisaldab veel teisi sõnalisi elemente – „FACUNDO“ ja „SILVER“ –, on nende kirjatüüp sõnaga „NEO“ võrreldes oluliselt väiksem ning need on seetõttu vähem tähelepanu tõmbavad. Võib pidada tõenäoliseks, et tarbija, soovides osta vaidlustaja kaubamärgiga tähistatud klassi 33 kaupu või neile kaupadele viidata, teeb seda eelkõige sõna „NEO“ kasutades.

Võttes arvesse, et taotleja kaubamärgis on sõna „NEO“ ainus ning seega ka domineeriv element, on käesolevas asjas võrreldavad kaubamärgid komisjoni hinnangul visuaalselt, foneetiliselt ja semantiliselt väga sarnased.

Samuti leiab komisjon, et käesolevas asjas võrreldavad klassi 33 kaubad on identsed ja samaliigilised. Vaidlustaja on eksinud oma kaubamärgiga „FACUNDO NEO + kuju“ hõlmatud klassi 33 kaupade loetelu tõlkimisel eesti keelde, tõlkides need kui *alkohoolsed joogid (v.a õlu) ja veinid*. Kaubamärgi õiguskaitse ulatusele vastav ingliskeelse loetelu tõlge on *alkohoolsed joogid, v.a õlu ja vein*. Komisjon leiab siiski, et tegemist ei ole sellise eksimusega, mis välistaks KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise. Vaidlustaja kaubamärgi kaupade loetelu korrektsest eestikeelsest tõlkest nähtub, et kõik taotleja kaubad ei ole küll vaidlustaja kaupadega identsed, kuid ka kaubad, mis identsed ei ole, on siiski vaidlustaja kaupadega samaliigilised.

Võttes arvesse taotleja kaubamärgi „NEO“ sarnasust vaidlustaja kaubamärgiga „FACUNDO NEO + kuju“ ning võrreldavate klassi 33 kaupade identsust ja samaliigilisust, leiab komisjon, et käesoleval juhul on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas taotleja kaubamärgi assotsieerumine vaidlustaja varasema kaubamärgiga KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses. Vaidlustusavaldus kuulub seega rahuldamisele.

Komisjon arvestab käesolevas asjas ka seda, et taotleja ei ole komisjonile esitanud vaidlustaja seisukohti ja tõendeid ümberlukkavaid või kahtluse alla seadvaid seisukohti ega tõendeid.

Kooskõlas KaMS § 41 lõikega 3 tühistab komisjon vaidlustusavalduse rahuldamise korral Patendiameti otsuse ja teeb kaubamärgi registreerimise kohta uue otsuse. Käesolev otsus ei mõjuta taotleja kaubamärgi „NEO“ registreerimise kohta tehtud Patendiameti otsuse kehtima jäämist seoses klasside 35, 36 ja 42 teenustega, millega seonduvalt vaidlustaja ei ole taotleja kaubamärgi registreerimist vaidlustanud.

Lähtudes eeltoodust ning juhindudes TÕAS §-st 61, KaMS § 10 lg 1 punktist 2 ning § 41 lõikest 3 komisjon

o t s u s t a s:

vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi „NEO“ (taotlus nr M201800484) registreerimise kohta klassis 33 ning keelduda nimetatud kaubamärgi registreerimisest klassis 33.

Avalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada hagi kahe kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni hagi esitamisest.

Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kahe 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.

(allkirjastatud digitaalselt)

Sulev Sulsenberg

Priit Lello

Hanna Teppan