

**PATENDIAMET
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON**


Otsus nr 1829-o

Tallinn, 18.03.2022

**Avaldus nr 1829 – kaubamärgi „ERAKOND EESTI 200“
(taotlus nr M201800461) registreerimise vaidlustamine**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon (edaspidi komisjon), koosseisus Tanel Kalmet (eesistuja), Triin Muuk-Adrat, Edith Sassian, vaatas läbi **Mittetulundusühingu Eesti Kultuur 200 ja Kärt Summatavet'i** (edaspidi vaidlustajad; esindaja patendivolinik Linnar Puusepp) 2.07.2019 vaidlustusavalduse kaubamärgi „ERAKOND EESTI 200“ (taotlus nr M201800461, taotluse esitamise kuupäev 3.05.2018, avaldamise kuupäev 2.05.2019; edaspidi vaidlustatud kaubamärk) registreerimise vastu **MTÜ Eesti 200** (edaspidi taotleja; hilisem nimi MTÜ Erakond Eesti 200; esindaja patendivolinik Kärt Kuuseväli, varem Martin Jõgi) nimele klassides 16 (*paber; papp; trükised; köitematerjal; fotod; kirjatarbed; majapidamis- ja kantseleiliimid; kunstnikutarbed; pintsliid; õppematerjalid ja näitevahendid; trükitehnikad; klišeed; kirjutusmasinad; plastist pakkematerjal; lendlehed (flaierid); pisitrükised; almanahhid; graafika-trükised; kaardid; kalendrid; kataloogid; kirjutusmaterjalid; perioodilised väljaanded; plakatid; postkaardid; postmargid; raamatud; ajalehed; ajakirjad; brošüürid; prospektid*), 25 (*rõivad; jalatsid; peakatted*), 35 (*reklaam, ühiskonnateemade üldsusele teadvustamise reklaamiteenused; ärijuhtimine; kontoriteenused; majandusprognosid; statistiline teave; arvutivõrgureklaam; reklaammaterjalide levitamine; pressiülevaateteenused; reklaampindade üürimine; reklaamtekstide ettevalmistamine ja publitseerimine; reklaamiteenistus; avalikkusega suhtlemine; messide korraldamine äri või reklaami eesmärgil; äri- ja reklaamialaste konkursside korraldamine; organisatsioonide ärialane juhtimine; raamatupidamine; kõigi loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused; turu-uuringud; rahvastikuküsitlused*) ja 41 (*haridus; väljaõpe; meelelahutus; spordialane tegevus; ühiskondlike ja poliitiliste organisatsioonide ning rühmituste meelelahutuse, hariduse, kultuuri alase tegevuse korraldamine; poliitika seotud info, uudiste, kommentaaride ja artiklite avaldamine; poliitikaga seotud uudisteprogrammide teenused internetis edastamiseks; kirjastustegevus, tekstide kirjastamine ja avaldamine*).

Vaidlustajate vastandatud kaubamärgid:

Reproduktsoon	Andmed	Klassid
	Reg nr: 54336; Taotluse esitamise kuupäev: 2.12.2015; Omanik: Kärt Summatavet (vaidlustusavalduse lisa 2)	41 (<i>sümposionide korraldamine ja läbiviimine</i>)
EESTI 200	Väidetavalt üldtuntud seisuga 3.5.2018 Omanikud: vaidlustajad ühiselt	12 (<i>infolahed, sõnumilähed; lendlehed (flaierid)</i>); 35 (<i>avalikkusega suhtlemine; liikumise Eesti 200 Mälupanga idee reklaamimine; loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused; turu-uuringud; rahvastikuküsitlused</i>); 41 (<i>ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas</i>)

Adress:
Toompuiestee 7
15041 Tallinn

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

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

Menetluse käik

1) Vaidlustajad on 2.07.2019 esitanud vaidlustusavalduse, milles on leitud, et vaidlustatud kaubamärgi registreerimine on vastuolus kaubamärgiseaduse (KaMS) § 10 lg 1 p-dega 2 ja 3. Vaidlustajate algne nõue oli tühistada Patendiameti otsus registreerida vaidlustatud kaubamärk klassidesse 16, 25, 35 ja 41 kuuluvate kaupade ja teenuste osas taotleja nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustajad leidsid, et nende ülalviidatud kaubamärgid on vaidlustatud kaubamärgist varasemad. Vaidlustajad leidsid, et taotlejal puudub õigus vaidlustatud kaubamärgile, kuna see on äravahetamise ni sarnane vaidlustajate varasemate kaubamärkidega ja selle kasutamine võimaldab taotlejal ebausalt ära kasutada ja kahjustada varasemate kaubamärkide mainet ja eristusvõimet.

Vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotlus on esitatud 3.05.2018. Vaidlustajad väitsid, et nimetatud ajahetkeks olid nad kasutanud tähist „EESTI 200“ järjepidevalt juba pea kolme aasta vältel tähistamiseks tegevusi / ühiskondlikku liikumist, korraldatud üritusi ja osutatud teenuseid, mille algseks ideeks oli „algatada laiapõhjaline arutelu Visioon „Eesti 200“ loomiseks, et ükski ühiskonna tasakaalustatud arengu jaoks oluline valdkond ei kärbuks, vaid toimuks harmooniline ja ühise ühiskondliku kokkuleppe ja vastastikuse austuse vaimus toimiva visiooni "Eesti 200" täitmine. Et 100 aasta pärast oleks Eestis olemas ka need valdkonnad, mis praegu on hädaolukorras“ (lisa 3). Muu hulgas oli eesmärgiks luua Eesti 100. sünnipäevaga seoses Eesti kultuuritegijate mälu pank ja panna alus kultuurivaldkondade pikaajalisele tegevusplaanile.

Vaidlustaja K. Summatavet on algse visiooni „Eesti 200“ autor ning alates 2.12.2015 kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ (reg nr 54336) omanik. K. Summatavet kuulub alates MTÜ Eesti Kultuur 200 asutamisest 22.12.2015 ka selle juhatusse (lisa 4) ning kasutab oma kaubamärki nimetatud mittetulundusühingu kaudu selle põhikirjaliste tegevuste elluviimisel. MTÜ Eesti Kultuur 200 põhikirja p 1.3 kohaselt on ühing asutatud selleks, et aidata kaasa Eesti kultuuri sisemise jõu ja ühiskondliku kõnekuse uurimisele, hoidmisele ja edendamisele ning kultuurikeskkonna ajaloolise pärandi ja kaasaegse loomingu õhkkonna väärtustamisele. Põhikirja p 1.4 kohaselt koondab MTÜ Eesti Kultuur 200 oma tegevuse eesmärkide saavutamiseks isikuid, kes tahavad osa võtta ühingu eesmärkide saavutamisest; osaleb kultuuri ühiskondliku rolli, selle väärtustamise ja võimendamise aruteludel; kogub, analüüsib ja mõtestab kultuurialast informatsiooni; korraldab avalikke üritusi ja mõttevahetusi; aitab luua ja arendada Eesti kultuuritegijate mälu pank; korraldab koolitustegevust vastavalt seaduse nõuetele; toimetab ja annab välja internetilehekülgi, trükised, audio- ja videomaterjale ning suhtleb samalaadsete välisorganisatsioonidega (lisa 5). Eesti 200 liikumise tegevuskava ja ideed tutvustati 21.10.2015 Kultuuriministeeriumi suures saalis mitmete loomeliitude esindajatele ning 30.10.2015 toimus Eesti Kultuuri Koja konverents, kus kuulutati välja EV100 kingitus EESTI 200 (lisa 6). Nimetatud konverentsi meediapartner oli Postimees, kes tegi konverentsist otseülekanne internetis ja kajastas seda ka üleriigilises ajalehes Postimees, mainides mh ära, et toimub ka diskusioon teemal „Eesti 200: eesti kultuur 100 aasta pärast“ (lisad 7 ja 8). Nii 21.10.2015 kokusaamisel kui ka 30.10.2015 konverentsil kutsuti kultuuriinimesi üles tegema koostööd EESTI 200 liikumise raames mälu panga loomiseks, et koguda ja talletada digiarhiivis erinevate erialade suulist kultuuripärandit ja -mälu (sh süvaintervjuid kultuuritegijate erinevatest põlvkondadest) ning luua seeläbi Eesti kultuuritegijate mälu pank, et ka tulevikus oleks uurijatel võimalik suulisele unikaalsele allikale kui uurimisainesele toetuda. Informatsioon EV100 kingitusest EESTI 200 avaldati EV100 ametlikul veebilehel www.ev100.ee 2.11.2015. Kõnealune teade oli pealkirjastatud „EESTI 200“ ja sellele järgnevalt oli selgitatud, et: „Eesti Kultuuri Koda algatab Eesti Vabariigi 100. sünnipäeva tähistamiseks laiapõhjalise arutelu visiooni „Eesti Vabariik 200“ loomiseks“ (lisa 9). Sellele järgnevalt esitati vastandatud „EESTI 200 + kuju“ kaubamärki ning anti detailsem ülevaade EESTI 200 kingitusest. Muu hulgas teavitati, et Eesti Kultuuri Koda kingib oma riigile sünnipäevaks kultuurivaldkondade pikaajalise tegevusplaani, milleks algatatakse liikumine EESTI 200, mille raames alustatakse kultuuritegijate mälu panga loomist ja visiooni ettevalmistamist. Samuti märgiti, et liikumine EESTI 200, mis on sündinud kodanikualgatuse korras, kaasab tegevustesse Eesti Kultuuri Koja partnereid, loomeliite ja loojaid, ülikoole ja üliõpilasi, teadlasi ja kultuuritegelasi, erinevaid mäluasutusi, välis- ja kodumaiseid eksperte, laiemat kodanikeringi ja kogu ühiskonda. Alates kõnealuse informatsiooni avaldamisest 2.11.2015 kuni vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamiseni 3.05.2018, külastas kõnealust veebilehte 589 538 erinevat (uut) kasutajat 949 755 korral (lisa 10). Tegemist on märkimisväärselt kõrge külastatavusega. EESTI 200 liikumist, sellega seotud üritusi ja pakutavaid teenuseid tutvustati samuti 9.09.2016 toimunud seminaril „Kultuuriseltsid ja EV 100“ (lisa 11). Avaldatust nähtuvalt oli selleks hetkeks intervjueeritud juba üle 100 kultuuriinimese. 3.05.2018 seisuga oli läbi viidud 203 intervjuud 57 erinevas valdkonnas ning järgnevas perioodiks oli eelnevalt kokku lepitud veel 89 intervjuud. Iga intervjuu kestis 3,5 – 5 tundi. Lisaks ajalehe Postimees 31.10.2015 artiklile (lisa 8) on Eesti 200 liikumise tegevust enne vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamist tutvustatud korduvalt ka muus kultuuriinimestele suunatud ajakirjanduses, sh ajalehe Sirp 10.06.2016 artiklis „Sild

olnust tulevasse“, kus selgitatakse, et: „Mälupank on üheks oluliseks ettevõtmiseks selles tegevuskimbus, millele oleme andnud sümbolse nimetuse „EESTI 200“. Tahame, et see 200 kutsuks mõtlema pisut kaugemale ettepoole kui igapäevaselt oleme harjunud – kas palgapäevast palgapäevani või valimistest valimisteni“ (lisa 12); Eesti Kultuuriseltside Ühenduse 15.09.2016 ilmunud kuukirja artiklis „Seminar „Kultuuriseltsid ja EV 100“ (lisa 11); Viimsi Teataja 10.02.2017 artiklis „Kui mälu tuhmub, on tulevik tume“ koos Viimsi Rotary Klubi kutsega osaleda 4.03.2017 toimuval heategevuslikul Eesti elava väärtkunsti oksjonil Eesti kultuuritegijate Eesti 200 Mälupanga toetuseks (lisa 13); Eesti Rahva Muuseumi Sõprade Seltsi 23.05.2017 ilmunud ajakirja Lee nr 23 artiklis „Mälupank – „Hulk väikseid jõudusid“ võib palju kasulikku tööd ära teha“ (lisa 14); Eesti Kultuuriseltside Ühenduse 13.06.2017 ilmunud kuukirja artiklis „Mälupank – „Hulk väikseid jõudusid“ võib palju kasulikku tööd ära teha“ (lisa 15). Vaidlustajad väitsid, et nad on kasutanud ja tutvustanud neile kuuluvat „EESTI 200“ kaubamärki enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluste esitamist 3.05.2018 kolme aasta vältel järjepidevalt muu hulgas trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas. Tegemist on kultuurialase, ühiskondliku tegevusega, mis on seotud erinevate organisatsioonide vahelise koostööga, avalike ürituste korraldamisega, publikatsioonide avaldamisega ja tegevust puudutava informatsiooni levitamisega. Kõnealune tegevusvaldkond kuulub selgelt valdkonda, kus tegutseb vaidlustusavalduse objektiks oleva kaubamärgi taotleja MTÜ Erakond Eesti 200. Seda tunnistab üheselt ka MTÜ Erakond Eesti 200 juhatuse liige Kristina Kallas, tõesed oma 9.05.2018 vastuses avalduse esitajale, et: „Meid ühendab suur narratiiv – see on kaugemale vaatava ühiskondliku mõttejõu tekitamine. Teie tahate seda mõttejõudu tekitada ja hoida kultuuri vallas, meie paljudes muudes, sealhulgas ka kultuuri vallas. Meid kõiki kannustab kodanikuaktiivsuse suunas tahe näha Eestit väärrika, iseseisva, elujõulise 200-aastase riigina“ (lisa 16). Vaidlustajale K. Summatavetile kuuluv kaubamärk (nr. 54336), aga ka mõlema vaidlustaja poolt kasutatav kaubamärk „EESTI 200“ olid saanud 3.05.2018 seisuga Eesti kultuurisektoris üldtuntud ja väga hea mainega kaubamärkideks. Seetõttu on nimetatud kaubamärgid ka atraktiivsed pahatahtlikuks ärakasutamiseks kolmandate isikute poolt. Äravahetamiseni sarnasust kinnitab mh asjaolu, et Riigikogu liikmed on moodustanud toetusgrupi algatuse Eesti 200 Mälupank kaitseks erakonna Eesti 200 eest. Toetusgruppi kuulub inimesi kõikidest erakondadest ning toetusgrupi esimehe Laine Randjärve sõnul on „uus erakond juba olemasolevat nime kasutusele võttes põhjastanud kahetsusväärset arusaamatusi tekitava olukorra: kaht sarnase nimega liikumist, nende liikmete kuuluvust ja esindatust aetakse pahatihti segamini“ (lisa 17).

KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestab, et õiguskaitsset ei saa kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitsese identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga. Kaubamärkide äravahetamise tõenäosust on defineeritud riskina, et avalikkus võib uskuda, et kaubad või teenused tulevad samalt ettevõtelt või temaga majanduslikult seotud ettevõtelt (Euroopa Kohtu 22.06.1999 otsus C-342/97 LLOYD SCHUHFABRIK MEYER, p 17). Euroopa Kohtu väljakujunenud praktika kohaselt tuleb kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel arvesse võtta kõiki asjakohaseid faktoreid, sealhulgas visuaalset, foneetilist ja kontseptuaalset sarnasust ning nimetatud hinnang peab tuginema üldisele, tarbijal tekkivale kujutluspildile, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid komponente (11.11.1997 otsus C-251/95 SABEL, [1995], p 23).

Vaidlustajad leidsid, et visuaalsest aspektist sisaldab vaidlustatud kaubamärk täies ulatuses kombineeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ domineerivat sõnalist elementi ning varasemat üldtuntud ja mainekat kaubamärki „EESTI 200“. Vaidlustatud kaubamärk sisaldab ka sõna „ERAKOND“, kuid tegemist on kirjeldava ja seetõttu eristusvõimetu sõnaga nagu seda äriühingute puhul oleksid näiteks sõnad „OSAÜHING“ või „AKTSASELTS“. Tarbijad ei taju selliseid sõnu kaupu või teenuseid identifitseerivate osana, mistõttu ei mõjuta selliste sõnade sisaldumine kaubamärkides/ärinimedes oluliselt tarbijate arusaama vastavatest tähistest. Kuna vaidlustatud kaubamärgi eristusvõimeline osa kordab varasemat üldtuntud kaubamärki ja varasema registreeritud kaubamärgi kõige eristusvõimelisemat ja domineerivamat elementi, on taotletav kaubamärk visuaalselt varasemate kaubamärkidega sarnane. Foneetiliselt erineb vaidlustatud kaubamärk varasematest kaubamärkidest üksnes kirjeldava ja eristusvõimetu sõna „ERAKOND“ poolest. Nagu öeldud, ei taju tarbijad nimetatud sõna kaubamärgi osana. Seega on vaidlustatud kaubamärk varasemate kaubamärkidega foneetiliselt sarnane – kaubamärgi eristusvõimeline sõnaline EESTI 200 osa kordab varasemaid EESTI 200 kaubamärke. Kontseptuaalsest aspektist kordab vaidlustatud kaubamärgi eristusvõimeline osa EESTI 200 varasemaid EESTI 200 kaubamärke, olles selles osas varasemate kaubamärkidega tähenduslikult identne. Vaidlustatud kaubamärk sisaldab ka sõna „ERAKOND“ mis viitab poliitilisele erakonnale. Seega on see kaubamärk varasemate kaubamärkidega kontseptuaalselt sarnane. Ülalesitatust nähtuvalt leidsid vaidlustajad, et taotletav kaubamärk on visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt sarnane nii varasema üldtuntud kaubamärgiga kui varasema registreeritud kaubamärgiga. Seega on asjaomased kauba-

märgid üldhinnanguna sarnased. Varasem kaubamärk „EESTI 200 + kuju“ on registreeritud sümpoosionide korraldamise ja läbiviimise teenuste osas. Kaubamärk „EESTI 200“ oli 3.05.2018 seisuga saavutanud kultuuriringkondades üldtuntuse aga trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas. Vaidlustatud kaubamärgi klassidesse 16, 35 ja 41 kuuluvad kaubad ja teenused on identsed ja osaliselt samaliigilised varasemate kaubamärkide kaupade ja teenustega. Osas, milles taotletavad kaubad või teenused on eriliigilised, kasutab vaidlustatud kaubamärk ära varasemate üldtuntud ja mainekate kaubamärkide mainet ja rikuvad eristusvõimet (KaMS § 10 lg 1 p 3). Kooskõlas Euroopa Kohtu praktikaga on vastandatavate kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel märkide sarnasus ning kaupade ja teenuste sarnasus omavahelises vastastikusel seoses selliselt, et mida sarnasemad on võrreldavad märgid, seda erinevamad peavad olema nende kaubamärkide kaupade ja teenuste loetelud ning vastupidi (29.09.1998 otsus C-39/97 CANON, [1998], p 17). Vaidlustatud kaubamärk sisaldab ainukese eristusvõimelise elemendina varasemat üldtuntud ja mainekat kaubamärki, mis on ka varasema registreeritud kaubamärgi keskseks, domineerivaks ja kõige eristusvõimelisemaks osaks. Vaidlustatud tähist taotletakse mh identsete ja samaliigiliste kaupade ja teenuste tähistamiseks. Esitatud põhimõtetest lähtuvalt on vaidlustatud kaubamärk varasemate EESTI 200 kaubamärkidega äravahetamiseni sarnane. Enamgi veel, Euroopa Kohus on tuntud kaubamärkide osas sedastanud, et mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk, seda suurem on kaubamärkide äravahetamise tõenäosus (22.06.1999 otsus C-342/97, p 24). Ka Riigikohus on kinnitanud, et kaubamärkidel, millel on tugevam eristusvõime tulenevalt nende tuntusest, on palju ulatuslikum kaitse kui nendel, mille eristusvõime on nõrk (Riigikohtu 29.09.2010 lahend nr 3-2-1-77-10, p 13). Kuna vaidlustajatele kuuluvad kaubamärgid on Eesti kultuuriringkondades üldtuntud ja mainekad, tõstab see asjaomaste tähiste äravahetamise tõenäosust veelgi. Seega on taotletav kaubamärk äravahetamiseni sarnane avaldajate varasemate kaubamärkidega ning taotletava kaubamärgi suhtes esineb KaMS § 10 lg p-s 2 sätestatud õiguskaitset välistav asjaolu.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema registreeritud kaubamärgiga, sõltumata sellest, kas varasemal kaubamärgil on õiguskaitse identsete, samaliigiliste või teist liiki kaupade või teenuste tähistamiseks, juhul kui varasem Eesti kaubamärk on tuntud Eestis või varasem Euroopa Liidu kaubamärk on tuntud Euroopa Liidus ja kui hilisema kaubamärgi põhjendamatu kasutamine kasutaks ebaausalt ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristusvõimet või omandatud mainet. Kaubamärgiõiguse praktikas on tõdetud KaMS § 10 lg 1 p 3 rakendatavust nii identsete ja samaliigiliste kui ka eriliigiliste kaupade-teenuste osas. Seda toetab ka õigusteoreetiline seisukoht – kui õiguskord kaitseb kaubamärki selle maine ja/või eristusvõime kahjustamise ja/või ärakasutamise eest eriliigiliste kaupade-teenuste osas, siis peab kaitse olema tagatud ka identsete/sarnaste kaupade-teenuste osas. Antud sättega kaitstava õigushüve osas märkisid vaidlustajad, et kui kaubamärgi esmaseks eesmärgiks on „päritolutähiseks“ olemine, on kaubamärkidel ka teisi funktsioone, eelkõige tarbijatele teatava „sõnumi“ edastamise funktsioon tähistatud kaupade või teenuste hea kvaliteedi või stabiilsete omaduste kohta. KaMS § 10 lg 1 p-ga 3 kaitstakse just sedalaadi, varasema kaubamärgi tuntusest tulenevaid funktsioone, mida mainekad kaubamärgid lisaks kaupade ja teenuste eristamisele täidavad. Kaubamärk on tuntud, kui seda teab oluline osa asjaomasest tarbijate sektorist (Euroopa Kohtu 14.09.1999 otsus C-375/97, General Motors Corporation, p 26). Vaidlustusavaldusele lisatud materjalidest nähtuvalt olid vaidlustajate varasemad kaubamärgid Eesti kultuuriringkondades 3.05.2018 üldtuntud ja väga hea mainega. Mh olid vaidlustajad distantseerinud end ja tähise „EESTI 200“ all elluviidavaid tegevusi päevapoliitikast. Seega on vaidlustajate kaubamärgid 3.05.2018 seisuga üldtuntud, väga hea maine- ja kõrge eristusvõimega tähised. Vaidlustusavalduses esitatud kaubamärgivõrdlusest nähtuvalt on taotletav kaubamärk üldhinnanguna identne ja sarnane vastandatud kaubamärkidega, mistõttu seostavad tarbijad taotletavaid tähiseid vaidlustajatega – tarbijad tunnevad taotletud tähistes ära vaidlustajate varasemad kaubamärgid ja loovad asjaomaste tähiste vahele KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise eelduseks oleva seose (Euroopa Kohtu 27.11.2008 otsus nr C-252/07, Intel Corporation Inc. v. CPM United Kingdom Ltd., p 30). Arvestades vaidlustatud kaubamärgi kokkulangevuse määra vaidlustajate varasemate üldtuntud ja mainekate kaubamärkidega, ei ole vaidlustajate hinnangul kahtlust selles, et vaidlustatud tähise kasutamine toob kaasa asjaomaste märkide „seostamise“ keskmise tarbija poolt isegi juhul, kui osa taotletavatest kaupadest või teenustest võib hinnata varasemate kaubamärkide kaupade ja teenustega võrreldes eriliigilisteks.

Kaubamärgi eristusvõime kahjustamist nimetatakse ka kaubamärgi eristusvõime „lahjendamiseks“, „kärpimiseks“ ja „hägustamiseks“. Nimetatud kahjustamisega on tegemist niipea, kui nõrgeneb varasema kaubamärgi võime identifitseerida nimetatud kaubamärgi omanikult pärinevana kaupu või teenuseid, mille jaoks kaubamärk registreeriti ja mille jaoks seda kasutatakse, sest hilisema kaubamärgi kasutamine tingib varasema kaubamärgi identiteedi hajumise. Nii on see eeskätt siis, kui varasem kaubamärk, mis tekitab kohese seose kaupade või teenustega, mille jaoks see registreeriti, ei tekita enam sellist seost. Vaidlustajad märkisid, et nimetatud muutused on juba toimunud, sest taotleja on

registreerimiseks esitatud kaubamärgi juba kasutusse võtnud. Kui varem seostasid kultuuriringkonnad kaubamärgi „EESTI 200“ vaidlustajate poolt korraldatud ühiskondliku liikumisega, siis täna on ka kultuuriringkonnad segaduses – identsed ja sarnased tähised tähistavad sarnaseid, osalt kattuvaid liikumisi: nii erakondlikku, poliitilist liikumist kui ka ühiskondlikku, poliitikaülest liikumist ja sellega seotud üritusi, teavituskampaaniaid jne. Seeläbi on vaidlustajate kaubamärkide eristusvõime saanud kahjustada – selle identifitseerimisvõime on hajunud. Vaidlustajad viitasid veelkord Riigikogu liikmete tegevusele, kus nad löid Liikumise Eesti 200 Mälupank toetusrühma just seetõttu, et: „kaht sarnast liikumist, nende liikmete kuuluvust ja esindatust aetakse pahatihti segamini“ (lisa 17). Euroopa Kohus on ka selgitanud, et varasema kaubamärgi maine saab kahjustada juhul, kui taotletava kaubamärgiga tähistatud kaupadel või teenustel on avalikkusele varasema kaubamärgi külgetõmbejõudu vähendav mõju. Sellise kahju risk võib tekkida juhul, kui neil kaupadel või teenustel on selline omadus või kvaliteet, millel võib olla negatiivne mõju varasema maineka kaubamärgi kuvandile, kuna see kaubamärk on identne või sarnane taotletava kaubamärgiga (Üldkohtu 22.03.2007 otsus T-215/03, Sigla SA, p 39). Varasemate üldtuntud ja mainekate EESTI 200 kaubamärkide maine kahjustamine on juba aset leidnud, kuna taotleja on registreerimiseks esitatud kaubamärgi „EESTI 200“ juba kasutusse võtnud. Kui varasemalt seostus vaidlustajate kaubamärk ühiskondliku, poliitikaülese, vabatahtliku liikumisega ja sellel oli hea, sõltumatu maine, siis sama kaubamärgi kasutuselevõtmine taotlejate poolt muutis järsult vaidlustajate kaubamärkide kuvandit – see hakkas seostuma päevapoliitiliste ambitsioonidega, ebaõnnestunud reklaamikampaaniaga jne. Kuna vaidlustajate mälupanga kogumise ja talletamisega seotud tegevus põhineb usaldusel, siis taotleja tähise kasutamine poliitikas valesildistab vaidlustajaid ja muudab nimetatud töö praktiliselt võimatuks. Vaidlustajad on saanud mitmeid sellesisulisi kontaktivõtte, kus muu hulgas on kirjeldatud olukordi, kus kultuuritegelastega läbiviidavaid intervjuusid kokku leppides küsitakse, kas seda hakatakse kasutama valimisreklaamides (lisa 18). Samuti on olnud segaduses ja arvatud ning ette heidetud, et vaidlustajate ühiskondlik liikumine EESTI 200 on muutunud poliitiliseks liikumiseks EESTI 200. Sealhulgas on Viimsi Rotary klubi teinud päringu selle kohta, kas klubi korraldatud heategevuslikul oksjonil koguti raha hoopis poliitilise erakonna moodustamiseks (lisa 19). Toodust nähtuvalt leidsid vaidlustajad, et taotletava kaubamärgi kasutamine rikub otseselt ja väga tugevalt varasemate, kultuurivaldkonnas üldtuntud kaubamärkide mainet ja raskendab oluliselt vaidlustajate tegevust, mis algas juba 2015. aastal. Seega esineb taotletava kaubamärgi osas KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatud õiguskaitset välistav asjaolu, mistõttu tuleb taotletava kaubamärgi registreerimisest keelduda.

Kokku võttes esinevad vaidlustatud kaubamärgi osas vaidlustajate hinnangul KaMS § 10 lg 1 p-des 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud.

Vaidlustusavaldusele olid lisatud (1) väljatrükk Eesti Kaubamärgilehest 5/2019; (2) väljatrükk kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ registreeringust; (3) ära kiri Eesti 200 algsest visioonist; (4) ära kiri MTÜ Eesti Kultuur 200 registrikaardist; (5) ära kiri MTÜ Eesti Kultuur 200 põhikirjast; (6) ära kiri Eesti Kultuuri Koja konverentsi kavast ja foto kingituse EESTI 200 üleandmisest; (7) väljavõte kirjavahetusest, millest nähtuvalt on Postimees Eesti Kultuuri Koja koostööpartner; (8) väljatrükk ajalehe Postimees 31.10.2015 artiklist „Vastutuskultuuri konverents Viljandis“; (9) väljatrükk ev100.ee lehelt kingituse EESTI 200 kohta; (10) väljatrükk ev100.ee statistika kohta; (11) väljatrükk Eesti Kultuuriseltside Ühenduse kuukirjas 15.09.2016 ilmunud artiklist „Seminar „Kultuuriseltsid ja EV 100““; (12) väljatrükk ajalehes „Sirp“ 10.06.2016 ilmunud artiklist „Sild olnust tulevasse“; (13) väljatrükk ajalehes „Viimsi Teataja“ 10.02.2017 ilmunud artiklist „Kui mälu tuhmub, on tulevik tume“; (14) väljatrükk Eesti Rahva Muuseumi Sõprade Seltsi 23.05.2017 ilmunud ajakirja Lee nr 23 artiklist „Mälupank – „Hulk väikseid jõudusid“ võib palju kasulikku tööd ära teha“; (15) väljatrükk Eesti Kultuuriseltside Ühenduse kuukirjas 13.06.2017 ilmunud artiklist „Mälupank – „Hulk väikseid jõudusid“ võib palju kasulikku tööd ära teha“; (16) ära kiri Kristina Kallase 9.05.2018 kirjast; (17) väljatrükk Riigikogu veebilehelt; (18) väljavõtte e-kirjavahetusest seoses avalduse esitajate valesildistamisega; (19) väljavõtte e-kirjavahetusest seoses arvamusega, et ühiskondlik liikumine EESTI 200 on muutunud poliitiliseks liikumiseks.

Komisjon võttis vaidlustusavalduse menetlusse **17.07.2019**. Avaldus toimetati taotlejale kätte (kätte saadud 17.07.2019) ning talle teatati kooskõlas tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 48² lõikega 2 kohustusest teatada kirjalikult komisjonile enne 1.10.2019, kas ta soovib vaidlustusavaldusele vastu vaielda.

2) Taotleja teatas 16.09.2019 komisjonile, et soovib vaidlustusavaldustele vastu vaielda.

Komisjon teavitas **18.11.2019** vaidlustajaid taotleja soovist avaldusele vastu vaielda ja alustas eelmenetlust. Vaidlustajatele anti võimalus esitada avaldust täiendavad põhjendused ja tõendid hiljemalt 20.01.2020.

3) 20.01.2020 teatasid **vaidlustajad**, et on oma nõude aluseks olevad põhjendused ja tõendid esitanud vaidlustusavalduses ning jäävad nende juurde. Nad uuendasid oma nõuet kooskõlas kehtiva õigusega, paludes tuvastada vaidlustatud kaubamärgi suhtes KaMS § 10 lg 1 p-dest 2 ja 3 tulenevate õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine, tühistada täielikult Patendiameti otsus ja teha uus otsus

4) 23.03.2020 esitas **taotleja** oma seisukoha. Taotleja märkis esiteks, et 5.12.2018, 14.01.2019, 24.01.2019 ja 2.6.2019 esitasid vaidlustajad Patendiametile märgukirjad, milles väideti, et vaidlustatud kaubamärgi osas esinevad õiguskaitset välistavad asjaolud pahausksuse (KaMS § 9 lg 1 p 10) ja ära vahetamise tõenäosuse näol (KaMS § 10 lg 1 p 2). Patendiamet ei ole märgukirjadele vaatamata esitanud taotlejale teadet õiguskaitset välistavate asjaolude kõrvaldamiseks ja/või nende kohta selgituste esitamiseks. Seega Patendiameti ekspertiis, mille põhjalikkuses ei ole taotlejal alust kahelda, ei ole tuvastanud, et vaidlustatud kaubamärgi osas esineksid vaidlustajate väidetud õiguskaitset välistavad asjaolud.

Vaidlustajate vastandatud registreeritud kaubamärk omab õiguskaitset kitsalt klassi 41 teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* osas. Saamaks aimu kaubamärgi õiguskaitse ulatusest viitas taotleja sellele, et Eesti keele seletav sõnaraamat defineerib sümposiooni kui teadlaste erialast nõupidamist kitsapiirilisemate küsimuste arutamiseks (seisukoha lisa 1). Seega on vaidlustaja soovinud kaubamärki taotledes õiguskaitset just nimetatud teenuste osas ja see on talle kaubamärgi registreerimisega ka tagatud. Taotleja kaubamärgi kaupade-teenuste loetelu sellist sümposionide korraldamise ja läbiviimise teenust *per se* ei sisalda ning sellele õiguskaitse taotlemine ei ole olnud ka taotleja eesmärk.

Vaidlustajad on väitnud, et neile kuulub 3.05.2018 seisuga üldtuntud sõnaline kaubamärk „EESTI 200“, mis omab õiguskaitset teatud teenuste osas klassides 12, 35 ja 41. Taotleja oli seisukohal, et see tähis ei olnud 3.05.2018 seisuga üldtuntud nimetatud kaupade ja teenuste osas. Vaidlustajad ei ole seda tõendanud. Taotleja märkis, et KaMS § 7 lg 3 p-s 1 on kirjeldatud tuntuse astet, mis kaubamärgi üldtuntuse hindamisel aluseks võetakse: üldtuntuse tunnistamisel arvestatakse muu hulgas kaubamärgi tuntuse astet Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas ärisektoris. KaMS § 7 lg 4 seab üldtuntuseks kindla piiri, alla mille kaubamärk ei ole üldtuntud ning üle mille kaubamärk on üldtuntud: üldtuntuse tunnistamiseks piisab, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte sama paragrahvi lõike 3 punktis 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Vaidlustajad ei ole taotleja hinnangul tõendanud, et valdav enamus nende väidetud klassi 12 kaupadega analoogiliste kaupade tegelikest ja võimalikest tarbijatest, valdav enamus nimetatud klassi 12 kaupade jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektorist või valdav enamus nimetatud klassi 12 kaupadega tegelevast ärisektorist tunneks 3.05.2018 seisuga tähist „EESTI 200“ kui vaidlustajate kaubamärki, s.o seostaks neis valdkondades tähist vaidlustajatega. Vaidlustajad ei ole taotleja hinnangul samuti tõendanud, et valdav enamus väidetud klassi 35 teenustega analoogiliste teenuste tegelikest ja võimalikest tarbijatest, valdav enamus nimetatud klassi 35 teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektorist või valdav enamus nimetatud klassi 35 teenustega tegelevast ärisektorist tunneks 3.05.2018 seisuga tähist „EESTI 200“ kui vaidlustajate kaubamärki. Vaidlustajad ei ole ka tõendanud, et valdav enamus väidetud klassi 41 teenustega analoogiliste teenuste tegelikest ja võimalikest tarbijatest, valdav enamus nimetatud klassi 41 teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektorist või valdav enamus nimetatud klassi 41 teenustega tegelevast ärisektorist tunneks 3.05.2018 seisuga tähist „EESTI 200“ kui vaidlustajate kaubamärki. Kaubamärgi üldtuntuks lugemisel ükskõik millise eelmainitud konkreetse klassi 12 kauba või klassi 35 või 41 teenuse osas peaksid vaidlustajad tõendama tuntust valdava enamiku nimetatud sektorite osas. Kui võrd vaidlustajad ei ole seda teinud, on taotleja seisukohal, et tähist „EESTI 200“ ei saa lugeda vaidlustajate üldtuntud, õiguskaitseks kaubamärgiks.

Taotleja on muu hulgas märkinud, et ta ei ole veendunud, et kaubamärgi kaupu-teenuseid saaks piirata konkreetsele tähisele, nagu seda on vaidlustajad teinud, väites oma tähise „EESTI 200“ kaitset teenuse *liikumise Eesti 200 Mälupanga idee reklaamimine* suhtes. Sarnaselt ei saaks Coca-Cola pudelite kaubamärgi kaupu-teenuseid registris piirata teenustele „Coca-cola pudelite reklaamimine“ või Audi sõidukite kaubamärgi kaupu-teenuseid registris „Audi sõidukite reklaamimine“. On ilmne, et tähise õiguskaitse seondubki selle kasutamisega mingite teenuste osas.

Euroopa Kohus on korduvalt rõhutanud, et üldtuntuse omandamiseks peaks kaubamärki olema kasutatud kaubamärgina, st kaupade-teenuste ärilisele, majanduslikule päritolule viitava tähisena (22.06.2010 otsus T-255/08, p 54-56; 30.06.2009 otsus T-435/05, p 22-31 jne). Vaidlustajate esitatud tõendid ei võimalda järeldada ühemõtteliselt, et vaidlustajad oleks kasutanud tähist „EESTI 200“ kaubamärgifunktsioonis. Esitatud tõenditest ei järeldu, et tähise kasutamise eesmärk oli luua mingitele kindlatele kaupadele-teenustele selge turuosa tähise „EESTI 200“ ärilisel eesmärgil kasutamise läbi.

Esitatud tõendid ei võimalda taotleja hinnangul üheselt järeldada, kes on tähist „EESTI 200“ vaidlustajate poolt kasutanud, kellega see kaubamärk väidetavalt avalikkusele seondub. S.t kasutamise taga on ja kaubamärk seondub MTÜ-ga Eesti Kultuur 200 või K. Summatavetiga. Juhul kui vaidlustajad väidavad kasutamist mõlema poolt ja seondumist mõlemaga, peaks ka avalikkus (mainitud klasside 12, 35 ja 41 tuntuse sektorid) seostama kaubamärki võrdselt mõlemaga ning see peaks olema ka dokumentaalselt tõendatud.

Euroopa Kohus on selgitanud, et kaupade-teenuste loetelu, millele osapool kaubamärgi õiguskaitses rajaneb, peab olema piisavalt selge ning täpne, et asjaomased ametkonnad ning kolmandad isikud saaksid määratleda kaubamärgi õiguskaitses ulatust (12.06.2012 otsus C-307/10, p 49). Esitatud tõendid ei võimalda taotleja hinnangul üheselt järeldada, milliste täpsemate kaupade-teenuste osas on kaubamärki kasutatud ehk milliste kaupade-teenuste osas on emmal-kummal vaidlustajal olnud soov oma kaubamärgile turuosa luua ning seda säilitada. Laialdane ja üldine kasutamine kultuurivaldkonnas ei võimalda teha vaidluse seisukohalt täpsemaid järeldusi väidetud õiguskaitses kohta. Äriregistri andmetel on MTÜ Eesti Kultuur 200 aruandeliseks tegevusalaks *kunstialane loometegevus* (lisa 2). Samas väidetud üldtuntus seondub ka klassi 12 info/sõnumi/lendlehtede, klass 35 avalikkusega suhtlemise (*public relations* teenused), reklaamimise, turu-uuringute ja rahvastikuküsitluste ning klassi 41 korralduste-teenuste, tekstide kirjastamise ja muuga. Vaidlustajate poolt viidatud tähise kasutamine ning selle põhjal väidetud õiguskaitses ei ole piisavalt selge ega täpne, nagu nõutud Euroopa Kohtu praktikas. Vaidlustajad ei ole kaupade-teenuste kontekstis isegi defineerinud tema tõendites läbivat kunstilisele loometeosele viitavat mõistet „mälupank“.

Mis puutub täpsemalt vaidlustusavalduse tõenditesse, siis lisa 7 konverentsi ettevalmistavates materjalides ei ole mainitud tähist „EESTI 200“. Lisas 8 on tähist kasutatud kirjeldavas funktsioonis „EESTI 200: eesti kultuur 100 aasta pärast — ilus unistus või meie vastutus?“. Ettekande autoriteks on Pille Lill ning Kärt Summatavet. Tõendi läbi väidetud tähise kasutamist ei saa omistada ühelegi vaidlustajale, vaid kahele selles mainitud isikule, kellest üks ei ole käesolevas asjas menetluse osapool (P. Lill). Lisas 9 on toodud EESTI 200 all-leht veebilehel ev100.ee. Lisas 9 toodud kuvatõmmised ei ole selged ning tekst nendes ei ole selgelt loetav. On arusaamatu, kes on dokumendi autor ning kust see pärineb. Mingil ajal on vastaval all-lehel figureerinud ka vastandatud figuratiivne kaubamärk, ent käesolevaks ajahetkeks on see sealt eemaldatud (lisa 3). Hetkel on nimetatud EESTI 200 all-lehel kirjas info: Eesti Kultuuri Koda algatab Eesti Vabariigi 100. sünnipäeva tähistamiseks laiapõhjalise arutelu visiooni Eesti Vabariik 200 loomiseks ja Kultuuritegijate Mälupanga asutamiseks (*ibid*). Seega ei seonda allikas tähis „EESTI 200“ (siin ka kujul „Eesti Vabariik 200“, mis pole sama kui „EESTI 200“) üheselt mitte kummagi vaidlustajaga, vaid kolmanda isikuga (Eesti Kultuuri Koda). Viimatinimetatud isik ei ole käesoleva vaidluse osapool. Tähise „EESTI 200“ / „Eesti Vabariik 200“ seostamine selle isikuga ei tõenda „EESTI 200“ üldtuntust vaidlustajate kaubamärgina. Veelgi enam, lisa 10 on toodud vastava veebilehe külastajainfo. Vaidlustusavalduses mainitust ei ilmne üheselt, kas see on üldise Eesti Vabariigi 100 pidustustele pühendatud veebilehe ev100.ee või selle EESTI 200 all-lehe külastatavus. Tõendis endas märgitu näib toetavat seisukohta, et siin on kajastatud kogu ev100.ee üldlehe külastatavus (tõendis viide „ev100.ee“). Viimasel juhul on aga faktiliselt teadmata ning tõendamata, mitu isikut EESTI 200 all-lehte külastas (piltlikult väljendades — veebilehe Delfi külastatavus mingil ajaperioodil ei ole samastatav mingi kindla Delfi artikli külastatavusega samal ajaperioodil. Esimene arv on alati märkimisväärselt suurem, kui teine). Veelgi enam, Euroopa Kohtu praktikast ilmneb, et tähise kasutamine kunstilisele päritolule (loometeosele) viitamisel ei ole sama, mis tähise kasutamine kaubamärgifunktsioonis (T-435/05, p 25). Ehk mälupangale viitamise näol ei pruugi olla tegu tähise kasutamisega kaubamärgifunktsioonis, vaid tähise kasutamisega mälupangale kui loometeosele, st selle kunstilisele päritolule viitamisega (sama järeldub ka MTÜ Eesti Kultuur 200 äriregistris väljendatud tegevusalast *kunstialane loometegevus* ning vaidlustajate eeldatavast soovist teha riigile kinge, mitte osutada kaupu või teenuseid ärilisel eesmärgil). Vastupidiselt vaidlustajate poolt väidetud tuntuse määrale (külastatavus tuhandetes inimestes), juhtis taotleja tähelepanu, et vastaval ev100.ee all-lehel on end projektiga kaasalööjaks märkinud üksnes 17 (!) isikut (lisa 3). Seejuures on teadmata, mitu on neist tegelikult erapooletud tarbijad ja/või mitu vaidlustajatega seotud isikut. Lisas 11 näidatud tähise „EESTI 200“ kasutus ei seonu samuti mitte kummagi vaidlustajaga, vaid taas kolmanda isikuga (MTÜ Eesti Kultuuri Koda). Selles tõendis on faktiliselt märgitud: „././ kingib Eesti Kultuuri Koda oma riigile sünnipäevaks kultuurivaldkondade pikaajalise tegevusplaani“. Äriregistrist nähtuvalt ei ole MTÜ Eesti Kultuur 200 ega K. Summatavet MTÜ-ga Eesti Kultuuri Koda seotud (lisa 4). Tõendist ei nähtu, et tähist kasutataks kaubamärgifunktsioonis mingitele kaupadele-teenustele ärilisel eesmärgil turuosa loomise eesmärgil. Pigemini nähtub selles kinke tegemise soov kui selgelt mitteäriline tegevus. Lisas 12 on märgitud tähis „EESTI 200“, kuid arusaamatuks jääb seotus mõlema vaidlustajaga (sh juriidilise isikuga MTÜ Eesti Kultuur 200). Samuti on raske mõista, millistest kaupadest-teenustest ning millisest äritegevusest on juttu. Mõisted *mälupank* ja *tegevuskimp* ei võimalda täpsemalt määratleda tegevusala (kaupu-teenuseid) ega vaidlustajate soovi luua ärilisel eesmärgil turuosa kindlatele kaupadel-teenustele. Viimane peaks aga olema tähise kaubamärgina kasutamise eesmärk. Sama kehtib ka lisa 13

kohta, milles on toodud väljavõtte kohaliku leviga trükisest Viimsi Teataja. Selles märgitud „peame elama selge vaatega tulevikku, uskudes, et Eesti tähistab südamerahuga ka Eesti 200 tähtpäeva!“ ei võimalda taas määratleda selgelt kaupade-teenuste tegevusala, tegevuse ärilist eesmärki ega tähise kasutamist kaubamärgifunktsioonis. Eelõeldu kehtib ka lisa 14 kohta, kus on tähisega seoses taaskord viidatud ka MTÜ-le Eesti Kultuuri Koda, kes pole menetluse osapooliks ja kellele vaidlustajad ei omista tähise kasutamist ega tuntust, millele tõend näib aga osutavat. Ka lisa 15 on tähise kasutamine seostatav eelmainitud kolmanda MTÜ-ga, mitte vaidlustajatega. Selles on märgitud: „Eesti Kultuuri Koja saadikud istutasid Ülo Vooglaiu kodutallu tamme EESTI 200.“ Lisa 16 kinnitab taotleja esindaja soovi kohtuda, et arutada võimalikku kompromissi tekkinud olukorrale. Vaidlustusavaldusele lisatud tõendid ei näita, kas osapooled kohtusid, sh kas vaidlustajad koos või on nõustunud kohtuma ning samuti proovinud asja kompromissiga lahendada. Lisa 17 kohaselt on Riigikogu liikmed moodustanud „Liikumise Eesti 200 Mälupank“ toetusrühma. Märkimisväärselt on toetusrühm loodud mitte tähise „EESTI 200“ toetuseks, vaid „Liikumise Eesti 200 Mälupank“ toetuseks, mis kaudselt kinnitab tähise EESTI 200 mitte-seostatavust vaidlustajatega. Teiseks, poliitilise alatooniga toetusgrupi loomine taotlejaga konkureerivate erakondade liikmete initsiatiivil kogu Riigikogu liikmete arvuga võrreldes väikse osa poolt (18 isikut) ei saa olla objektiivselt ning kõike kummutavaks tõendiks äravahetamiseni sarnase kohta tarbijate poolt. Nagu tõend ise kinnitab, oli XIII Riigikogu koosseis loonud selleks ajaks 61 eri rühma ning 82 eri ühendust. Kõik see annab pigemini kinnitust Riigikogus toimuva (vähem või rohkem konkurentsi sisaldava) töö, kui et tarbijate taju kohta mingist kaubamärgist. Samuti, vaidlustajatega otsesemalt või kaudsemalt seotud isikute kinnituskirjad segiajamise kohta (lisad 18-19) ei ole ammendavad ega objektiivsed tõendid segiajamise kohta avalikkuse poolt. Lisas 18 väljendab kirjutaja ka oma selget seotust vaidlustajate ettevõtmisega: „Kuulsin küll, et mingi poliitiline liikumine on kogemata meile kuuluvat "Eesti 200" nime tahtmas.“ Lisaks, lisa 19 väidab isik, et ta olla saanud mingi segiajaja e-maili, aga seda ei ole tõendile lisatud. Ehk sellised valikulised tõendid vaidlustajatega seotud isikute poolt ei täida objektiivsuse nõuet ning ei näita mingite kindlate kaupade-teenuste reaalsete tarbijate taju mingite kaubamärkide kohta. Taotleja leidis, et vaidlustajad ei ole kokkuvõttes esitanud tõendeid, mis võimaldaksid ammendavalt järeldada, et 3.05.2018 tajusid kõikide vaidlustajate väidetud klassi 12 kaupade ning kõikide klasside 35 ja 41 teenuste tarbijad tähist „EESTI 200“ kui vaidlustajate kaupu-teenuseid eristavat tähist, kaubamärki. Samuti, tõendid taotleja konkurentide ja/või vaidlustajate endiga seotud isikutelt ei ole objektiivsed tõendid sellest, et taotleja tegevus teise valdkonna kaubamärgi all mõjustab negatiivselt vaidlustajate (eelkõige registreeritud) kaubamärgi funktsioone.

Taotleja juhtis tähelepanu, et märkimisväärselt erineb vaidlustusavalduses väidetud üldtuntuse ulatus kaupade ja teenuste lõikes.

Taotleja kaubamärgitaotlus on esitatud 3.05.2018. Taotleja mõõnis, et K. Summataveti registreeritud figuratiivne kaubamärk on sellest varasem, kui võrd omab õiguskaitset alates 2.12.2015. Vaidlustajad rajanevad menetluses ka väidetud üldtuntud sõnalisele kaubamärgile. Vaidlustusavalduses on *expressis verbis* märgitud: „Avaldajad kasutavad ja neile kuulub ka järgmine, 03.05.2018 seisuga üldtuntud kaubamärk“. Vaidlustajad väidavad seega selgesõnaliselt, et nende kaubamärk oli üldtuntud 3.05.2018 seisuga, mitte varem. Kui võrd taotleja vanemuskaubamärgi kuupäevaks on 3.05.2018 ning ka vaidlustajad rajanevad väidetud üldtuntusele 3.05.2018 seisuga, oleks õiguskaitse kuupäev üks ja seesama, 3.05.2018. KaMS § 11 lg 3 sätestab, et kui õigused kaubamärgile või muud õigused on tekkinud ühel ja samal kuupäeval, ei teki neil üksteise suhtes eelist. Seega, isegi kui pidada vaidlustajate väiteid nende sõnalise kaubamärgi üldtuntuse kohta tõendatuks (millega taotleja ei nõustu), ei omaks see kaubamärk KaMS § 11 lõikest 3 tulenevalt prioriteetsust taotleja kaubamärgi ees. Samale põhimõttele on seadusandja viidanud üheselt ka KaMS § 11 lg 1 p-s 1: varasem kaubamärk on kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem. Seega ei saa vaidlustajad olla isegi üldtuntuse jaatamisel (taotleja ei nõustu) üldtuntud kaubamärgi läbi varasema kaubamärgi omajateks, kui võrd nad ei väida selle üldtuntust taotleja kaubamärgist varasema, vaid sama 3.05.2018 kuupäevaga seisuga.

Vaidlustusavaldus on esitatud KaMS § 10 lg 1 p 2 ja p 3 alusel kahe isiku poolt. KaMS § 41 lõike 1 kohaselt eeldab taotleja õiguse kaubamärgile nimetatud alustel vaidlustamine vaidlustaja(te) asjast huvitatust. Vaidlustusavalduse põhjendamine on vaidlustajate kohustus (vt allpool viidatud TÕAS § 44 lg 2¹ ning § 48³ tulenev põhjendamis- ja tõendamiskohustus). Vaidlustajad ei ole taotleja hinnangul põhjendanud ega tõendanud, et kumbki neist oleks asjast huvitatud isik, kes oleks õigustatud taotlust vaidlustama. Asjast huvitatus on seejuures ilmselgelt põhjendamatu vaidlustaja MTÜ Eesti Kultuur 200 puhul, kellele ei kuulu varasemat registreeritud ega üldtuntud kaubamärki. Vaidlustusavalduse sisuline lahendamine ei ole võimalik, kui see on asjast huvitatuse seisukohalt mõlema vaidlustaja poolt põhjendamata.

Taotleja märkis, et vaidlustajad ei ole vaidluses rajanenud KaMS § 10 lg 1 p-le 1 ehk vaidlustajad ei pea osapoolte kaubamärke ning nendega tähistatavaid kaupu-teenuseid samaaegselt identseteks. KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamine eeldab varasema sarnase kaubamärgi olemasolu, millega tähistatakse

se identseid või sarnaseid kaupu-teenuseid. KaMS § 10 lg 1 p 2 nõuab ka äravahetamise tõenäosuse esinemise tõendamist. K. Summatavetile kuulub varasem figuratiivne kaubamärk, mis koosneb nii sõnalisest kui ka kujunduslikust osast (pintslitõmbe imitatsioon). [Vaidlustatud] sõnaline kaubamärk samasugust või sarnast kujunduslikku osa ei sisalda ehk osapoolte kaubamärgid (registreeritud vs taotletav) sisaldavad taotleja hinnangul küll sarnasusi ent pole identsed. Kaubamärke eristab selgelt ka vaidlustatud kaubamärgis esikohal asetsev sõna ERAKOND. Mis puutub vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärki „EESTI 200“, siis selle väidetud õiguskaitse hetk (3.05.2018) on sama, mis taotleja kaubamärgitaotluse oma (vt eespool). Vaidlustajad ei ole tõendanud nimetatud tähise üldtuntust vaidlustajate kaubamärgina (küsimus ärilisel eesmärgil kasutamisest, seadusandja poolt nõutud tähise tuntuse astmest, tähistatavatest kaupadest-teenustest jne). Kuivõrd üldtuntust ei ole tõendatud, ei saa taotleja seda kaubamärki, mis ei sisalda ka sõna ERAKOND, ka võrrelda. Vaidlustajad on väitnud vaidlustatud kaubamärgi osas esinevat KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu. Seega peavad vaidlustajad selgelt põhjendama, argumenteerima ning tõendama, et kõik selle sätte kohaldamise eeldused on täidetud. Seda ei saa nende eest teha, ning selleks ei ole kohustatud taotleja ega komisjon. Sellele on viidanud ka seadusandja läbi TÕAS § 44 lg 2¹ ning 48³ sätestatud põhjendamise ja tõendamiskohustuse. Vaidlustajad on väitnud, et vaidlustatud kaubamärgi klassidesse 16, 35 ja 41 kuuluvad kaubad ja teenused on identsed ja osaliselt samaliigilised varasemate kaubamärkide kaupade ja teenustega. Siiski ei ole vaidlustajad põhjendanud kaupade-teenuste samaliigilisust KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise eeldusena. Esitatud väited on paljasõnalised. Sisuliselt on tegemist seaduses sätestatud nõude (identsed või samaliigilised kaubad või teenused) ümberkirjutamisega vaidlustusavaldusesse. See ei ole sama, mis vastava eelduse täidetuse põhjendamine, argumenteerimine või tõendamine. Vaidlustajal ei ole võimalik esitada ammendavaid vastuväiteid väidetele, mida ei eksisteeri.

Nagu taotleja on märkinud, ei ole vaidlustajad tõendanud „EESTI 200“ üldtuntust nende kahe isiku varasema kaubamärgina. Samuti, vastandatud figuratiivne kaubamärk omab õiguskaitset vaid teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* osas. Nimetatud teenused kui teadlaste erialased nõupidamised kitsapiiriliseimate küsimuste arutamiseks ei sisaldu *per se* taotleja kaubamärgitaotluse loetelus ning vaidlustajad ei ole vastupidist ka väitnud. Nagu vaidlustajad on vaidlustusavalduses samas korduvalt viidanud, on taotleja laiemaks tegevusalaks poliitikategemine, millest viidatud teadlaste erialased nõupidamised kitsapiiriliseimate küsimuste arutamiseks on aga selgelt erinevad. Kuivõrd kaupade-teenuste identsust või samaliigilisust on vaidlustajate poolt paljasõnaliselt väidetud, ent mitte täpselt põhjendatud, argumenteeritud ega tõendatud (nagu nõuab ka TÕAS regulatsioon), ei saa pidada vastavat KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise eeldust täidekuks. Juhul, kui vaidlustajate poolt ei ole kindlaks tehtud kaupade-teenuste identsust ega sarnasust, ei saa, vaatamata tähiste võimalikule sarnasusele, kindlaks teha ega väita ka keskmise tarbija eksitamise tõenäosust. (äravahetamise tõenditele on taotleja vastu vaielnud ka eespool). Arvestades ülaltoodut ei ole vaidlustusavaldus taotleja hinnangul KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise seisukohalt põhjendatud. Taotleja kaubamärgi osas nimetatud õiguskaitset välistavat asjaolu ei esine.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise juures on oluline teha vahet väidetud üldtuntud kaubamärgil (isegi kui see esineb ja on tõendatud, millega taotleja ei nõustu) ning registreeritud kaubamärgil. Nimelt, KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamine nõuab sätte sõnastusest tulenevalt varasema registreeritud kaubamärgi olemasolu, see ei kohaldu üldtuntud kaubamärkidele. Sama põhimõtet on korranud ka Euroopa Kohus (22.06.2010 otsus T-255/08, p 47). Jättes kõrvale küsimuse kaubamärkide sarnasusest, saab antud aluse juures küsimuseks tulla vaid asjaolu, kas a) vastandatud registreeritud figuratiivset kaubamärki on selle teenuste sümposionide korraldamine ja läbiviimine ehk teadlaste erialased nõupidamised kitsapiiriliseimate küsimuste arutamiseks, nende korraldamine ja läbiviimine osas reaalselt kasutatud, b) kas see on kasutamise tõttu nende spetsiifiliste teenuste osas saavutanud täiendava eristusvõime ja/või maine. Alles kui need asjaolud on tuvastatud, on võimalik edasi hinnata, kas c) taotleja kaubamärgi kasutamise läbi poliitikategemise (erakonna) teenuste osas luuakse tarbijate (mitte taotleja konkurentide ega vaidlustajatega seotud isikute, vaid avalikkuse) ees seos nimetatud kaubamärgiga, mis d) võimaldaks taotlejal ära kasutada varasema kaubamärgi kitsapiiriliste teenuste mainet ja/või eristusvõimet (kui see esineb). Seonduvalt punktiga a märkis taotleja, et vaidlustusavaldusele lisatud tõendid ei võimalda järeldada, et vastandatud registreeritud kaubamärki oleks selle registreeringus märgitud kujul teenuste sümposionide korraldamine ja läbiviimine osas eriliselt kasutatud. Ainus tõend, kus esmapilgul kaubamärk faktiliselt sees on, on vaidlustusavalduse lisa 9. St väidetavalt on ev100.ee vastaval alalehel vastandatud kaubamärk kunagi sisaldunud (võimalik, et ainult tööfaasis, mitte avalikkuse ees). Enam see seal aga ei figureeri (lisa 3). Samuti on küsitav, kas seal toodud kasutamine, mida seostatakse ka kolmanda isiku (MTÜ Eesti Kultuuri Koda) algatusega, on üleüldse aset leidnud mainitud sümposionide korraldamise ja läbiviimise tegevusala osas. Taotleja leidis, et pigem ei, ning vaidlustajad ei ole ka vastupidist väitnud ega tõendanud. Mujalt esitatud tõenditest vastandatud figuratiivse kaubamärgi kasutamine mainitud sümposionide korraldamise/läbiviimise teenuste osas ei nähtu. Kuivõrd ei ole tõendatud selle registreeritud kaubamärgi kasutamist selle registreeringus märgitud

teenuste osas, ei saa eeldada, järeldada või pidada tõendatuks selle konkreetse kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet. Sellisel juhul ei saa ka jaatada ka võimalust, et taotleja hilisem, hoopis teise valdkonna kaubamärk saaks neid aspekte üldse ära kasutada või kahjustada. Utreeritult öeldes — kui kaubamärgil selle kaubamärgi kasutamise kaudu selle registreeringus märgitud teenuste osas omandatud mainet või eristusvõimet ei ole, ei saa neid olemas mitteolevaid aspekte ka ära kasutada ega kahjustada, ning veel vähem luua seost. Kaubamärgi väidetav üldtuntus ei oma siinjuures puutumust, KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldub vaid registreeritud kaubamärkidele. Arvestades ülaltoodud leidis taotleja, et vaidlustusavaldus ei ole ka KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise seisukohalt põhjendatud. Taotleja kaubamärgi osas ei esine ka nimetatud õiguskaitset välistavat asjaolu.

Kokku võttes on vaidlustajate vaidlustusavaldus taotleja hinnangul alusetu ning põhjendamata, selles tehtud järeldused ebaõiged. Taotleja MTÜ Erakond Eesti 200 (endise MTÜ Eesti 200) kaubamärgi „ERAKOND EESTI 200“ osas KaMS § 10 lg 1 p-des 2 ja 3 märgitud õiguskaitset välistavaid asjaolusid ei esine. Vaidlustajad ei ole põhjendanud, et mõlemad neist on asjast huvitatud isikud, kes oleksid õigustatud taotlust vaidlustama (nõue KaMS § 41 lg 2 alusel). Asjast huvitatus on seejuures ilmselgelt põhjendamatu MTÜ Eesti Kultuur 200 puhul, kellele varasemaid õigusi ei kuulu. Vaidlustajad ei ole klassides 12, 35 ega 41 varasema üldtuntud kaubamärgi omanikeks, kuna see ei ole tõendamist leidnud. Vaidlustaja K. Summatavet on varasema figuratiivse registreeritud kaubamärgi omanik, selle õiguskaitse on aga piiratud kindlate teenustega. Kõigest eeltoodust tulenevalt, juhindudes KaMS ning TÕAS regulatsioonist ning viidatud Euroopa Kohtu praktikast palus taotleja jätta vaidlustusavaldus 1828 täielikult rahuldumata, mitte tühistada Patendiameti otsust registreerida kaubamärk „EESTI 200“ (M201800462) klassides 16, 25, 35 ja 41 MTÜ Erakond Eesti 200 (MTÜ Eesti 200) nimele ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Seisukohtadele oli lisatud (1) *sümposion*. Eesti kirjakeele seletav sõnaraamat; (2) MTÜ Eesti Kultuur 200 kohta Äriregistri väljavõte; (3) Eesti Vabariik 100. Visioon Eesti Vabariik 200. Väljatrükk: <https://www.ev100.es/et/eesti-200>; (4) MTÜ Eesti Kultuuri Koda kohta Äriregistri väljavõte.

5) 27.04.2020 (pikendatud tähtajal) esitasid **vaidlustajad** vastuseisukoha. Vaidlustajad pidasid asjakohatuks taotleja seisukohta, nagu ei oleks põhjust kahelda Patendiameti tehtud otsustes, so Patendiameti ekspertiisi põhjalikkuses. Taotlejale kui poliitilisele erakonnale peaks olema teada, et seadusandja on kaebeõiguse ette näinud juba Eesti Vabariigi põhiseaduses, mille §-s 15 on sätestatud, et igaühel on õigus pöörduda oma õiguste ja vabaduste rikkumise korral kohtusse. Sellega sätestatakse subjektiivne menetlusõiguslik tagatis, mille eesmärk on muuta põhiõiguste materiaalõiguslik sisu tegelikkuseks, so iga subjektiivset õigust peab olema võimalik realiseerida kohtus tõhusas ja ausas menetluses mõistliku aja jooksul. Seadusandja on ette näinud menetlused Patendiameti otsuste vaidlustamiseks ja uuesti läbi vaatamiseks mitmes erinevas menetlusastmes, alustades märkuse esitamisest Patendiametile kuni Riigikohtu menetluseni. Seega, taotleja seisukoht nagu ei oleks põhjust Patendiameti otsuseid õigsust kontrollida „kuna Patendiameti ekspertiis on põhjalik,“ on asjakohatu – iga õiguslik hinnang, asjaolude tuvastamine ja nende kvalifitseerimine, taandub otsuse teinud subjektide isiklikele arusaamadele, mille õigsust peab saama kontrollida. Üldine kohtusse pöördumise õigus on ühtaegu nii igaühe põhiõigus kui ka üks õigusriigi keskne põhimõte, selle nurgakivi (Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi 5.02.2008 määrus 3- 4-1-1-08).

Vaidlustajad leidsid, et taotleja on õigesti viidanud, et vaidlustaja varasem registreeritud kaubamärk „EESTI 200 + kuju“ on registreeritud *sümposionide korraldamise ja läbiviimisega* seonduvate teenuste osas. Sümposiooni mõistet on sisustatud järgmiselt (vastuseisukoha lisad 1.1–1.3):

- Teadlaste erialane nõupidamine kitsapiirilistest küsimustest arutamiseks. *Rahvusvaheline sümposion. Keskkonnakaitse sümposion. Toimus läänemeresoome keelte alane sümposion Helsingis. Esines sümposionil ettekandega. Kongressi raames korraldati ka sümposione.* – vaimuka vestluse ja meelelahutusega pidusöök Vana-Kreekas (Eesti keele seletav sõnaraamat 2009);

- Teadlaste erialane nõupidamine; - vaimuka vestluse ja meelelahutusega pidusöök Vana-Kreekas. *Keskkonnakaitse sümposion* (Eesti õigekeelsussõnaraamat 2018);

- Koosolek, mis sarnaneb foorumiga, kuid osalejaid on vähem ja temaatika suurelt osalt erialane. Foorum – koosolek, kus arutatakse üldist huvi pakkuvaid teemasid, suur arv osavõtjaid (http://materjalid.tmk.edu.ee/anne_ilp/Ametikohtumised/misted.html).

Vaidlustajad tõid ka näiteid mõiste „sümposion“ kasutamisest (lisad 2.1–2.4):

- TABi sümposion 12.–13.09.2019 – *Sümposion on suunatud eelkõige tegevarkhitektidele ja arhitektuurivaldkonnas tegutsevatele professionaalidele, kuid pakub inspiratsiooni ja mõtlemisainet ka arhitektuurihuvilistele. Sümposiooni ettekanded ja arutelud pakuvad võimalust viia end kurssi erinevate erialade vaatepunktiga ilule ja põletavate küsimustega tänasel arhitektuurimaastikul.* (<https://tab.ee/et/programme/sumposium/>);

- SISU sümposion „Welcome Stranger!“ 1.-3.06.2016 – *Poliitiliselt korrektse pealkirja taga peitusid palju laiahaardelisemad arutelud kui esmase seosena tekkiv pagulaskriis. Võõraks olemist ja omaks*

saamist füüsilises ja vaimses ruumis lahati nii emotsionaalsest, majanduslikust kui ka hariduslikust aspektist. Seda kõike raamis muidugi sisearhitektuur ja sisearhitekt, kelle pidev väljakutsuv ülesanne on olukorras kohaneda ning ruumiliste lahendustega vastata eriilmeliste, ümberpaiknemist puudutavatele küsimustele. (<https://moodne.kodu.delfi.ee/archive/article.php?id=74836611>);

- TABi sümposium. 14.-15.09.2017 Balti Jaama reisijatepaviljonis – Sümposiumil arutatakse arhitektuuri rolli üle tänapäeva ühiskondliku ja majanduskriisi kontekstis ning kutsutakse üles antropotseeniks nimetatavat geoloogilist ajajärku kriitiliselt käsitlema. Üritus koosneb TAB 2017 peakuratoori, arhitekti, urbanisti ja ökoloogi Claudia Pasquero juhitud diskussioonidest, kus seatakse kahtluse alla levinud arusaamu loodusliku ja tehniliku piiridest. (<https://2017.tab.ee/et/programm/sumposium/>);

- Kohila sümposium 25.07-12.08.2019 – Kohila Sümposiumist on saanud traditsiooni kandja, oluline sündmus kohalikul ja rahvusvahelisel tasandil, mis kogub kaasaegseid puupõletusealaseid teadmisi- oskusi, ning toimib nende vahendajana professionaalses ringkonnas ja tavapubliku hulgas. (<https://www.eaa.ee/xix-kohila-sumposium>).

Toodust nähtuvalt on sümposiumi foorumi laadne üritus, mis keskendub mõnele konkreetsele teemale ja kus esinevad ettekandjatena vastava ala asjatundjad. Sümposiumid on üldiselt avatud ka kõikidele asjahuvilistele, kes saavad pileti eest sümposiumidel pealtvaatajatena osaleda. Sümposiumide korraldamine ja läbiviimine hõlmab endas üritust ja selle teematikat tutvustavate ja reklaamivate elektroonsete või paberil levitatavate materjalide (trükkid jne) valmistamist ja levitamist, sh üldsuse teavitamist korraldatava ürituse/sümposiumi ühiskonnale olulisest teemaatikast, samuti üritusel esitatava võimaliku statistilise teabe koostamist, pressiteadete avaldamist ja üritusele reklaampindade üürimist. Korraldatavad sümposiumid ise võivad olla harivad või meelelahutuslikud nii vastava ala asjatundjatele, kui ka pealtvaatajatele. Samuti puudutavad sümposiumid asjaomaste erialaspetsialistide edasise tegevuse korraldamist, mh võidakse vastu võtta ühiseid tegevuskavasid, teha kokkuvõtteid ning avaldada sellega seotud artikleid ja uudiseid. Mh puudutab see ühiskondlikke ja poliitilisi teemasid. Vaidlustajad märkisid, et sümposiumide korraldamise ja läbiviimisega võib pidada samaliigiliseks mistahes sedalaadi ürituste korraldamist ja läbiviimist, sh foorumide, kollokviumide, seminaride, konverentside, ümarlaudade, messide ja koosolekute korraldamist. Seetõttu on varasema registreeritud kaubamärgi teenustega identsed ja samaliigilised ka järgmised vaidlustatud kaubamärgi klassides 16, 35 ja 41 kuuluvad teenused:

Klass 16 – /.../; trükkid; köitematerjal; fotod; kirjatärbed; /.../; õppematerjalid ja näitevahendid; /.../; lendlehed (flaierid); pisitrükkid; almanahhid; graafikatrükkid; kaardid; kalendrid; kataloogid; kirjutusmaterjalid; perioodilised väljaanded; plakadid; postkaardid; /.../; ajalehed; ajakirjad; brošüürid; prospektid;

Klass 35 – Reklaam, ühiskonnateemade üldsusele teadvustamise reklaamiteenused; /.../; majandusprognoosid; statistiline teave; arvutivõrgureklaam; reklaammaterjalide levitamine; pressiülevaateteenused; reklaampindade üürimine; reklaamtekstide ettevalmistamine ja publitseerimine; reklaamiteenistus; avalikkusega suhtlemine; messide korraldamine äri või reklaami eesmärgil; /.../; kõigi loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused; turu-uuringud; rahvastikuküsitlused;

Klass 41 – Haridus; väljaõpe; meelelahutus; /.../; ühiskondlike ja poliitiliste organisatsioonide ning rühmituste meelelahutuse, hariduse, kultuuri alase tegevuse korraldamine; poliitikaga seotud info, uudiste, kommentaaride ja artiklite avaldamine; poliitikaga seotud uudisteprogrammide teenused internetis edastamiseks; kirjastustegevus, tekstide kirjastamine ja avaldamine.

Vaidlustajad on vaidlustusavalduses juba selgitanud, et K. Summatavet, olles MTÜ Eesti Kultuur 200 asutaja ja kuuludes ka selle juhatusse (vaidlustusavalduse lisa 4), kasutab nii kombineeritud kaubamärki „EESTI 200 + kuju“ nagu see on registreeritud, kui ka sõnalist kaubamärki „EESTI 200“ koos MTÜ-ga Eesti Kultuur 200 selle põhikirjaliste tegevuste elluviimisel, mh osaledes kultuuri ühiskondliku rolli, selle väärtustamise ja võimendamise aruteludel; kogudes, analüüsides ja mõtestades kultuuri-alast informatsiooni; korraldades avalikke üritusi ja mõttevahetusi; aitates luua ja arendada Eesti kultuuritegijate mäluanka; korraldades koolitustegevust vastavalt seaduse nõuetele; toimetades ja andes välja internetilehekülgi, trükkid, audio- ja videomaterjale ning suheldes samalaadsete välisorganisatsioonidega (vaidlustusavalduse lisa 5). Vaidlustajad pidasid asjakohatuks taotleja vastuväidet, nagu ei oleks vaidlustajad kasutanud oma varasemat kaubamärki kaubamärgifunktsioonis. Erinevalt taotleja väidetest, ei ole vaidlustajad kasutanud oma kaubamärki „EESTI 200“ ka viitamaks loodava teose „kunstilisele päritolule“. Vaidlustajate tegevuse üheks eesmärgiks on küll luua Eesti kultuuritegijate mäluanka, kuid seda tähistatakse nimega „Mäluanka“. Tähisega „EESTI 200“ tähistavad vaidlustajad oma põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks vältimatult vajalikku majandustegevust tervikuna, mille tulemusena saadakse mh tulu ürituste korraldamisest (piletid, reklaamitulu jne), avalikest esinemistest, annetustest aga ka vabatahtlike töö arvelt kokkuhoitud kuludelt. Nimetatud tegevus on suunatud Eesti kultuurisektorile, so asjaomase tarbijaskonna moodustavad kultuurivaldkonnas tegutsevad Eesti inimesed. Kaubamärgi „EESTI 200“ sellisel viisil kasutamine võimaldab vaidlustajatel luua oma pakutavatele teenustele nende eesmärkide saavutamiseks vajalik turuosa ja seda hoida ning eristada vaidlustajate majandustegevust muudest kultuuri ja ühiskonda puudutavates valdkondades asetleidva-

test tegevustest, sh poliitiliste parteide tegevustest. Seega on ekslik taotleja väide nagu ei oleks vaidlustajad kasutanud oma „EESTI 200“ kaubamärki kaubamärgifunktsioonis.

Vaidlustajad on vaidlustusavaldusele lisanud tõendid, mis näitavad sõnalise kaubamärgi „EESTI 200“, aga ka registreeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ varasemat kasutamist ja tutvustamist ning see läbi saavutatud üldtuntust ja tugevat mainet vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise seisuga. Taotleja esitatud vastuväiteid sellega seoses on vaidlustajad kommenteerinud järgnevalt. Lisa 7 – asjakohatu on taotleja märkus, et nimetatud tõend ei sisalda tähist „EESTI 200“. Nimetatud materjal on esitatud tõendamaks, et 30.10.2015 toimunud Eesti Kultuuri Koda konverentsi „VASTUTUS + KULTUUR = VASTUTUSKULTUUR?“ meediapartneriks oli Postimees, kes tegi konverentsist otseülekande internetis ja kajastas seda ka üleriigilises ajalehes Postimees. Lisast 8 nähtuvalt kuulutati nimetatud konverentsil välja EV100 kingitus EESTI 200. Lisad 8 ja 9 – tähist „EESTI 200“ on kasutatud ettekande pealkirjas, kus seda mh tutvustati „Mälupanga“ loomiseks kavandatavaid tegevusi eristava tähisena. Seega, ekslik ja põhjendamatu on taotleja arvamus nagu seda oleks kasutatud kirjeldavas funktsioonis. Taotleja seisukohta järgides, oleks kirjeldav ja eristusvõimetu ka taotleja enda käesolevas asjas vaidlustatud tähis. Asjakohatu on ka taotleja etteheide selle kohta, et K. Summatavet tutvustas EESTI 200 kavandatavaid tegevusi koos P. Lillega ning, et kingituse EESTI 200 on formaalselt üle andnud Eesti Kultuuri Koda, mistõttu ei saa tähise „EESTI 200“ kasutamist omistada vaidlustajatele. Märgime, et sellel hetkel, so 30.10.2015, oli K. Summataveti idee/projekt oma kõige varasemas staadiumis, kus selle reaalne teostamine oli alles ettevalmistamisel. Seetõttu andis MTÜ Eesti Kultuuri Koda, konverentsi „VASTUTUS + KULTUUR = VASTUTUSKULTUUR?“ korraldajana, kingituse EESTI 200 üle Eesti Vabariigile K. Summataveti soovil ja volitusel. Vaidlustusavalduse lisadest 2 ja 4 nähtuvalt esitas K. Summatavet taotluse kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ registreerimiseks 2.12.2015 ning asutas MTÜ Eesti Kultuur 200 22.12.2015. Seega, K. Summatavet on vastandatud varasema registreeritud kaubamärgi omanik. Nimetatud kaubamärgi keskseks ja domineerivaks elemendiks on selle sõnaline osa EESTI 200. MTÜ Eesti Kultuur 200 on asutatud selleks, et hakata kaubamärgiga „EESTI 200“ tähistatavaid tegevusi realselt ellu viima. Seda tõendab vaidlustusavalduse lisa 5, mille kohaselt on MTÜ Eesti Kultuur 200 üheks tegevuse eesmärgiks „luua ja arendada Eesti kultuuritegijate mälupanka“. Sellega seoses on ka vaidlustusavalduse lisast 9 nähtuvalt märgitud EESTI 200 kingituse algatajaks MTÜ Eesti Kultuur 200, kes on otseselt seotud vaidlustajaga 2 ning kes on koos ka tegelikud projekti elluviijad ja kaubamärgi „EESTI 200“ kasutajad. Vaidlustusavalduse lisad 8 ja 9 on vaidluses asjakohased eelkõige seetõttu, et tõendavad kaubamärgi „EESTI 200“ väljatöötamise ja esmase avaliku tutvustamise aega. Lisa 10 tõendab, et alates 2.11.2015 kuni vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamiseni 3.05.2018 on veebilehte www.ev100.ee külastanud 589 538 erinevat (uut) kasutajat 949 755 korral. Nimetatud veebilehe ajajaotise „Kingitused“ all kuvatakse kõikide kingituste eelvaated, sh kaubamärgiga „EESTI 200“ tähistatud kingitus – kultuurivaldkondade pikaajalise tegevusplaani eelvaade koos lühikirjeldusega. Seega, kaubamärgi „EESTI 200“ leidmiseks ja sellest esmase ülevaate saamiseks puudus veebilehe www.ev100.ee külastajatel vajadus siseneda iga kingituse alamlehtedele nagu väidab taotleja. Lisa 11 – ka vaadeldava artikli puhul ei ole asjakohased taotleja märkused seoses sellega, et EESTI 200 kingituse tegijaks on MTÜ Eesti Kultuuri Koda. Artiklist nähtub selgelt, et EESTI 200 idee autoriks (ja ka vastava kaubamärgi omanikuks) on K. Summatavet. Vaidlustajad on juba viidanud, et K. Summatavet, olles EESTI 200 projekti idee autor ja hilisemalt ka registreeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ omanik, on andnud MTÜ-le Eesti Kultuuri Koda volituse kõnealune kingitus üle anda. Ekslik on ka taotleja seisukoht nagu ei nähtuks nimetatud tõendist kaubamärgi „EESTI 200“ kasutamine kaubamärgifunktsioonis. Vaidlustajad selgitasid veelkord, et üleantud kingituse objektiks ei olnud mitte tähis „EESTI 200“, vaid selle tähise all teostatav tegevus – pikaajalise kultuurivaldkondade tegevusplaani ja kultuuritegijate mälupanga loomine, mis mh hõlmab eesmärkide saavutamiseks vajalikku majandustegevust. Seega, vaidlustajad kasutavad kaubamärki „EESTI 200“ oma projekti ja sellega seotud tegevuste eristamiseks teistest kultuurivaldkonnas teostatavatest projektidest, so kaubamärgifunktsioonis. Lisad 12, 13 ja 14 – taotleja väitis, et nimetatud tõenditest jääb tähise „EESTI 200“ seos vaidlustajatega arusaamatuks. Vaidlustajate arvates nähtub nimetatud tõendist selgelt, et tähist „EESTI 200“ kasutatakse Eesti kultuuritegijate Mälupanga loomisel, sellega seotud tegevuste tähistamiseks. Samuti on kõikides viidatud artiklite alguses nimetatud, et artikkel puudutab K. Summataveti ja Mart Meri loodavat Eesti kultuuritegijate mälupanka. Nagu vaidlustajad on korduvalt viidanud, on K. Summatavet registreeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ omanik ja MTÜ Eesti Kultuur 200 asutaja ja juhatuse liige. Seega, on artiklis tutvustatud tähis EESTI 200 otseselt seotud vaidlustajatega. Lisa 15 – asjakohatu on taotleja väide nagu võiks artiklis sisalduva foto pealkirja tõttu seonduda artiklis tutvustatava kaubamärgi „EESTI 200“ kasutamine MTÜ-ga Eesti Kultuuri Koda. Artikli sisu viitab üheselt vaidlustaja K. Summatavetile, kes on registreeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ omanik ja MTÜ Eesti Kultuur 200 asutaja ja juhatuse liige. Lisa 16 tõendab, et taotleja tunnistab ka ise, et vaidlustatud kaubamärgi tegevusvaldkond hõlmab vaidlustajate tegevusvaldkonda. Taotleja ei ole seda eitanud ka oma 23.03.2020 vastuses. Lisa 17 – arusaamatuks jääb taotleja seisukoht, mille kohaselt tõendab vaidlustusavalduse lisana 17 esitatud materjal asjaolu, et tähis „EESTI 200“ ei seostu vaidlustajatega. Vaadeldavas artiklis on kaitset vajavatena selgelt märgitud nii MTÜ Eesti Kultuur 200 kui ka K.

Summatavet. Nimetatud tõend näitab vaidlustajate arvates vastuvaidlematult seda, et vaidlustajate poolt oma tegevuses kasutatav kaubamärk „EESTI 200“ oli saavutanud sedavõrd suure tuntuse ja taotleja tegevust kaubamärgi ülevõtmisel peeti sedavõrd ebaõiglaseks, et vaidlustajate ja nende poolt veetava kodanikuliikumise tegevuse kaitseks peeti vajalikuks luua Riigikogu toetusrühm. Lisa 18 ja 19 – taotleja väitis, et vaidlustusavalduse lisana 18 esitatud e-kirjad on kirjutatud vaidlustajatega seotud isikute poolt, mistõttu ei ole need ammendavad ega objektiivsed tõendid segiajamise kohta avalikkuse poolt. Taotleja ei ole viidanud, millistele tõenditele nimetatud väide tugineb ega ole lisanud sellekohast materjali ka oma 23.03.2020 seisukohtadele. Seetõttu on taotleja nimetatud väide paljasõnaline ja tuleb jätta tähelepanuta. Vaidlustajad küll nõustuvad, et esitatud e-kirjad ei väljenda ammendavalt kaubamärkide tegeliku segiajamise ulatust, vaid on üksnes fragment tegelikult põhjustatud ebaõiglusest.

Vaidlustajad pidasid kokkuvõtvalt põhjendatuks nentida, et taotleja väide, nagu ei võimaldaks esitatud tõendid üheselt järeldada, kellega kaubamärk „EESTI 200“ avalikkusele seondub, st kas MTÜ-ga Eesti Kultuur 200 või K. Summatavetiga või mõne kolmanda isikuga, on kaubamärgiõiguse aspektist sisutu. Vaidlustajad juhtisid taotleja tähelepanu põhimõttele, mille kohaselt on kaubamärgi põhiülesanne tagada tarbijale või lõppkasutajale see, et kaubamärgiga tähistatud kaup või teenus on teatavat päritolu, nii et tarbija või lõppkasutaja saab kõnealust kaupa või teenust võimaliku segiajamiseta eristada muud päritolu kaubast või teenusest, ning et selleks, et kaubamärk võiks täita oma olulist osa moonutamata konkurentsi süsteemis, mille loomine on asutamislepingu eesmärk, peab kaubamärk tagama, et kõiki sellega tähistatud kaupu valmistatakse või teenuseid osutatakse nende kvaliteedi eest vastutava ettevõtja kontrolli all (eelkõige 11.11.1997 otsus C-349/95: Loendersloot, EKL 1997, lk I-6227, p-d 22 ja 24, ja 29.09.1998 otsus C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, p 28). Seega, kaubamärk on üldtuntud ka juhul, kui seda tunneb enamuse asjaomasest avalikkuse sektorist, kes ei pruugi teada, milline konkreetne ühing või ühendus ise või koostöös mõne kolmanda isikuga asjaomaseid kaupu pakub või teenuseid osutab. Kaubamärgi, sh üldtuntud kaubamärgi funktsiooniks on tagada, et konkreetse tähise all osutatavad teenused on sama ärilise päritoluga. Käesolevas asjas kasutavad vaidlustajad kaubamärgi „EESTI 200“ ühiselt. Sealhulgas on K. Summatavet võimaldanud kaubamärgi „EESTI 200“ teatavat kasutust ka MTÜ Eesti Kultuuri Koda poolt, kuna seistakse samade ideaalide ja eesmärkide eest. Osutatavate teenuste ja muude tegevuste sisu ja kvaliteedi eest vastutavad siiski vaidlustajad ühiselt, so kaubamärgi „EESTI 200“ all osutatavad teenused ja teostatavad tegevused on asjaomase avalikkuse jaoks sama ärilise päritoluga. Nimetatud tegevus hõlmab avalikkusega suhtlemist, kultuurilase teabe edastamist ja reklaami, sellega seotud informatsiooniteenuseid, süvaintervjuude läbiviimist kultuuritegelastega, samuti sellega seotud ürituste ja kokkusaamiste korraldamist jpm.

Vaidlustajad esitasid täiendavad tõendid sõnalise kaubamärgi „EESTI 200“ üldtuntuse tõendamiseks Eesti kultuurisektoris 3.05.2018 seisuga. Esitatavateks tõenditeks on kinnituskirjad järgmistelt nimekaltelt kultuuritegelastelt (lisad 3.1–3.29):

- Andres Tarand (Eesti Rooma Klubi president 2018): Kinnitan, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumisega EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegelaste Mälupanga käivitamine.

- Andrus Raudsalu (AS Postimees Grupp juhatuse esimees): Kinnitan, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja algatatud vabatahtliku kodanikuliikumisega EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegelaste Mälupanga käivitamine. Laiem eesmärk oli mälupanga kogutud materjali süntees kultuuriavalikkuse esindajate seas ning selle baasilt Eesti tulevikuvisioni kujundamine ja tutvustamine laiemale avalikkusele. EESTI 200 idee sündis 2015 aasta mai lõpus ning juba 2015 aasta juuni lõpus tutvustati seda Eesti Kultuuri Kojas loodud vastava töögrupi poolt EV100 juhtrühmale. Olin EESTI 200 idee sünni juures, kui toonane Eesti Kultuuri Koja eestseisuse liige.

- Ants Johanson (Eesti Kultuuriseltside Ühenduse juhatuse liige): Eesti Kultuuriseltside Ühendus alustas koostööd Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meriga Mälupanga loomisel augustis 2016, pakkusime välja suure hulga eesti kultuuri ja teaduse väljapaistvaid tegelasi, kelle pärandi salvestamine on kiireloomuliselt tarvilik. Aprillis 2017 läksime kaasa ideega kinkida Eesti Vabariigile kodanikuliikumine Eesti 200 ja sedakaudu Mälupank, 12. juunil 2017 tutvustasime ideed kodulehel EKSÜ liikmetele ja meie uudisvoo jälgijatele ning kutsusime eestvedajad kõnelema ühenduse suvekooli Toilas 4.-5. augustil 2017. EKSÜ toetab jätkuvalt ja kõigi oma võimalustega Eesti 200 ja Mälupanga arengut.

- Harry Illak (TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia õppedirektor 2015, Eesti Puhkpillimuusika Ühingu juhatuse esimees 2013-2016): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumisega EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegelaste Mälupanga käivitamine. Minu huvi vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200 vastu tärkas vahetult peale Eesti Kultuuri Koja korraldatud Vastutuskuultuuri konverentsi Viljandis 2015 aastal. Eriti kõnetas mind selle ambitsioonika kultuurivaldkondadeülese liikumise üks väga konkreetne väljund - mälupanga loomise idee. Toona TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia õppe-direktorina ja Eesti Puhkpillimuusika Ühingu juhatuse esimehena nägin, et minu võimalus ja ka

moraalne kohustus on läbi oma osaluse olla kandepinna laiendajaks valdkondades, mis asutamishetkel olid veel katteta. /.../. Alates 2016. aastast olen liitunud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200 ja jõudumööda panustanud oma ideedega paljudel toimunud aruteludel. Olen salvestanud mitmeid intervjuusid, mille üleandmised edasiseks kasutamiseks ootavad juriidilise selguse saabumist EESTI 200 staatuse osas.

- Jaak Lõhmus (Tallinna Ülikooli filmiajaloo lektor, Eesti Kinoliidu juhatuse esimees 2012-2014): Käesolevaga annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Osalesin korduvalt algatusrühma koosviibimistel ja mälupanga idee aruteludel.

- Karlo Funk (Eesti Instituudi tegevjuht 2013-2016): Olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Katrin Maiste (Eesti Instituudi tegevjuht alates 2017): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Töötan Eesti Instituudi tegevjuhina alates 28. septembrist 2017.

- Kersti Tiik (Eesti Kunstmuuseumi arendusdirektor partnersuhete alal): Olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200.

- Liivi Soova (Tallinna Rahvaülikooli direktor, Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liidu juhatuse liige ja auesimees): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Loit Jõekalda (Eesti Kunstnike Liidu volikogu liige, Eesti Vabagraafikute Ühenduse juhatuse liige): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Maarja Undusk (Eesti Kunstnike Liidu volikogu liige, Eesti Nahakunstnike Liidu juhatuse liige): Annan teada, et olin juba ammu enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Mind on väga häirinud EESTI 200 nime kaaperdamine poliitiliste ambitsioonide teostamiseks, veelgi enam aga see ülbus ja endastmõistetavus, millega on varem tegutsevast sama nime kandvast organisatsioonist üle sõidetud. See on ka põhjus, miks ma ei saa nimetatud erakonna poolt valimistel oma häält anda, olgu nende tegevus kui mõistlik tahes, sest üleolev ignorants määrab kogu erakonda, laskmata äratada usaldust ka nende muu tegevuse vastu. Oleks ju uuel erakonnal suuremeelne ja aus tunnistada, et EESTI 200 oli olemas juba varem ja oma nimetust kohendada, umbes nii, nagu sündis lõpuks Põhja- Makedoonia riik.

- Mare Kõiva (Eesti-Uuringute Tippkeskuse juht, Eesti Kirjandusmuuseumi juhtteadur osakonnajuhataja ülesannetes, Soome Kirjanduse Seltsi välisliige): Käesolevaga teatan, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Projekti sihiks oli tol ajal laiemate ühiskonnakihtide kaasamine oma tegevusse, mis tundus väga perspektiivseks. Idee oli atraktiivne, mistõttu uurisin ka Euroopa erialaühendustest, kas seal on lähedase sisuga ettevõtmisi.

- Märt-Matis Lill (Helilooja, Eesti Heliloojate Liidu esimees): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Merle Karusoo (Lavastaja, Ühenduse Eesti Elulood asutajaliige, Lavakooli õppejõud, Lavastajate ja Dramaturgide Liidu liige, Eesti Kirjanike Liidu liige): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Olen tegele-
nud eestlaste elulugude kogumise ja korraldamisega aastast 1982. Pean oluliseks uurida väärtushinnangute muutumist ajas eelkõige läbi nende kultuuriinimeste, kes on ise ka õppejõud. Mida oleme võitnud, mida kaotanud. Seepärast ühinesin liikumisega Eesti 200. Pean oluliseks jõuda väljunditeni, mis kõnetaksid laiemat avalikkust: kogumikud, lavastused, avalikud intervjuud.

- Pille Lill (Muusikute Täiendõppe Keskuse juhataja, Eesti Kultuuri Koja juhatuse liige): Annan teada, et olin 2015. aastal koos Kärt Summatavetiga EESTI 200 idee looja ning laiahaardelise kodanikuliikumise käivitaja ja elluviija. Rahvusvahelise mõõtmega EESTI 200 loodi eesmärgiga töötada välja oma riigile pikemaajaline visioon. Olin enne 2. maid 2018 detailselt kursis vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks esimestest ettevõtmistest sai Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Riina Eentalu (ERR raadioajakirjanik ja uudistetoimetaja): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.

- Ruti Einpalu (Arvamusfestivali käivitaja, projektijuht, tuleviku Eesti teema juht): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.
- Sirje Madisson (Eesti Rahva Muuseumi koostöövõrgustike koordinaator): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Minu poolt koostatud ERMi Sõprade Seltsi aastaraamatus Lee 23, mis ilmus 2017. aastal, avaldasime K. Summataveti ja M. Mere artikli Mälupanga - "hulk väikseid jõudusid" võib palju kasulikku tööd ära teha. Aastaraamat on saadaval teadusraamatukogudes ja rahvusraamatukogus, seda jagatakse teabepäevadel ja kingitakse ERMi kaastöölistele.
- Taisto Raudalainen (Eestisoomlaste Kultuuriautonoomia kultuurinõukogu esimees, TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia lektor): Annan teada, et olin enne 02.05.2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Tegu on pikas perspektiivis avarat hariduslikku, teaduslikku ja laiemat ühiskondlikku kõlapinda eviva algatusega.
- Tiina Maiberg (Eesti Instituudi nõukogu liige): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.
- Tiiu Kuurme (TLÜ kasvatusteaduse dotsent, Eesti Kultuuri Koja eestseisuse liige, Eesti Rooma Klubi liige): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.
- Tõnu Tuulas (Viimsi Rotary Klubi Sekretär 2016 juuni-2017 juuni, Viimsi Rotary Klubi President 2017 juuni-2018 juuni): Olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Viimsi Rotary klubi korraldas 2017.a. märtsis heategevusliku oksjoni vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200 Eesti Kultuuritegijate Mälupanga tegevuse toetamiseks Viimsi mõisa hoones. See oli meie klubi suurepärase koostöö EESTI 200 ja Eesti Kultuuritegijate Mälupanga liikumisega, mille tulemusel müüdi üle 30 Eesti kunstniku teose ja kogu tulu annetati Mälupanga tegevuste tarvis. Üritust kajastas Kanal 2 televisioonis. Üritusel osalesid rotariaanid kogu Eestist. 2018 aprillis korraldasime Viimsi Rotary klubi (mil olin klubi president) ja EESTI 200 Eesti Kultuuritegijate Mälupangaga koostöös virtuaalse oksjoni samal teemal, mis oli 2017.a. Tulu annetasime samuti Mälupangale. Meie klubi liikmetele, meie koostööpartneritele ja Eesti rotariaanidele tekitas väga suurt segadust hiljem Eesti 200 nimetuse all poliitilise liikumise ja hiljem ka erakonna avalikkuse ette ilmumine. Olime teadvustanud ja lubanud, et toetame kultuuri ja Eesti kultuurimälu talletamist. Meil puudusid mistahes poliitilised ambitsioonid või taotlused. Isiklikult leian, et mistahes nimi peab olema puutumatu ja nimel on olemuslik seos nime loojaga või siis nime andjaga. Kõik, mis toimub sama nimega ja teistel eesmärkidel ajaliselt hiljem, on olemuslikult seda seost ja puutumatust rikkuv ning peab olema ühiskonnas ülimalt taunitav.
- Toomas Kiho (Riigikantselei EV100 juhtrühma esimees): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine.
- Triin Tõrs-Ojari (Eesti Arhitektuurimuuseumi direktor): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200.
- Ülo Vooglaid (Rooma Klubi president 2017-2018): Annan teada, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Ka minult võttis Kärt Summatavet koos kahe üliõpilasega paljutunnise intervjuu. Tean, et intervjuueeriti ka teisi, kelle arusaamadest arvati olevat oluline tähendus Eesti kultuuriloos.
- Urmas Sutrop (Eesti Kirjandusmuuseumi direktor 2015-2020): Kinnitan, et olin Eesti Kirjandusmuuseumi direktorina juba enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Osalesin mõlema nimetatud isikuga arvukates EESTI 200 diskussioonides, kuidas mälupanga algatada, koguda, korraldada ja süstematiseerida.
- Vano Allsalu (Eesti Kunstnike Liidu president 2013-2019): Käesolevaga kinnitan, et olin juba enne 2. maid 2018 kursis Eesti Kultuuri Koja liikmete Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumise EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Muu hulgas tutvustas Mart Meri projekti Eesti Kunstnike Liidu (EKL) suurskogul (üldkoosolekul) 6.05.2016 Estonia kontserdisaalis ettekandega "Algatus EESTI 200 ja kultuuritegijate mälupangast". 1943. aastal asutatud EKL on suuruselt teine loomeliit Eestis, koondades ligemale tuhandet professionaalset kunstnikku, kunstiteadlast ja kunstitöötajat. EKLi 2016. a. Suurskogul osales enam kui nelisada liidu liiget (registreerunud koosoleku alguseks 413). Lisan käesolevale kirjale ka koopia eelnimetatud suurskogul päevakorrast, mis saadeti eelnevalt kõigile liidu liikmetele.

- Ketli Tiitsar (Ehtekunstnik): Annan teada, et olin enne 2. maid 2018 kursis Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtliku kodanikuliikumisega EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine

- Kalle Vellevoog (Eesti Arhitektide Liidu juhatuse liige 2010-2016): Annan teada, et olin alates 21.10.2015 toimunud loomeliitude koosolekust teadlik Eesti Kultuuri Koja liikmete Pille Lille, Kärt Summataveti ja Mart Meri algatatud vabatahtlikust kodanikuliikumisest EESTI 200, mille üheks sihiks oli Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Eesti 200 ideed tutvustavad materjalid saadeti 16.10.2015 ka minu meiliaadressile.

Toodust nähtuvalt kinnitab suur hulk juhtivaid kultuuritegelasi, et nad teadsid enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise kuupäeva 3.05.2018 varasemast kaubamärgist „EESTI 200“, olles sellega ühel või teisel moel, sh enda juhitud organisatsiooni kaudu, kokku puutunud. Nimetatud kinnituskirjad näitavad selgelt, et vaidlusajad on kasutanud oma kaubamärki „EESTI 200“ oma majandustegevuses, sh sellega seotud tegevuste elluviimisel ja nende avalikul tutvustamisel, selleks, et eristada „Mälupanga“ loomisega seotud tegevusi teistest kultuurivaldkonnas teostatavatest projektidest. Just seetõttu seostab asjaomane avalikkuse sektor tähist „EESTI 200“ vaidlustajate poolt elluviidava „Mälupanga“ loomise projekti- ja sellega seotud tegevustega.

Vaidlustajad lisasid täiendavalt tõendi K. Summatavetile kuuluva registreeritud kaubamärgi avaliku kasutamise kohta Viimsi Rotary Klubi poolt 2017. a märtsis EESTI 200 Eesti Kultuuritegijate Mälupanga toetuseks korraldatud heategevusliku oksjoni reklaamis tiheda liiklusega Pirita teel (lisa 4), mis veelgi suurendas varasema kaubamärgi tuntust.

Vaidlustajate arvates tuleb asjakohatuks, eksitavaks ja eluliselt võimatuks pidada taotleja seisukohta, nagu tähendaks asjaolu, et vaidlustajate kasutatav sõnaline kaubamärk „EESTI 200“ oli saavutanud 3.05.2018 seisuga üldtuntuse seda, et tegemist ei ole vaidlustatud tähisest varasema kaubamärgiga. On selge, et kaubamärgi üldtuntus ei teki ühe hetkega vaid pikema ajaperioodi jooksul, mil kaubamärgist saab teadlikuks piisav hulk asjaomasest avalikkuse sektorist. Käesolevas asjas on vaidlustajad tõendanud oma kaubamärgi aktiivset kasutamist ja tutvustamist 3 aasta vältel enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamist. Selle kasutamise tulemusena oli vaidlustajate kaubamärk juba saavutanud taotleja kaubamärgitaotluse esitamise hetke seisuga üldtuntuse ja sellest tuleneva varasema õiguskaitse. Seega, vaidlustajad on kasutanud ja tutvustanud neile kuuluvat „EESTI 200“ kaubamärki enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluste esitamist 3.05.2018 kolme aasta vältel järjepidevalt muu hulgas trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas. Tegemist on kultuurialase ühiskondliku tegevusega, mis on seotud erinevate organisatsioonide vahelise koostööga, avalike ürituste korraldamisega, publikatsioonide avaldamisega ja tegevust puudutava informatsiooni levitamisega, mis kuulub valdkonda, kus tegutseb vaidlustatud kaubamärgi taotleja MTÜ Erakond Eesti 200 (varasemalt MTÜ Eesti 200). Esitatule tuginedes jäid vaidlustajad seisukohale, et nii K. Summatavetile kuuluv registreeritud kaubamärk kui ka mõlema vaidlustaja poolt kasutatav sõnaline kaubamärk „EESTI 200“ olid saavutanud vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise hetkeks 3.05.2018 üldtuntuse ja väga hea maine Eesti kultuurisektoris.

Taotleja väitis üllatuslikult, et vaidlustajad ei ole käesolevast asjast huvitatud isikuteks. Vaidlustajad sellega ei nõustunud. K. Summatavetile kuulub vaidlustatud tähisele vastandatav varasem registreeritud kaubamärk, mille sõnaline osa on identne taotleja vaidlustatud tähisega. Mõlemale vaidlustajale kuulub ühiselt ka Eesti kultuurisektoris 3.05.2018 seisuga üldtuntuse saavutanud sõnaline kaubamärk „EESTI 200“, mis on identne vaidlustatud tähisega. Seega on mõlemad vaidlustajad huvitatud isikuks.

Vaidlustajad jäid seisukohale, et vaidlustatud tähise osas esineb KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud õiguskaitset välisast asjaolu. Taotleja ei ole esitanud ühtegi vastuväidet vaidlustatud tähise vaidlustus-avalduses väljatoodud sarnasustele varasema registreeritud kaubamärgiga, tunnistades sellega osaliselt vaidlustusavalust. Nimetatu on ka mõistetav, kuna asjaomased kaubamärgid on visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt väga sarnased. Seega on vaidlustatud tähis üldhinnanguna väga sarnane varasema registreeritud kaubamärgiga. Taotleja ei ole esitanud ka ühtegi sisulist vastuväidet nimetatud kaubamärkide kaupade ja teenuste samaliigilisuse osas. Vaidlustajad on siiski varasema registreeritud kaubamärgi õiguskaitse sisu kaupade ja teenuste osas täiendavalt analüüsinud ja leidnud, et sümposionide korraldamise ja läbiviimisega võib pidada samaliigiliseks mistahes sedalaadi ürituste korraldamist ja läbiviimist, sh foorumide, kollokviumide, seminaride, konverentside, ümarlaudade, messide ja koosolekute korraldamist ja läbiviimist (vt täiendavalt eespool). Seetõttu on varasema registreeritud kaubamärgi teenustega identsed ja samaliigilised ka eespool loetletud vaidlustatud kaubamärgi EESTI 200 klassides 16, 35 ja 41 kuuluvad teenused.

Vaidlustajad on samuti eespool selgitanud oma varasema üldtuntud sõnalise kaubamärgi kasutamist kaubamärgifunktsioonis, võimaldamaks asjaomasel tarbijaskonnal eristada vaidlustajatelt pärinevaid kaupu, teenuseid ning tegevusi samas valdkonnas pakutavatest muudest kaupadest, osutatavates teenustest ja elluviidavatest tegevustest, millel on teine äriiline päritolu nagu ka nimetatud kaubamärgi üldtuntust vaidlustatud tähise taotluse esitamise hetkel. Vaidlustajate kultuuriringkondades üldtuntud sõnaline kaubamärk „EESTI 200“ on äravahetamiseni sarnane vaidlustatud tähisega. Nimetatud kaubamärki on kasutatud muu hulgas trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas. Tegemist on kultuurialase ühiskondliku tegevusega, mis on seotud erinevate organisatsioonide vahelise koostööga, avalike ürituste korraldamisega, publikatsioonide avaldamisega ja tegevust puudutava informatsiooni levitamise. Nimetatud kaubad ja teenused on identsed ja samaliigilised vaidlustatud kaubamärgi osas taotletavate kaupade ja teenustega.

Vaidlustajad leidsid endiselt, et vaidlustatud kaubamärgi osas esineb ka KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatud õiguskaitset välistav asjaolu. Kooskõlas KaMS § 17 lg 2 p-ga 1 loetakse kaubamärgi kasutamiseks kaubamärgiomaniku poolt ka kaubamärgi kasutamist kujul, mis erineb kaubamärgi reproduktsioonist selliste elementide poolest, mis ei muuda kaubamärgi eristusvõimet sellisel kujul, millisenä see on registreeritud, sõltumata sellest, kas kaubamärk on ka kasutatud kujul kaubamärgiomaniku nimele registreeritud. Vastandatud registreeritud kaubamärgi osas ei ole vaidlustajatel kahtlust, et selle kõige domineerivama ja tugevama eristusvõimelise elemendi moodustab kaubamärgi sõnaline osa EESTI 200. Just see kaubamärgielement annab kaubamärgiga tähistatud teenustele neid identifitseeriva nime, mis on asjaomasele tarbijaskonnale kergesti meeldejääv ja äratuntav. Kõnealuse kaubamärgi kujunduslik osa, seevastu, on suhteliselt ebamäärase kujuga, raskesti tuvastatav ja meenutatav. Pigem mõjub see kunstipärase kaunistusena, mitte ühe turuosalise kaupu ja teenuseid teistest eristava kaubamärgielemendina. Sellest tulenevalt on varasema registreeritud kaubamärgi kasutamine ilma selle kujunduselemendita, so sõnalise tähisena „EESTI 200“, vaadeldav registreeritud kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ kasutamiseks kaubamärgiõiguse mõistes. Vaidlustajad on eelnevalt vaidlustusavalduses ja ülalpool tõendanud registreeritud kaubamärgi sõnalise osa kasutamist ja saavutatud tuntuust. Toodust lähtuvalt kordab vaidlustatud tähis identselt varasema registreeritud kaubamärgi keskset, kõige eristusvõimelisemat sõnalist elementi, olles seega väga sarnane varasemale mainekale kaubamärgile, mistõttu seostavad tarbijad taotletavat tähist vaidlustajatega – tarbijad tunnevad taotletud tähises ära avaldajate varasemad kaubamärgid ja loovad asjaomaste tähiste vahele KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise eelduseks oleva seose. Arvestades vaidlustatud kaubamärgi kokkulangevuse määra varasema registreeritud kaubamärgiga ei ole kahtlust selles, et vaidlustatud tähise kasutamine toob kaasa asjaomaste märkide „seostamise“ keskmise tarbija poolt isegi juhul, kui hinnata osa taotletavatest kaupadest või teenustest varasemate kaubamärkide kaupade ja teenustega võrreldes eriliigiliselt. Vaidlustajad jäid varasema registreeritud kaubamärgi eristusvõime ja maine kahjustamise osas vaidlustusavalduses esitatu juurde, seda kordamata. Vaidlustajate arvates on selge, et varasema maineka kaubamärgi domineeriva sõnalise osa maine kahjustamine on juba aset leidnud, kuna taotleja on registreerimiseks esitanud kaubamärgi juba kasutusse võtnud. Kui varasemalt seostus vastandatud registreeritud kaubamärk ühiskondliku, poliitikaülese, vabatahtliku liikumisega ja sellel oli hea, sõltumatu maine, siis sama kaubamärgi kasutuselevõtmine taotleja poolt muutis järsult vastandatud kaubamärgi kuvandit – see hakkas seostuma päevapoliitiliste ambitsioonidega, ebaõnnestunud reklaamikampaaniaga jne. Kuna vaidlustajate mälupea kogumise ja talletamisega seotud tegevus põhineb usaldusel, siis taotleja tähise kasutamine poliitikas vale-sildistab vaidlustajaid ja muudab nimetatud töö praktiliselt võimatuks. Vaidlustajad on saanud mitmeid sellesisulisi kontaktivõtte, kus muu hulgas on kirjeldatud olukordi, kus kultuuritegelastega läbiviidavaid intervjuusid kokku leppides küsitakse, kas seda hakatakse kasutama valimisreklaamides (vaidlustusavalduse lisa 18). Samuti on oldud segaduses ja arvatud ning ette heidetud, et vaidlustajate ühiskondlik liikumine EESTI 200 on muutunud poliitiliseks liikumiseks EESTI 200. Sealhulgas on Viimsi Rotary klubi teinud päringu selle kohta, kas klubi korraldatud heategevuslikul oksjonil koguti raha hoopis poliitilise erakonna moodustamiseks (vaidlustusavalduse lisa 19). Toodust nähtuvalt rikub taotletava kaubamärgi kasutamine otseselt ja väga tugevalt vaidlustajate varasema, kultuurivaldkonnas väga kõrget mainet omava registreeritud kaubamärgi mainet ja raskendab oluliselt avaldajate tegevust, mis algas juba 2015. aastal.

TsÜS § 138 lg 1 kohaselt tuleb õiguste teostamisel ja kohustuste täitmisel toimida heas usus. Tallinna Ringkonnakohtus on selgitanud, et pahauskne, so etteheidetav, on selline registreerimistaotlus, mille esitaja teadis teisele isikule kuuluvast ja kasutusel olevast kaubamärgist ning taotlus on esitatud eesmärgiga saada enda omandusse teise isiku poolt välja töötatud ja kasutusel olev kaubamärk. K. Summatavet teavitas 3.05.2018 kell 15:35 taotleja juhatuse liikmeid Kristina Kallast, Priit Alamäed ja Küllike Saart asjaolust, et Patendiametis on 1.12.2015 registreeritud kaubamärk „EESTI 200 + kuju“, mida kasutab MTÜ Eesti Kultuur 200. Sellest hoolimata või seetõttu esitati vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotlus Patendiametisse sama päeva õhtul kell 19:20. Seega on vaidlustatud kaubamär-

gitaotlus esitatud teadvalt teisele isikule kuuluva ja kasutuses oleva kaubamärgi omastamiseks. Kõigele esitatule tuginedes palusid vaidlustajad vaidlustusavaldus rahuldada.

Seisukohtadele olid lisatud (1) väljatrüki mõiste „sümposion“ tähenduste kohta; (2) väljatrüki mõiste „sümposion“ tegeliku kasutamise kohta; (3) digitaalselt allkirjastatud kinnituskirjad varasemate kaubamärkide tuntuse kohta; (4) foto reklaamist.

6) 31.08.2020 esitas **taotleja** oma seisukoha. Taotleja jäi esitatud seisukohtade ja tõendite juurde. Taotleja ei nõustu vaidlustajate esitatud seisukohtade ning tõenditega, v.a kui taotleja poolt selgesõnaliselt väljendatud. Taotleja kordas, et vaidlustusavaldus on esitatud KaMS § 10 lg 1 p-de 2 ja 3 alusel kahe isiku poolt. KaMS § 41 lg 2 alusel võib taotleja õiguse kaubamärgile vaidlustada vaid asjast huvitatud isik. Vaidlustajad ei ole ka 28.07.2020 seisukohtades põhjendanud ega tõendanud, et kumbki neist oleks asjast huvitatud isik, kes oleks õigustatud käesolevat taotlust vaidlustama. Asjast huvitus on seejuures kindlasti põhjendamatu MTÜ Eesti Kultuur 200 puhul, kellele ei kuulu varasemat registreeritud ega üldtuntud kaubamärki.

Taotleja oli jätkuvalt seisukohal, et ülalmainitud *sümposion* on teadlaste erialane nõupidamine kitsapiiriliseimate küsimuste arutamiseks (taotleja 23.03.2020 lisa 1). Sama kinnitavad ka vaidlustajate 28.07.2020 lisa 1.1 kui ka lisad 1.2-1.3. Taotleja ei nõustunud mõttekäiguga, mille kohaselt kuuluvad teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* alla ka kõikvõimalikud muud seotud kaubad ja teenused, alustades trükistest, kirjatavetest ning lõpetades reklaamiga. Väited, mis vihjavad sellele, nagu oleks vastandatud registreeritud kaubamärgi õiguskaitse eelnimetatud klassi 41 teenuste osas laiem, on paljasõnaliselt ning tõendamata. Need ei ole kooskõlas ka K. Summataveti tahtega oma kaubamärgile õiguskaitse taotlemisel (kindlapiirilised klassi 41 teenused). KaMS § 12 lg 2 p 2 kohaselt määratakse kaubamärgi õiguskaitse ulatus teenuste suhtes kindlaks siiski registrisse kantud teenuste loeteluga. K. Summatavet on taotlenud õiguskaitset oma kaubamärgile vaid klassi 41 teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* osas ning need teenused on kantud ka registrisse. Muude kaupade või teenuste osas (sh klass 16, klass 35, klass 41) ei ole vaidlustaja oma kaubamärgile õiguskaitset taotlenud ning KaMS § 12 lg 2 p 2 kohaselt muude kaupade-teenuste osas registreeritud kaubamärk õiguskaitset ka ei oma.

Vaidlustajad väitsid, et neile kuulub 3.05.2018 seisuga üldtuntud sõnaline kaubamärk „EESTI 200“, mis omab 3.05.2018 seisuga õiguskaitset ka muu hulgas kõikide järgmiste kaupade-teenuste osas:

Klass 12 [16] – *Infolehed, sõnumilehed; lendlehed (flaierid);*

Klass 35 – *Avalikkusega suhtlemine; liikumise Eesti 200 Mälupanga idee reklaamimine; loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused; turu-uuringud; rahvastikuküsitlused;*

Klass 41 – *Ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas.*

Taotleja oli jätkuvalt seisukohal, et tähis „EESTI 200“ ei olnud 3.05.2018 seisuga üldtuntud nimetatud kaupade-teenuste osas kui vaidlustajate kaubamärk. Vaidlustajad ei ole seda kooskõlas KaMS § 7 lg 3 p s 1 märgituga tõendanud. Vaidlustajad märkisid, et nende tegevus tähise „EESTI 200“ all on olnud suunatud Eesti kultuurisektorile ning et üldtuntus seondub kultuurisektoriga. Samas vaidlustajate poolt väidetavalt osutatud kaubad ja teenused (klass 12 [16], klass 35 ja klass 41) ei ole seotud vaid kultuurisektori või loomeisikutega. Nimetatud klassi 12 [16] kaupade ning klasside 35 ja 41 teenuste tarbijateks on kogu Eesti avalikkus ning mitte kitsalt ainult kultuurisektor ning seal tegevad isikud. Järelikult, kuigi vaidlustajad väidavad enda kaubamärgi üldtuntust kaupade-teenuste üldtarbijate ühes sektoris, ei saa see üks sektor moodustada kuidagi nende kaupade-teenuste kogu Eesti tarbijate valdavast enamusest. See seab juba eos kahtluse alla vaidlustajate kaubamärgi üldtuntuse eluliselt usutavuse.

Lisaks kordas taotleja, et vaidlustajate esitatud tõenditest ei ole võimalik ühemõtteliselt järeldada, et emb-kumb vaidlustaja oleks kasutanud tähist „EESTI 200“ kaubamärgifunktsioonis (vt taotleja 23.03.2020 seisukoht ning Euroopa Üldkohtu 22.06.2010 otsus T-255/08, p 54-56; 30.06.2009 otsus T-435/05, p 22-31). Tuvastatud ei ole ka nimetatud tähise kasutamine vaidlustajate poolt ärilisel eesmärgil ning teatud kaupade-teenustele selge turuosa loomise eesmärgil. Sama järeldub kaudselt ka MTÜ Eesti Kultuur 200 äriregistris väljendatud tegevusalast – kunstialane loometegevus ning vaidlustajate eeldatavast soovist teha riigile kinge, mitte aga osutada kaupu või teenuseid ärilisel eesmärgil, luues neile kogu Eesti avalikkuse (mitte ainult kultuurinimeste) jaoks turuosa. Tähise kasutamine kunstilisele päritolule ehk mälupangale kui loometeosele viitamisel ei ole võrdsustatav tähise kasutamisega kaubamärgifunktsioonis (vt eelmainitud Euroopa Kohtu otsus T-435/05, p 25). Vaidlustajate esitatud tõendid ei võimalda jätkuvalt üheselt järeldada, kes on tähist „EESTI 200“ kasutanud ning kellega see kaubamärk väidetavalt avalikkusele seondub. Juhul kui vaidlustajad väidavad kasutamist mõlema poolt ja seondumist mõlemaga, peaks ka avalikkus seostama kaubamärki võrdselt mõlemaga ning see peaks olema ka usutavalt tõendatud. Vaidlustajate esitatud tõendid ja seisukohad näitavad, et

kaubamärki ei ole kasutatud vaid vaidlustajate poolt. Ka 28.07.2020 kinnitasid vaidlustajad, et kingituse EESTI 200 (NB mitte äriiselt müüdav kaup või teenus, millele turuosa soovitakse luua, vaid mälu-pank kui kunstilise teos, kinge) andis formaalselt üle Eesti Kultuuri Koda. Märkimisväärselt pole eelmainitud isik, kes tähist EESTI 200 kasutas, aga kumbki vaidlustajatest. Väide, et seda tehti K. Summataveti soovil ja volitusel on seejuures taaskord paljasõnaline ja tõendamata väide ning jällegi näitab see tähise „EESTI 200“ kasutamist kolmanda isiku poolt. Vaidlustajad on taotleja seisukohti pa-reerinud märkides, et kaubamärgiõiguse seisukohalt on ebaoluline, kas tähis „EESTI 200“ seondub avalikkusele ühe vaidlustajaga või mõne muu kolmanda isikuga. Taotleja kohaselt on fakt, kellega avalikkus väidetavalt üldtuntud kaubamärki seostab (kui üldse) äärmiselt relevantne, kuna üldtuntud kaubamärk peab tõendatult kuuluma ühele vaidlustajale, millest võiks tuleneda ka nende kaebeõigus taotleja kaubamärgi vastu. Kui ilmneb, et terve Eesti avalikkus ei seosta tähist „EESTI 200“ eelmainitud kaupade ja teenuste osas kummagi vaidlustajaga, ei saa rääkida ka tähise „EESTI 200“ üldtuntu-sest konkreetse vaidlustaja kaubamärgina ehk langeb ära ka vaidlustajate kaebeõigus taotleja kauba-märgi vastu (asjast huvitatus). Kaubamärgi üldtuntust saab, vaatamata vaidlustajate 28.07.2020 esita-tud seisukohtadele, omistada siiski teatud kindlale isikule. Kuna kaubamärk on varaline õigus, siis saab see kuuluda (ka üldtuntud kaubamärgina) vaid kindlale isikule tänu seosele avalikkuse ees, mille selle äriiline kasutamine on kaasa toonud. Järelikult isiku õigus üldtuntud kaubamärgile peab olema tõendatud, mis tähendab, et peame rääkima kindla isiku kaubamärgist. Ka ülejäänud vaidlustajate viited kohtupraktikale on taotleja hinnangul antud juhul suuresti ebaolulised, kuna kaubamärgi kasuta-misega on seotud mitu isikut (vaidlustajad ning ka muud (MTÜ Kultuuri Koda), mida ei eita ka vaidlus-tajad ise) ning on arusaamatu, kas kaubamärk on üldtuntud ning kellele väidetav üldtuntus üldse omis-tatav saaks olla.

Taotleja kordas samuti, et Euroopa Kohus on selgitanud, et kaupade-teenuste loetelu, millele osapool kaubamärgi õiguskaitstes rajaneb, peab olema piisavalt selge ning täpne, et asjaomased ametkonnad ning kolmandad isikud saaksid määratleda kaubamärgi õiguskaitse ulatust (12.06.2012 otsus C-307/10, p 49). Esitatud tõenditest ei järeldu täpselt, milliste kaupade-teenuste osas on vaidlustajad üldtuntud kaubamärki kasutanud, st milliste kaupade-teenuste osas on vaidlustajatel olnud soov oma kaubamärgile turuosa luua ning seda säilitada. Laialdane ja üldine kasutamine kultuurivaldkonnas ei võimalda teha siinse vaidluse seisukohalt täpsemaid järeldusi väidetud õiguskaitse kohta kindlate kau-pade-teenuste osas. Äriregistri andmetel on MTÜ Eesti Kultuur 200 aruandeliseks tegevusalaks „kuns-tialane loometegevus“ (taotleja 23.03.2020 lisa 2). Samas, väidetud üldtuntus seondub ka klassi 12 info/sõnumi/lendlehtede, klass 35 avalikkusega suhtlemise, reklaamimise, turu-uuringute ja rahvastiku-küsitluste ning klassi 41 korraldusteenuste, tekstide kirjastamise jm-ga. Järelikult vaidlustajate poolt viidatud tähise „EESTI 200“ kasutamine ning selle põhjal väidetud õiguskaitse ei ole piisavalt selge ega täpne nagu nõutud Euroopa Kohtu praktikas. Lisaks ei ole vaidlustajad kaupade-teenuste kon-tekstis kordagi defineerinud tõendites kunstilisele loometeosele viitavat mõistet „mälu-pank“. 28.07.2020 seisukohtades väljendasid vaidlustajad, et nende „tegevuse eesmärgiks on luua ja arenda-da Eesti kultuuritegijate mälu-pank“. Jätkuvalt on arusaamatu, kas ja mis kaup või teenus see on, kas tähist on kasutatud äriiselt eesmärgil ning millistele kaupadele või teenustele selge turuosa loomi-se eesmärgil on tähist kasutatud.

Mis puutub kriitikasse vaidlustajate väidetavalt üldtuntud kaubamärgi kasutamist puudutavatesse tõen-ditesse, siis jäi [taotleja] täielikult oma seisukohtade juurde. Vaidlustusavalduse lisa 10 näitab jätkuvalt üldlehe ev100.ee külastatavust, mitte aga EESTI 200 all-lehe külastatavust. Vaidlustajate esitatud väi-tes ei võimalda järeldada vastupidist. Vaidlustusavalduse lisa 11 on tähise „EESTI 200“ kasutajaks endiselt kolmas isik MTÜ Eesti Kultuuri Koda ning vaidlustajate 28.07.2020 väited ei võimalda järelda-da vastupidist või omistada kasutamist vaidlustajatele. Vaidlustusavalduse lisa 16 tõendab taotleja esindaja soovi kohtuda, et arutada võimalikku kompromissi. Vaidlustusavalduse ning vaidlustajate järgnevad tõendid ei näita, kas osapooled kohtusid. Sh kas vaidlustajad on nõustunud koos või eraldi kohtuma ning samuti proovinud asja kompromissiga lahendada. Lisaks ei ole võimalik taotleja esinda-ja nentimisest, et kahe organisatsiooni visioonid väikses ulatuses kattuvad, võimalik teha järeldusi te-gevusvaldkondade sarnasuse osas. Samaste visioonidega organisatsioonid võivad olla tegevad väga erinevates valdkondades. Vaidlustusavalduse lisa 17 tõendab jätkuvalt, et Riigikogus loodi toetusrühm mitte tähise „EESTI 200“ toetuseks, vaid „Liikumise Eesti 200 Mälu-pank“ toetuseks, mis kaudselt kinni-tab tähise „EESTI 200“ mitte-seostatavust vaidlustajatega. Taotleja rõhutas, et poliitilise alatooniga toetusgrupi loomine taotlejaga konkureerivate erakondade liikmete initsiatiivil kogu Riigikogu liikmete arvuga võrreldes väikse osa poolt (18 isikut vs 101 isikut) ei saa olla objektiivseks ning kõike kummu-tavaks tõendiks äravahetamiseni sarnasuse kohta Eesti tarbijate poolt. Nagu tõend ise kinnitab, oli XIII Riigikogu koosseis loonud selleks ajaks 61 eri rühma ning 82 eri ühendust. Kõik see ei ütle midagi sel-le kohta, kuidas tarbijad tajuvad käesolevat kaubamärki. Vaidlustusavalduse lisade 18-19 kohta on taotleja varasemalt maininud, et need on valikulised tõendid (mh vaidlustajatega seotud isikute poolt), mis ei ole objektiivsed ning ei näita, kuidas tarbijad tegelikult kindlaid kaupu-teenuseid tajuvad. 28.07.2020 seisukohtades näivad vaidlustajad mõnvat nende tõendite asjassepuutumast, märki-

des: „Vaidlustajad küll nõustuvad, et esitatud e-kirjad ei väljenda ammendavalt kaubamärkide tegeliku segiajamise ulatust...“.

Vastavalt KaMS § 7 lg 4 on kaubamärgi üldtuntuse tunnistamiseks nõutav, et kaubamärki tunneb kindla isiku kaupu-teenuseid eristava tähisena valdav enamus KaMS § 7 lg 3 p 1 märgitud isikutest (valdav enamus analoogiliste kaupade-teenuste tarbijatest tervest Eestis, valdav enamus kaupade-teenuste jaotusvõrgus tegutsevatest isikutest, valdav enamus nende kaupade-teenuste äri sektorist). Vaidlustajad on esitanud 28.07.2020 seisukohtade lisadena kinnituskirju eri isikutelt. Taotleja oli seisukohal, et neid kinnituskirju ei saa pidada usaldusväärseteks tõenditeks, kuivõrd need on antud vaidlustajatega seotud isikute poolt kasutades varem vaidlustajate poolt ette valmistatud teksti (enamikes tekst „annan teada, et olin juba enne ... kursis ...“). Tegemist ei ole allkirja andnud isikute spontaansete arvamused avaldustega, vaid vaidlustajate poolt selge suunitlusega koostatud tekstide alla kirjutamisega, millel puudub suurem tõendusväärtus, kuivõrd arvestada tuleb vaidlustajate ja nendega seotud isikute huvi antud asja lahendamisel. Samuti ei ole eluliselt usutav, et isik mäletab kuupäevaliselt, milliseid tähiseid ta 2 aastat tagasi teadis ja milliseid mitte. Kinnituskirjadest ei ilmne jätkuvalt ka tähise „EESTI 200“ kasutamine äri lise eesmärgil. Lisaks jääb kinnituskirjadest ebaselgeks vaidlustaja väidetud klasside 12, 35, 41 kaupade-teenuste kontekstis nende kaupade-teenuste kindla turuosa loomine ja/või selle säilitamine ning selle aluseks olev vaidlustajate vastav tahe. Kinnituskirjad kõnelevad valdavalt kodanikuliikumisest EESTI 200 (mis kaubad-teenused?), mille üheks sihiks olevat Eesti Kultuuritegijate Mälupanga (tähis „Eesti Kultuuritegijate Mälupank“?) loomine. Kinnituskirjades olev tekst kui kinnitus on fragmenteeritud ning laialivalguv. Eelnevale tuginedes on kinnitusi raske seostada nii kindla isiku kui ka kindla tähise ning kindlate klasside 12, 35 ja 41 kaupade ning teenustega. Seega, kinnituskirjad ei võimalda lõppastmes järeldada tähise „EESTI 200“ tuntust vaidlustajate kaubamärgina valdava enamiku KaMS § 7 lg 3 p 1 loetletud sektorite isikute seas Eestis.

Märkimisväärselt väitsid vaidlustajad oma kaubamärgi üldtuntust klassi 12 kaupade ja klasside 35 ja 41 teenuste osas, mille tarbijateks on kõik Eesti inimesed, mitte vaidlustajatega seotud valitud kultuuri tegelased. Järelikult antud subjektiivsed kinnituskirjad ei loo kogumis objektiivset pilti klasside 12, 35 ja 41 kaupade-teenuste Eesti tarbijate, nende kaupade-teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute või vastavate kaupade-teenuste äri sektoris tegutsevate isikute taju kohta tähisest „EESTI 200“ taotleja kaubamärgitaotluse esitamise kuupäeval 3.05.2018. Toodud põhimõtteid on peetud silmas ka Euroopa Kohtu praktikas, milles on mainitud, et selleks, et hinnata dokumendi tõendusväärtust, on vaja pida silmas selle usaldusväärsust (Üldkohtu 07.06.2005 otsus T-303/03, Salvita, p 52, Üldkohtu 16.12.2008 otsus T-86/07, Deitech, p 46 jt). Kohtu kohaselt on tarvilik võtta arvesse isik, kellelt dokument pärineb; asjaolud, mis selle loomiseni viisid; kellele see mõeldud on ning kas dokument on põhjendatud ning usaldust äratav. Antud juhul on esitatud kinnituskirjade näol tegemist eeldatavalt vaidlustajate initsiatiivil loodud tõenditega, mis käsitlevad olukorda 2 aastat tagasi (äärmiselt kindlal kuupäeval). Need on sõnastuses laialivalguvad ning kokkuvõttes subjektiivsed ehk mitteusaldusväärsed ning madala tõendusväärtusega. Euroopa Kohtu praktikas on omandatud eristusvõime (analoogiline, aga väiksema määraga tuntus kui seda on üldtuntus) kohta märgitud, et otsesed tõendid tuntuse kohta on näiteks erialaorganisatsioonide deklaratsioonid ning turu-uuringud (Euroopa Üldkohtu 29.01.2013 otsus T-25/11, Cortadora de ceramica, p 74). Teisesed tõendid, mis seda toetavad, oleksid arved, reklaamikulutused, ajalehed/ajakirjad ning kataloogid (*ibid*). Kogu Eesti klasside 12, 35 ja 41 kaupade-teenuste tarbijate osas läbi viidud turu-uuring võiks seejuures olla ammendav tõend, kas Eesti tarbijaskond, vastavad jaotusvõrgud või turusektorid tajusid 3.05.2018 sõnalist tähist „EESTI 200“ vaidlustajate kaubamärgina või mitte. Vaidlustajad ei ole sellist turu-uuringut teadaolevalt läbi viinud. Samuti ei ole nad esitanud deklaratsioone erialaorganisatsioonidelt ning arveid, reklaamikulutusi, ajalehti/ajakirju, katalooge ega muid tõeliselt kohaseid ning usutavaid tõendeid.

Vaidlustajad on esitanud 28.07.2020 lisana 4 foto, millel näib olevat kunstioksjoni reklaam, kus võib, ent ei pruugi figureerida ka vastandatud registreeritud kaubamärk (logomärk). Viimane on erinev vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgist (sõnamärk). Taotlejale jäi mõistmatuks väärtkunsti oksjoni seos kaubamärgi üldtuntusega. Samuti ei ole teada, kas ja kui pikalt reklaam üleval oli ning mis kuupäevadel. Vaidlustajad on seejärel märkinud, et nende üldtuntud kaubamärki on kasutatud ja tutvustatud teatud ajaperioodi vältel. Samas, kaubamärgi pelgast kasutamisest ja tutvustamisest (taotleja ei nõustunud, et vaidlustajad oleksid tähist kasutanud kaubamärgina kindlatele kaupadele-teenustele turuosa loomisel) ei tulene vääramatult kaubamärgi üldtuntus. Vastupidisel juhul oleks kõik turul vähegi kasutatud-tutvustatud tähised üldtuntud kaubamärgid. Sellise järelduse tegemine ei oleks aga loogiline ning ei oleks kooskõlas seadusandja tahtega vastavalt KaMS §-le 7. Taotleja leidis, et vaidlustajad ei ole kokkuvõttes esitanud tõendeid, mis võimaldaksid ammendavalt järeldada, et 3.05.2018 tajus valdav osa vaidlustajate väidetud klassi 12 kaupade ning klasside 35 ja 41 teenuste analoogiliste kaupade-teenuste tarbijatest, valdav osa nende kaupade-teenuste jaotusvõrgus tegutsevatest isikutest või valdav osa nende kaupade-teenuste äri sektori isikutest sõnalist tähist „EESTI 200“ selgelt vaidlustajate kaubamärgina.

Taotleja kordas, et vaidlustajad ei ole tuginenud KaMS § 10 lg 1 p-le 1. Järelikult vaidlustajad ei pea osapoolte kaubamärke ning nendega tähistatavaid kaupu-teenuseid samaaegselt identseteks. Samuti kordas taotleja, et vastandatud registreeritud kaubamärk ja taotleja kaubamärk sisaldavad küll piiratud hulgal sarnasusi, ent pole identsed. Seejuures sisaldab vaidlustatud kaubamärk esikohal sõna ERA-KOND, mida vaidlustaja kaubamärk ei sisalda. Vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgi „EESTI 200“ õiguskaitsese hetk (3.05.2018) on sama, mis taotleja kaubamärgitaotluse oma. Järelikult vaidlustajate enda väidetud üldtuntud kaubamärk ei oma sellisena prioriteetust taotleja kaubamärgi ees vastavalt KaMS § 11 lõikele 3. Samuti ei ole vaidlustajad tõendanud nimetatud tähise täpsemat üldtuntust vaidlustajate kaubamärgina (küsimus ärilisel eesmärgil kasutamisest, seadusandja poolt nõutud tähise tuntuse astmest, tähistatavatest kaupadest-teenustest jne).

Taotleja ei ole võtnud omaks ega tunnistanud, et tema kaubamärgi kaubad-teenused oleksid identsed või sarnased vaidlustaja kaubamärkide kaupade-teenustega. Taotleja kaubamärgiga ei tähistata sümposioonide korraldamise ega läbiviimise teenuseid klassis 41. Vaidlustajate väited selle kohta, nagu oleks mainitud teenused samad või sarnased sisuliselt mistahes ürituste korraldamise ja läbiviimise teenusega, on põhjendamata. Nagu pooled näivad nõustuvat, peetakse sümposioonide all silmas teadlaste erialaseid nõupidamisi kitsapiirilisemate küsimuste arutamiseks. Taotleja kaubamärgi loetelu selliseid teenuseid *per se* ei sisalda. Samuti, taotleja kaubamärgi peamised, poliitikategemisele suunatud teenused on erinevad teadlaste sümposioonide korraldamise ja läbiviimise teenustest. Ühtesid „teenuseid“ pakuvad reeglina erakonnad ning teisi ülikoolid vm asutused. Ülaltoodust tulenevalt ei nõustunud taotleja, et eksisteeriks äravahetamise ja/või assotsieerumise tõenäosus. On eluliselt usutav, et keskmine tarbija on võimeline vahet tegema logomärgil, mis on registreeritud sümposioonide läbiviimise ja korraldamise osas ning sõnamärgil, millega tähistatakse poliitikategemise teenuseid (erakonna kaubamärk). Sama kehtib väidetud üldtuntud kaubamärgi kohta (mis ei oma prioriteetsust taotleja kaubamärgi ees ning ei ole eelnevale tuginedes üldtuntud). Arvestades ülaltoodut ei ole vaidlustusavaldus KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise seisukohalt taotleja arvates põhjendatud.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise juures on oluline teha vahet väidetud üldtuntud kaubamärgil (isegi kui see esineb ja on tõendatud, millega taotleja ei nõustu) ning registreeritud kaubamärgil. Nimelt, KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamine nõuab sätte sõnastusest tulenevalt varasema registreeritud kaubamärgi olemasolu, see ei kohaldu üldtuntud kaubamärkidele. Sama põhimõtet on korranud ka Euroopa Kohus (22.06.2010 otsus T-255/08, p 47). Vaidlustusavaldusele lisatud ega hilisemalt esitatud tõendid ei võimalda järeldada, et varasemat registreeritud figuratiivset kaubamärki oleks selle registreeringus märgitud kujul teenuste sümposioonide korraldamine ja läbiviimine osas eriliselt kasutatud. Kuivõrd ei ole tõendatud registreeritud kaubamärgi kasutamist selle registreeringus märgitud teenuste osas, ei saa eeldada, järeldada või pidada tõendatuks selle konkreetse kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet. Sellisel juhul ei saa ka jaatada võimalust, et taotleja hilisem, hoopis teise valdkonna kaubamärk saaks neid aspekte üldse ära kasutada või kahjustada. Kaubamärgi väidetav üldtuntus ei oma siinjuures puutumust, KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldub vaid registreeritud kaubamärkidele.

Taotleja ei nõustunud seejuures, et vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgi „EESTI 200“ (sõnamärk) kasutamine omaks seejuures mõju registreeritud kaubamärgi (logomärk) mainele ja/või eristusvõimele. Mis puutub vaidlustajate viitesele KaMS § 17 lg 1 p-le 1, siis antud juhul panustab vastandatud logomärgi eristusvõimesse oluliselt ka selle kujunduslik osa. Vastupidisel juhul oleks selle taotleja soovinud registreerida ehk vaid sõnamärgi „EESTI 200“. Seda ta aga ei ole teinud, taotledes õiguskaitsese logole koos selle kujundusliku osaga. Järelikult vaidlustaja tahe on olnud suunatud selgelt logo kui terviku (sh kujundusliku osa) kaitsmisele. Selle kaubamärgi kasutamine peab seega väljendama sama logo kui terviku kasutamist. Järelikult vastandatud registreeritud logomärgi kasutamist ei saa võrdsustada vaidlustajate sõnamärgi kasutamisega ja vastupidi. KaMS § 10 lg 1 p 3 sõnastus teeb selget vahet ning kohaldub registreeritud kaubamärkidele, mitte aga üldtuntud kaubamärkidele. Vaidlustajate väited vastandatud kaubamärgi kahjustamise kohta on paljasõnalised ning põhinevad üksnes asjaolul, et taotleja on oma kaubamärki kasutanud: „maine kahjustamine on juba aset leidnud, kuna taotleja on registreerimiseks esitatud kaubamärgi „EESTI 200“ juba kasutusse võtnud“. Ühe kaubamärgi pelgast kasutamisest ei saa tuleneda teise kaubamärgi maine kahjustamine; seejuures on vaidlustajad väitnud tähise „EESTI 200“, mitte vaidlustatud kaubamärgi kasutamist. Vaidlustaja peaks tõendama ka seose loomist tarbijate poolt tema kaubamärgi (logo, mis registreeritud vaid sümposioonide korraldamise ja läbiviimise osas) ning taotleja kaubamärgi vahel. Veelgi enam, vaidlustajad ei väida vastandatud kaubamärgi (logomärgi) kui terviku maine kahjustumist, vaid et „varasema maineka kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ domineeriva sõnalise osa maine kahjustumine on juba aset leidnud“. Ehk sisuliselt väitsid vaidlustajad ikkagi vaidlustajate ühise sõnamärgi maine kahjustumist. Taotleja kordas, et KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldub aga registreeritud kaubamärkidele (logomärk), mitte üldtuntud kaubamärkidele (vaidlustajate sõnamärk), ehk lõppastmes mõõnsid eelmainitud väite läbi ka vaidlуста-

jad, et logomärgi mainet pole kahjustatud. Arvestades ülaltoodud ei ole vaidlustusavaldus taotleja hinnangul ka KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise seisukohalt põhjendatud.

Taotlejale jäi mõistmatuks, mis eesmärk on vaidlustajate 28.07.2020 menetlusdokumendi pahausksust käsitleval punktil. Vaidlustajad ei ole varasema menetluse käigus selgesõnaliselt pahausksusele tuginenud ning nimetatud punkt ei seonu muude vaidlustusavalduses väidetud õiguskaitsset välistavate asjaoludega (KaMS § 10 lg 1 p 2 – äravahetamise tõenäosus, § 10 lg 1 p 3 – registreeritud kaubamärgi erilise omandatud maine ja/või eristusvõime ärakasutamine ja/või kahjustamine).

Taotleja leidis kokkuvõtteks, et vaidlustusavaldus on alusetu ning põhjendamata, selles tehtud järeldused ebaõiged. Taotleja kaubamärgi õiguskaitsset välistavaid asjaolusid ei esine.

7) 1.09.2020 esitasid **vaidlustajad** täiendava seisukoha. Vaidlustajad märkisid, et taotleja on 31.08.2020 seisukohtades valdavalt korranud 23.03.2020 esitatud seisukohti. Vaidlustajad on selles osas oma seisukohad juba esitanud, jäid nende juurde ega asunud neid üle kordama.

Taotleja on täiendavalt leidnud, et sümposionide korraldamise ja läbiviimise „alla ei kuulu“ sellega seotud kaubad ja teenused. Vaidlustajad jäid seisukohale, et sümposionide korraldamise ja läbiviimisega võib pidada samaliigiliseks mistahes sedalaadi ürituste korraldamise ja läbiviimisega, sh foorumite, kollokviumide, seminaride, konverentside, ümarlaudade, messide ja koosolekute korraldamist. Nimetatud teenused hõlmavad samaväärselt ka korralduslikku poolt ning sellega seotud kaupu ja teenuseid. Samuti on vaidlustajad juba selgitanud, et vaidlustajate üldtuntud kaubamärki „EESTI 200“ on kasutatud ja see on saavutanud üldtuntuse seoses vaidlustajate põhikirjalise majandustegevusega, mille tulemusena saadakse mh tulu ürituste korraldamisest, avalikest esinemistest, annetustest aga ka vabatahtlike töö arvelt kokkuhoitud kuludelt. Nimetatud tegevus on spetsiifiline ja suunatud konkreetset Eesti kultuurisektorile, so vaidlustajate kaubamärgiga „EESTI 200“ osutatavate teenuste tarbijakonna moodustavad kultuurivaldkonnas tegutsevad Eesti inimesed. Seega, vaidlustajate varasem üldtuntud kaubamärk on saavutanud üldtuntuse just Eesti kultuurivaldkonnas tegutsevate- ja kultuurivaldkonnast huvituvate tarbijate sektoris.

Taotleja väitis, et vaidlustaja 28.07.2020 kinnituskirju ei saa pidada usaldusväärsedeks tõenditeks kui võrd need on antud vaidlustajatega seotud isikute poolt kasutades varem vaidlustajate poolt ette valmistatud teksti. Taotleja nimetatud väide on vaidlustajate arvates üllatav ja arusaamatu. Vaidlustajad märkisid, et kooskõlas tulumaksuseaduse § 8 lg 1 sätestatuga on isikud omavahel seotud, kui neil on ühine majanduslik huvi või kui ühel isikul on teise üle valitsev mõju. Igal juhul käsitatakse seotud isikutena järgmisi isikuid:

- 1) abikaasad, elukaaslased või otse- või küljjoones sugulased;
- 2) ühte kontserni kuuluvad äriühingud äriseadustiku § 6 tähenduses;
- 3) juriidiline isik ja füüsiline isik, kellele kuulub vähemalt 10% selle juriidilise isiku aktsia- või osakapitalist, häälte koguarvust või kasumi saamise õigusest;
- 4) isikule kuulub koos teiste temaga seotud isikutega kokku üle 50% juriidilise isiku aktsia- või osakapitalist, häälte koguarvust või õigusest juriidilise isiku kasumile;
- 5) juriidilised isikud, kelle aktsia- või osakapitalist, häälte koguarvust või kasumi saamise õigusest üle 50% kuulub ühele ja samale isikule või seotud isikutele;
- 6) isikud, kellele kuulub üle 25% ühe ja sama juriidilise isiku aktsia- või osakapitalist, häälte koguarvust või kasumi saamise õigusest;
- 7) juriidilised isikud, kelle juhatuse või juhatust asendava organi kõik liikmed on ühed ja samad isikud;
- 8) tööandja ja tema töötaja, töötaja abikaasa, elukaaslane või otsejoones sugulane;
- 9) isik on juriidilise isiku juhtimis- või kontrollorgani liige (§ 9), juhtimis- või kontrollorgani liikme abikaasa või otsejoones sugulane.

Taotleja ei ole selgitanud, millisel viisil võib pidada vaidlustajate 28.07.2020 täiendavatele seisukohtadele lisatud 29 kinnituskirja koostanud ja allakirjastanud nimekat kultuuritegelast vaidlustajatega seotud isikuteks. Tegemist on taotleja paljasõnalise, alusetu ja pahatahtliku väitega, mis ilmestab hästi taotleja käitumismustrit vaidlustajatele kuuluva, aastaid kasutusel olnud ja omas valdkonnas üldtuntuse saavutanud kaubamärgi omastamisel ja selle maine rikkumisel. Asjaolu, et kõikides kinnituskirjades viidatakse samale kuupäevale, so 2.05.2018, tuleneb sellest, et need kinnituskirjad on koostatud ja esitatud seoses käesoleva menetlusega ning kinnituste andjatel on palutud konkreetset meenutada, kas teadsid varasemalt kasutatud tähisest EESTI 200 nimetatud kuupäeva seisuga. Kinnituste andjatel on seda käesolevas asjas väga lihtne meenutada, kuna taotleja pahatahtlikku tegevust varasema üldtuntud kaubamärgi ülevõtmisel kajastati meedias laialdaselt. Seega, kinnituste andjatel tuli vaid meenutada, kas nad teadsid kaubamärgist EESTI 200 enne viidatud intsidenti. Lisaks kuupäevalisele kinnitusele on paljud kinnituste andjad lisanud kinnituskirjas ka täiendava informatsioon selle kohta, millega seoses või millisest ajast alates nad vaidlustajatele kuuluvast tähisest „EESTI 200“ teadsid ning milline oli nende isiklik kokkupuude antud tähisega ja sellega seotud tegevustega. Antud juhul

puuduvad vaidlustajate arvates mistahes asjaolud, mis annaksid alust kahelda kinnituste andjate ja/või esitatud kinnituskirjade usaldusväärsuses. Tegemist on kõrgeid eetilisi väärtushinnanguid evivate inimestega, kes ei ole manipuleeritavad ning kellest paljud on vaadeldaval ajahetkel juhtinud erinevaid kultuurivaldkonnas tegutsevaid organisatsioone.

Taotleja rõhutas 31.08.2020 seisukohtades, et Euroopa Kohtu praktika kohaselt on kaubamärgi tuntust näitavaks otseseks tõendiks mh erialaorganisatsioonide deklaratsioonid. Vaidlustajate 28.07.2020 kinnituskirjad on allkirjastatud mh erialaorganisatsioonide juhtkonda kuuluvate inimeste poolt (lisad 3.2-3.4, 3.6-3.10, 3.12-3.13, 3.15, 3.17, 3.19-3.21, 3.23-3.27, 3.29). Toodust nähtuvalt, lähtudes taotleja poolt viidatud kohtupraktikast, on ülalviidatud kinnituskirjad otsesteks tõenditeks vaidlustajatele kuuluva varasema kaubamärgi tuntuse kohta 2.05.2018 seisuga.

Vaidlustajad jäid kõige asjas esitatu ja oma nõude juurde.

8) 6.11.2020 esitas **taotleja** täiendava seisukoha. Taotleja jäi varasemalt esitatud seisukohtade ja tõendite juurde. Ainus vaidlustajate poolt registreeritud ja õiguskaitset omav kaubamärk on vaidlustaja K. Summataveti nimele registreeritud kaubamärk. See omab õiguskaitset klassi 41 teenuste *sümpoosionide korraldamine ja läbiviimine* osas. Nimetatud teenused on teisisõnu erialased nõupidamised kitsapiirilistele küsimustele arutamiseks ning ei sisaldu *per se* taotleja kaubamärgitaotluse loetelus, mis tähistab väga erinevaid klassi 41 teenuseid ent ka klasside 16 ja 25 kaupu ning ka klassi 35 teenuseid. Vaidlustajate väited selle kohta, nagu oleks nimetatud registratsiooni õiguskaitse tegelikult laiem ja hõlmates tegelikkuses ka muid kaupu-teenuseid, ei ole põhjendatud. Ka KaMS regulatsiooni kohaselt määratakse registreeritud kaubamärgi õiguskaitse ulatus teenuste suhtes kindlaks selle registrisse kantud teenuste loeteluga (KaMS § 12 lg 2 p 2). Samuti, vaidlustaja ei ole enda nimele registreerinud sõnamärki, vaid logolise kaubamärgi, mille õiguskaitse määrab ära samuti selle registrisse kantud reproduktsioon (KaMS § 12 lg 1 p 2).

Taotleja ei nõustunud, et vaidlustajad oleksid ka üldtuntud kaubamärgi omanikud (seetõttu ei ole MTÜ Eesti Kultuur 200 ka asjast huvitatud isik taotleja kaubamärki vaidlustama). Esiteks, kaubamärgi üldtuntus nende kahe isiku kaubamärgina ei ole tõendamist leidnud. Teiseks, isegi kui see oleks tõendamist leidnud (millega taotleja ei nõustunud), nõuavad vaidlustajad selle üldtuntuse tunnistamist kuupäevaga 3.05.2018 ehk isegi kui pidada väiteid üldtuntuse kohta tõendatuiks, ei oma vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärk prioriteetsust taotleja kaubamärgi ees (KaMS § 11 lg 3) Asjaolu, et vaidlustajad märgivad hiljem kinnituskirjades selleks kuupäevaks juba 2.05.2018-t kinnitab seda eksimust ning tegeliku prioriteetsuse puudumist.

Mis puutub täpsemalt vaidlustajate väidetesse nende kaubamärgi üldtuntusest, siis ei leidnud taotleja jätkuvalt, et a) nimetatud kaubamärki oleks kasutatud ärilisel eesmärgil, b) et vaidlustajad oleksid tõendanud selle tuntust seadusandja poolt ette nähtud minimaalses ulatuses kindlas avalikkuse sektoris (vt KaMS §§ 7 lg 4, 7 lg 3 p 1 sõnastus ja Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *bis*), c) et seda oleks kasutatud vaidlustaja väidetud kindlatele teenustele kindla turuosa loomiseks ja/või säilitamiseks (vt KaMS § 12 lg 1 p 2 sõnastus) ning d) et see väidetud kasutamine ja tuntus seonduks just vaidlustajatega, mitte aga kolmandate isikutega (millele räägib otsesõnu vastu ka kinnituskirjades arvukate isikute poolt kinnitatu). Vaidlustajad väitsid oma kaubamärgi üldtuntust hulga kaupade-teenuste tarbijate hulgas.

Vaidlustajad leidsid jätkuvalt, et vaidlustajate varasem üldtuntud kaubamärk on saavutanud üldtuntuse just Eesti kultuurivaldkonnas tegutsevate- ja kultuurivaldkonnast huvituvate tarbijate sektoris. Taotleja juhtis tähelepanu, et vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgi klasside 12, 35 ja 41 kaubad-teenused ei ole mõeldud, nende tarbijateks ei ole vaid kultuurivaldkonnas tegutsevad või sellest valdkonnast huvituvad tarbijad, vaid kogu Eesti nimetatud kaupade-teenuste tarbijaskond ehk kogu Eesti elanikkond, olenemata nende kultuurivaldkonnas tegutsemisest või sellest valdkonnas huvitatuse astmest. Seega ei ole vaidlustajate märgitud kaupade-teenuste tarbijaskonna kunstlik kitsendamine vaid kunstivaldkonnas tegusevaile ning sellest valdkonnas huvitatud isikutele põhjendatud. See ei ole kooskõlas KaMS § 7 lg 4, 7 lg 3 p 1 sõnastuse ega mõttega. Veelgi enam, vaidlustajad on väidetud üldtuntud kaubamärgi klassi 35 teenused seostanud kindla liikumise ehk kindla liikumise kaubamärgiga (*liikumise Eesti 200 Mälupanga idee reklaamimine* klassis 35).

Vastavalt Euroopa Kohtu praktikale peab kaubamärgi kaupade-teenuste loetelu olema piisavalt täpne ning konkreetne (19.05.2012 otsus C-307/10, IP TRANSLATOR, p 64). Euroopa praktikas on samuti märgitud, et teenuste piiramisel ei ole üldised viited kaubamärkidele aktsepteeritavad – nt ei ole võimalik kaupu *heli taasesitamiseks mõeldud seadmed* võimalik piirata kaupadele *heli taasesitamiseks mõeldud seadmed, nimelt Ipod-id* (EUIPO Trade mark guidelines. Section 3 Classification. 5.3 Amendment and restriction of a list of goods and services). Kõike eeltoodut arvestades ei ole võimalik vaidlustajatel tugineda üldtuntud kaubamärgi „EESTI 200“ teenuste all sama kaubamärgiga vahetult seo-

tud teenustele liikumise Eesti 200 Mälupanga idee reklaamimine; loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused. Samaselt võimatu oleks Patendibürool KÄOSAAR OÜ taotleda efektiivselt õiguskaitsset kaubamärgile, millega tähistataks teenuseid *Patendibüroo KÄOSAAR OÜ osutatavad patendivolinikuteenused* või *[kaubamärgi] KÄOSAAR all osutatavad patendivolinikuteenused*. Kuivõrd vaidlustajad ei ole eelkirjeldatud väidetavalt üldtuntud teenuseid piisavalt täpselt ning konkreetselt formuleerinud, ei saa jaatada nende osas ka üldtuntust. See oleks selges vastuolus Euroopa Kohtu praktikast tulenevate põhimõtetega.

Taotleja jäi varasemalt esitatud seisukoha juurde, et vaidlustajate otsesemalt või kaudsemalt seotud isikute kinnituskirjad ei ole ammendavad ega objektiivsed tõendid segiajamise ega üldtuntuse kohta. EUIPO lähenemisprogrammis CP12 (tõendid kaubamärgi apellatsioonimenetluses v. 0.7) on märgitud, et hindamaks tõendite ehtsust ja tõepärasust (*genuineness and veracity*) tuleb *inter alia* arvestada: a) isikut, kellelt tõend pärineb ning selle isiku või tõendi allika kompetentsust (st tõendi päritolu), b) selle ettevalmistamisega seotud asjaolusid, c) kellele see on adresseeritud ning d) kas see näib selle sisu poolest olevat mõistlik, põhjalik ning usutav. Viimast põhimõtet on kinnitatud ka Euroopa Üldkohtu 15.12.2005 otsuses T-262/04, p. 78. Vaidlustaja 2.10.2020 menetluskirjelduses viidatud kinnituskirjad ning ülejäänud 28.07.2020 esitatud ei tõenda kaubamärgi „EESTI 200“ üldtuntust vaidlustajate MTÜ Eesti Kultuur 200 ja Kärt Summatavet kaubamärgina ülal loetletud kaupade-teenuste osas. Nt viidatud lisas 3.2 kinnitab isik, et oli kursis kodanikulihikumisega (mitteäriline tegevus). Väidetud „kursis olemine“ ei võrdu üldtuntusega. Kinnituskirjas väidetud „kursis olemine“ ei seondu vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgi kaupade-teenustega. Tähtselt väidetud mitteäriline kasutamine ei ole seostatav ega omistatav vaidlustajatele (MTÜ Eesti Kultuur 200, Kärt Summatavet), vaid kolmandale isikule (Eesti Kultuuri Koda). Veelgi enam, isik kinnitab oma seotust tähtselt väidetava kasutajaga (Eesti Kultuuri Koda). St tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Viidatud lisas 3.3 kõneldakse taas üldsõnaliselt kolmandast isikust (Eesti Kultuuri Koda), mitte siinsetest vaidlustajatest. Arusaamatu on, milliste vaidlustajate väidetud kaubamärgi kaupade-teenustega kinnituskirjas väidetu seondu. Kaubamärgi ärilisel eesmärgil kasutust ei ilmne. Kinnitus on üldsõnaline. Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.4 kasutab jällegi ka teiste kinnituskirjade etteantud sõnastust „annan teada, et olin enne ... kursis...“. Kirjas ei omistata tähtselt kasutamist taaskord ainiti käesoleva kahe vaidlustaja, vaid ka kolmandate isikutega (Eesti Kultuuri Koda, P. Lill, M. Meri). Tähtselt ärilisel eesmärgil kasutamist ei järeldu, samuti ei järeldu väidetud tuntust kindlate kaupade-teenustega. Pigemini seostab autor tähtselt kasutamist Eesti Kultuuri Kojaga. Autor (H. Illak) tunnistab samas ise, et on EESTI 200 liikumisega ka ise seotud, st antud kinnitus ei ole subjektiivne, vaid antud vaidlustajatega (?) seotud isiku poolt. Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.6 on lakooniline kinnitus taaskord etteantud sõnastusele „annan teada, et olin enne ... kursis...“. Kursis olemist ei seostata siinsete vaidlustajatega. Kursis olemist ei seostata vaidlustajate väidetud üldtuntud kaubamärgi konkreetsete kaupade-teenustega. Arvestades eelkirjeldatud puudusi ning kinnituse äärmiselt lakoonilist iseloomu etteantud sõnastuses ei vasta selle tõendi ehtsus ja tõepärasus ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisade 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.12, 3.13 puhul kordub sama – lakooniline kinnitus etteantud tõendist tõendisse korduvas sõnastuses. Puudub seostatus vaidlustajatega, puudub äriline kasutamine, puudub seos kaupade-teenustega jne. Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisas 3.15 kinnitab isik (P. Lill), et oli koos K. Summatavetiga EESTI 200 idee looja (vaidlustajate kõrval samuti üldtuntud kaubamärgi omanik?). Juba seetõttu ei vasta tõend objektiivsuse nõuetele. Samuti, puudub viide tähtselt ärilisele kasutamisele ning omistatusele teise vaidlustajaga (MTÜ Eesti Kultuur 200). Kuivõrd tõend ei seostu ka kindlate kaupade-teenustega, on jällegi lakooniline ning kasutab osaliselt etteantud sõnastust („olin enne ... kursis...“), ei vasta ka selle tõendi ehtsus ja tõepärasus ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Peamiselt küll selle objektiivsuse puudumise tõttu ning arvestades kinnituse andja selget seotust vaidlustaja projektiga. Lisade 3.17, 3.19, 3.20, 3.21, 3.23, 3.24 puhul kordub sama – lakooniline kinnitus etteantud sõnastuses, mis kordub tõendist tõendisse. Puudub seostatus vaidlustajatega, puudub äriline kasutamine, puudub seos kaupade-teenustega jne. Ehk tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.25 kohta kehtib samuti kõik eelmainitu. Seejuures ei seostata tähtselt mitteärilist kasutamist antud juhul vaidlustajatega, vaid nelja eri isikuga (Eesti Kultuuri Koda, P. Lille, K. Summatavet, M. Meri). Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta taaskord ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.26 kohta kehtib samuti eelmainitu. Seejuures tunnistab isik taaskord seotust konkreetse mitteärilise eesmärgiga projektiga. Ehk tegemist pole taaskord objektiivse kinnitusega, vaid projektist endast osa võtnud inimese subjektiivse kinnitusega (utreeritult öeldes sama nagu Coca Cola tehase töötaja kinnitaks Coca Cola tuntust, st tootja töötaja enda, mitte aga objektiivse tarbija seisukohalt). Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta seega ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.27 kohta kehtib samuti kõik eelmainitu. Märkimisväärselt seostab isik tähtselt kasutamist kolmanda isikuga (M. Meri), kes ei ole antud asjas isik, kellele vaidlustajad kaubamärgi üldtuntust omistada üritaks (MTÜ Eesti Kultuur 200, K. Summatavet). Kasutamist seostatakse taaskord ka kolmanda isikuga (Eesti Kultuuri Koda), kes pole samuti isikuks, kellele vaidlustajad tähtselt üldtuntust omistaks. Samuti, tõend kasutab taaskord sama etteantud sõnas-

tust („kinnitan, et olin enne ... kursis...”) ning ei seosta väidetud tuntust kindlate kaupade-teenuste ega tähise ärilise kasutamisega. Tõendi ehtsus ja tõepärasus ei vasta ülal punktides a)-c) toodud kriteeriumitele. Lisa 3.29 kohta kehtib samuti kõik eelmainitu, mida taotleja ei pidanud vajalikuks korrata. Kõiki eelmainitud tähelepanekud on laiendatavad ka muudele vaidlustajate esitatud kinnituskirjadele.

Kokkuvõttes märkis taotleja, et vaidlustaja poolt esitatud valikulised tõendid (mh vaidlustajate endaga ja nende projektiga vahetult seotud isikute poolt) on valikulised tõendid, mis ei ole objektiivsed ega näita, kuidas vaidlustajate enda poolt rajanatud klassi 12 kaupade ja klasside 35 ja 41 teenuste tarbijad (kelleks on kogu Eesti avalikkus) tegelikult tähist tajuavad. Puuduvad märkused sellest, et tähist „EESTI 200“ oleks kasutatud ärilisel eesmärgil vaidlustajate enda väidetud kindlatele klasside 12, 35 ja 41 kaupadele-teenustele (millistele?) turuosa loomiseks või säilitamiseks. Puuduvad väited, et kasutus (ja sellest väidetavalt järelduv väidetav üldtuntus) seonduks vaidlustajate (MTÜ Eesti Kultuur 200 ja K. Summatavet võrdselt), mitte kolmandate isikutega. Puuduvad väited, et kaubamärk oleks ka nende isikute silmis üldtuntud (kursis olemist ei saa võrdsustada üldtuntusega kogu Eesti tarbijate hulgas). Kinnituste sõnastus on lakooniline ja kinnitusest kinnitusesse korduv (kaheldav, kas tegemist on isiku enda erapooletu tahteavaldusega). Samuti, tarbijaskonna kitsendamine vaid kultuurivaldkonnas tegutsevatele isikutele ning sellest valdkonnas huvitatuile on põhjendamatu. Kõigest eeltoodust tulenevalt ei ole need esitatud tõendid (loe: kõik esitatud kinnituskirjad) mõistlikud, põhjalikud ega usutavad. Need ei anna edasi klasside 12, 35 ja 41 tegelike tarbijate taju ega võimalda järeldada tuntust valdava enamiku hulgas (vt KaMS §§ 7 lg 4, 7 lg 3 p 1 sõnastus).

Komisjon tegi 9.12.2020 vaidlustajatele ettepaneku esitada lõplikud seisukohad hiljemalt 11.01.2021.

9) 11.01.2021 esitasid **vaidlustajad** lõplikud seisukohad. Vaidlustajad jäid varem esitatu juurde, väites mh järgmist. Vaidlustajad on kasutanud ja tutvustanud neile kuuluvat „EESTI 200“ kaubamärki enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluste esitamist 3.05.2018 kolme aasta vältel järjepidevalt muu hulgas trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas. Tegemist on kultuurialase ühiskondliku tegevusega, mis on seotud erinevate organisatsioonide vahelise koostööga, avalike ürituste korraldamisega, publikatsioonide avaldamisega ja tegevust puudutava informatsiooni levitamisega. Kõnealune tegevusvaldkond kuulub selgelt valdkonda, kus tegutseb vaidlustusavalduse objektiks oleva kaubamärgi taotleja. Seda tunnistab üheselt ka MTÜ Erakond Eesti 200 juhatuse liige K. Kallas, tõesed 9.05.2018 vastuses vaidlustajale, et: „Meid ühendab suur narratiiv – see on kaugemale vaatava ühiskondliku mõttejõu tekitamine. Teie tahate seda mõttejõudu tekitada ja hoida kultuuri vallas, meie paljudes muudes, sealhulgas ka kultuuri vallas. Meid kõiki kannustab kodanikuaktiivsuse suunas tahe näha Eestit väärrika, iseseisva, elujõulise 200-aastase riigina.“ (vaidlustusavalduse lisa 16). K. Summatavet, olles MTÜ Eesti Kultuur 200 asutaja ja kuuludes ka selle juhatusse (vaidlustusavalduse lisa 4), kasutab nii kombineeritud kaubamärki „EESTI 200 + kuju“, nagu see on registreeritud, kui ka sõnalist kaubamärki „EESTI 200“ koos MTÜ-ga Eesti Kultuur 200 selle põhikirjaliste tegevuste elluviimisel, mh osaledes kultuuri ühiskondliku rolli, selle väärtustamise ja võimendamise aruteludel; kogudes, analüüsid ja mõtestades kultuurialast informatsiooni; korraldades avalikke üritusi ja mõttevahetusi; aidates luua ja arendada Eesti kultuuritegijate mälupanka; korraldades koolitustegevust vastavalt seaduse nõuetele; toimetades ja andes välja internetilehekülgi, trükised, audio- ja videomaterjale ning suheldes samalaadsete välisorganisatsioonidega (vaidlustusavalduse lisa 5). Ekslikud on taotleja väited, nagu ei oleks vaidlustajad kasutanud oma varasemat kaubamärki kaubamärgifunktsioonis ning nagu viitaks kaubamärki „EESTI 200“ loodava teose – Mälupanga – „kunstilisele päritolule“. Ehkki vaidlustajate tegevuse üheks eesmärgiks on Eesti kultuuritegijate mälupanga loomine, kasutavad vaidlustajad oma kaubamärki „EESTI 200“ oma põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks vältimatult vajaliku majandustegevuse ja selle elluviimisega seotud ühiskondliku liikumise tähistamiseks. Nimetatud tegevuse käigus saadakse tulu nii ürituste korraldamisest, avalikest esinemistest, avaldatud artiklitest, annetustest aga ka vabatahtlike töö arvelt kokkuhoitud kuludelt. Tegevuse ühte eesmärki, loodavat andmekogu, tähistatakse peamiselt nimega „Mälupank“. Vaidlustajate majandustegevus on suunatud Eesti kultuuri-sektorile, s.o asjaomase tarbijaskonna moodustavad kultuurivaldkonnas tegutsevad ja kultuurist huvitavad Eesti inimesed. Eesti rahvas on kultuurilembene rahvas ja kahtlemata moodustab vastav tarbijate sektor olulise osa Eesti tavatarbijate sektorist. Kaubamärgi „EESTI 200“ sellisel viisil kasutamine võimaldab vaidlustajatel luua oma teenustele turuosa, mis on eesmärkide saavutamiseks vajalik ja seda hoida. Kaubamärk „EESTI 200“ eristas 3.05.2018 seisuga vaidlustajate majandustegevust ja sellega seotud ühiskondlikku liikumist muudest kultuuri ja ühiskonda puudutavates valdkondades asetleidvatest tegevustest, sh poliitiliste parteide tegevustest. Seega on ekslik taotleja väide nagu ei oleks vaidlustajad kasutanud oma „EESTI 200“ kaubamärki kaubamärgifunktsioonis.

Vaidlustajad pidasid asjakohatuks taotleja väidet, nagu ei võimaldaks vaidlustajate esitatud tõendid üheselt järeldada, kellega kaubamärk „EESTI 200“ avalikkusele seonduks, st kas emma-kumma vaid-

lustajaga või mõne kolmanda isikuga. Kaubamärgi põhiülesanne on tagada tarbijale või lõppkasutajale see, et kaubamärgiga tähistatud kaup või teenus on teatavat päritolu, nii et tarbija või lõppkasutaja saab kõnealust kaupa või teenust võimaliku segiajamiseta eristada muud päritolu kaubast või teenusest, ning et selleks, et kaubamärk võiks täita oma olulist osa moonutamata konkurentsi süsteemis, mille loomine on asutamislepingu eesmärk, peab kaubamärk tagama, et kõiki sellega tähistatud kaupu valmistatakse või teenuseid osutatakse nende kvaliteedi eest vastutava ettevõtja kontrolli all. Seega, kaubamärk on üldtuntud ka juhul, kui seda tunneb enamus asjaomasest avalikkuse sektorist, kes ei pruugi teada, milline konkreetne ühing või ühendus ise või koostöös mõne kolmanda isikuga asjaomaseid kaupu pakub või teenuseid osutab. Kaubamärgi, sh üldtuntud kaubamärgi, funktsiooniks on tagada, et konkreetse tähise all osutatavad teenused on sama ärilise päritoluga. Käesolevas asjas kasutavad vaidlustajad kaubamärki „EESTI 200“ ühiselt. Sealhulgas on K. Summatavet võimaldanud kaubamärgi „EESTI 200“ teatavat kasutust ka MTÜ Eesti Kultuuri Koda poolt, kuna seistakse samade ideaalide ja eesmärkide eest. Osutatavate teenuste ja muude tegevuste sisu ja kvaliteedi eest vastutavad siiski vaidlustajad ühiselt, so kaubamärgi „EESTI 200“ all osutatavad teenused ja teostatavad tegevused on asjaomase avalikkuse jaoks sama ärilise päritoluga. Nimetatud tegevus hõlmab avalikkusega suhtlemist, kultuurialase teabe edastamist ja reklaami, sellega seotud informatsiooniteenuseid, süvaintervjuude läbiviimist kultuuritegelastega, samuti sellega seotud ürituste ja kokkusaamiste korraldamist jpm.

Vaidlustajad lisasid 28.07.2020 vastusele täiendavaid tõendeid kaubamärgi „EESTI 200“ tutvustamise ja tuntuse kohta. Lisana 4 oli sealhulgas esitatud tõend sõnalise kaubamärgi „EESTI 200“ avaliku tutvustamise kohta Viimsi Rotary Klubi poolt 2017. a. märtsis tiheda liiklusega Pirita tee eraldusribale paigaldatud suurel reklaamtahvil, seoses EESTI 200 Eesti Kultuuritegijate Mälupanga toetuseks korraldatud heategevusliku oksjoniga. Lisast 3 nähtuvalt kinnitas suur hulk juhtivaid kultuuritegelasi, et nad teadsid enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise kuupäeva varasemast kaubamärgist „EESTI 200“, olles sellega ühel või teisel moel, sh enda juhitud organisatsiooni kaudu, kokku puutunud. Nimetatud kinnituskirjad näitavad selgelt, et vaidlustajad on kasutanud kaubamärki „EESTI 200“ oma majandustegevuses, sh sellega seotud tegevuste elluviimisel ja nende avalikul tutvustamisel, selleks, et eristada „Mälupanga“ loomisega seotud tegevusi teistest kultuurivaldkonnas teostatavatest projektidest. Just seetõttu seostab asjaomane avalikkuse sektor tähist „EESTI 200“ vaidlustajate poolt elluviidava „Mälupanga“ loomise projekti- ja sellega seotud tegevustega. Taotleja on väitnud, et kinnituskirjades ei viidata mitte üksnes vaidlustajatele, vaid ka menetlusväliste isikutele nagu Eesti Kultuuri Koda, M. Meri, P. Lill jt. Vaidlustajad selgitasid, et nimetatu näitab üheselt, et vastajad sisustasid oma kinnituskirjad ise, vastavalt oma arusaamadele ja kogemusele. Vastajad on, lisaks vaidlustajatele, nimetanud ka teisi EESTI 200 liikumisega seotud olulisi isikuid, kes on oma tööga andnud suure panuse vaidlustajate majandustegevusse, mille üheks sihiks on Eesti Kultuuritegijate Mälupanga käivitamine. Mitte ükski vastaja ei ole seostanud kaubamärki „EESTI 200“ kolmandate isikutega, kes ei ole vaidlustajate töös osalenud, so kõik vastajad on viidanud kaubamärgi „EESTI 200“ samale ärilisele päritolule. Taotleja seisukohale, et kinnituskirjades kasutatakse sõnastust „annan teada, et olin enne ... kursis...“ vastasid vaidlustajad selgitusega, et vastajatel on palutud teada anda, kas nad olid või ei olnud enne 2.05.2018 kursis „EESTI 200“ tähise kasutamise ja ning kui olid, siis kelle või millega seoses. Kõik vastajad on tunnustanud kultuuritegelased ja nad olid vabad oma vastuseid sisustama. Taotleja väitele, et „kursis olemine“ ei seostu kindlate kaupade-teenustega vastasid vaidlustajad, et esitatud kinnituskirjad tõendavad tähise „EESTI 200“ tuntust 2.05.2018 seisuga. Kinnituskirjadest nähtuvalt seostati tähist „EESTI 200“ Mälupanga loomisega. See puudutab otseselt vaidlustajate kogu korralduslikku majandustegevust, ilma milleta ei oleks olnud võimalik seda ellu viia. Taotleja järeldusele, et „kursis olemine“ ei võrdu üldtuntusega vastasid vaidlustajad, et kooskõlas KaMS §-s 7 sätestatuga saavad kaubamärgi üldtuntuks tunnistada vaid kohus, komisjon või Patendiamet, mitte üksikisikutest kinnituskirjade esitajad. Kinnituskirjad tõendavad, et vastajad teadsid kaubamärki „EESTI 200“ enne käesolevas asjas vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva seisuga ja seostasid seda vaidlustajate tegevusega. Taotleja ei ole selgitanud, millisel viisil võib pidada vaidlustajate 28.07.2020 täiendavatele seisukohtadele lisatud 29 kinnituskirja koostanud ja allakirjastanud nimekat kultuuritegelast vaidlustajatega seotud isikuteks. Tegemist on taotleja paljasõnalise, alusetu ja pahatahtliku väitega, mis ilmestab hästi taotleja käitumismustrit vaidlustajatele kuuluva, aastaid kasutusel olnud ja omas valdkonnas üldtuntuse saavutanud kaubamärgi omastamisel ja selle maine rikkumisel. Asjaolu, et kõikides kinnituskirjades viidatakse samale kuupäevale, so 2.05.2018, tuleneb sellest, et need kinnituskirjad on koostatud ja esitatud seoses käesoleva menetlusega ning kinnituste andjatel on palutud konkreetset meenutada, kas teadsid varasemalt kasutatud tähisest „EESTI 200“ nimetatud kuupäeva seisuga. Kinnituste andjatel on seda käesolevas asjas väga lihtne meenutada, kuna taotleja pahatahtlikku tegevust varasema üldtuntud kaubamärgi ülevõtmisel kajastati meedias laialdaselt. Seega, kinnituste andjatel tuli vaid meenutada, kas nad teadsid kaubamärgist „EESTI 200“ enne viidatud intsidenti. Lisaks kuupäevalisele kinnitusele, on paljud kinnituste andjad lisanud kinnituskirjale ka täiendava informatsioon selle kohta, millega seoses või millisest ajast alates nad vaidlustajatele kuuluvast tähisest „EESTI 200“ teadsid ning milline oli nende isiklik kokkupuude antud tähisega ja sellega seotud te-

gevustega. Antud juhul puuduvad mistahes asjaolud, mis annaksid alust kahelda kinnituste andjate ja/või esitatud kinnituskirjade usaldusväärsuses. Tegemist on kõrgeid eetilisi väärtushinnanguid evivate inimestega, kes ei ole manipuleeritavad ning kellest paljud on vaadeldaval ajahetkel juhtinud erinevaid kultuurivaldkonnas tegutsevaid organisatsioone. Vaidlustajad rõhutasid, et nende seisukohtades esile toodust nähtuvalt on kinnituskirjad antud kultuurivaldkonna tuntud ja lugupeetud inimeste poolt kes on omas valdkonnas kahtlemata kompetentsed; kinnituskirjad on antud seoses käesoleva menetlusega ja kinnituskirjade andjad olid vabad neid ise sisustama; kinnituskirjad on sisult mõistlikud, põhjalikud ja usutavad. Taotleja väited objektiivsuse puudumisest on paljasõnalised ja põhjendamatud. Iga kinnituskirja andja on andnud oma kinnituskirja lähtudes oma teadmistest ja kogemustest seoses tähisega „EESTI 200“. Tegemist ei ole „valikuliste“ tõenditega, esitatud on kõikide vastanute kinnituskirjad. Toodust tulenevalt, lähtudes ka taotleja enda poolt viidatud kohtupraktikast, on ülalviidatud kinnituskirjad otsesteks tõenditeks vaidlustajatele kuuluva varasema kaubamärgi „EESTI 200“ tuntuse kohta nii 2.05.2018 kui ka 3.05.2018 seisuga.

Vaidlustajad märkisid, et kaubamärk „EESTI 200“ oli 3.05.2018 seisuga saavutanud kultuuriringkondades üldtuntuse *trükiste valmistamise, ürituste korraldamise, teabe edastamise, hariduse, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste tegevuse korraldamise ning kultuuri alase tegevuse korraldamise ja poliitilise teabe osas, samuti tekstide kirjastamise ja avaldamise osas*. Tegemist on kultuurialase ühiskondliku tegevusega, mis on seotud erinevate organisatsioonide vahelise koostööga, avalike ürituste korraldamisega, publikatsioonide avaldamisega ja tegevust puudutava informatsiooni levitamisega. Nimetatud kaubad ja teenused on identsed ja samaliigilised vaidlustatud kaubamärgi osas taotletavate, klassidesse 16, 35 ja 41 kuuluvate kaupade ja teenustega. Seda ei ole eitanud ka taotleja oma vastustes. Osas, milles taotletavad kaubad või teenused on eriliigilised, kasutab vaidlustatud kaubamärk ära varasema üldtuntud ja maineka kaubamärgi „EESTI 200 + kuju“ mainet ja rikub selle eristusvõimet (KaMS § 10 lg 1 p 3).

Taotletava kaubamärgi osas esinevad vaidlustajate hinnangul KaMS § 10 lg 1 p-des 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud. Vaidlustajad lisisid, et vaidlustatud taotlus on ette heidetav ka pahauskuse aspektist. TsÜS § 138 lõike 1 kohaselt tuleb õiguste teostamisel ja kohustuste täitmisel toimida heas usus. Tallinna Ringkonnakohus on selgitanud, et pahauskne on selline registreerimistaotlus, mille esitaja teadis teisele isikule kuuluvast ja kasutusel olevast kaubamärgist ning taotlus on esitatud eesmärgiga saada enda omandusse teise isiku poolt välja töötatud ja kasutusel olev kaubamärk. K. Summatavet teavitas 3.05.2018 kell 15:35 taotleja juhatuse liikmeid Kristina Kallast, Priit Alamäed ja Küllike Saart asjaolust, et Patendiametis on 1.12.2015 registreeritud kaubamärk „EESTI 200 + kuju“, mida kasutab MTÜ Eesti Kultuur 200. Sellest hoolimata või seetõttu esitati käesolevas asjas vaidlustatud kaubamärgi „EESTI 200“ registreerimistaotlus Patendiametisse sama päeva õhtul kell 19:20. Seega, käesolevas asjas vaidlustatud kaubamärgitaotlus on esitatud teadvalt teisele isikule kuuluva ja kasutusel oleva kaubamärgi omastamiseks. Vaidlustajad palusid avaldus rahuldada.

Komisjon tegi 12.01.2021 taotlejale ettepaneku esitada lõplikud seisukohad hiljemalt 15.02.2021.

10) 15.02.2021 esitas **taotleja** lõplikud seisukohad. Taotleja jäi varem esitatu juurde, märkides mh järgmist. KaMS § 12 lg 1 p 2 kohaselt on registrisse kantud kaubamärgi õiguskaitse ulatus registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. KaMS § 12 lg 2 p 2 kohaselt määratakse registrisse kantud kaubamärgi õiguskaitse ulatus kaupade ja teenuste suhtes registrisse kantud kaupade ja teenuste loeteluga. Seega ei saa kaubamärk selle registreerimisel kaitset mitte sellisel kujul, millisel kaubamärgi praktikas kasutatakse, või nende kaupade ja teenuste osas, mille tähistamiseks kaubamärgi praktikas kasutatakse, vaid konkreetselt sellisel kujul, millisel kaubamärk registreeritakse, ning konkreetselt nende kaupade ja teenuse osas, mille suhtes kaubamärk registreeritakse. Vaidlustajate väited ja viited selle kohta, et vastandatud registreeritud kaubamärgi õiguskaitse on registrisse kantust tegelikult laiem, ei ole põhjendatud. Kaubamärgiõiguse mõttega kooskõlas ei oleks vastandatud kaubamärgi õiguskaitse laiendamine seetõttu, et vaidlustajad on praktikas kasutanud kaubamärgi teisel kujul või teiste kaupade ja teenuste osas. Olukorras, kus vaidlustajad on soovinud kasutada kaubamärgi mitmel erineval kujul (kujunduslikul ja sõnalisel, nii kujul „EESTI 200“ kui ka kujul „EESTI 200 MÄLUPANK“ või „EESTI KULTUURITEGIJATE MÄLUPANK“) ning laiema kaupade ja teenuse loetelu osas, oleksid pidanud vaidlustajad esitama vastavad kaubamärgitaotlused ja maksma vastavalt kaubamärkide registreerimisele kohalduvat riigilõivu vastavate taotluste esitamise ning kõikide soovitud kaupade ja teenuste klasside osas kaitse taotlemise eest. Ülaltoodust tulenevalt tuleb taotleja hinnangul vaidlustusavalduse hindamisel lähtuda asjaolust, et ainus kohalduv varasem õigus on vastandatud registreeritud kujunduslik kaubamärk teenuse *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* osas.

Taotleja oli seisukohal, et tähis „EESTI 200“ ei olnud 3.05.2018 seisuga ega ka sellele eelnevalt vaidlustajate väidetud kaupade ja teenuste osas üldtuntud kui vaidlustajate kaubamärk. Vaidlustajad ei ole kaubamärgi üldtuntust tõendanud. Muu hulgas ei ole vaidlustajad tõendanud, et väidetavat üldtuntud

kaubamärki oleks kasutatud ärilisel eesmärgil; et väidetavat üldtuntud kaubamärki tuntakse seadusandja poolt ette nähtud minimaalses ulatuses kindlas avalikkuse sektoris (vt KaMS §§ 7 lg 4 ja 7 lg 3 p 1 sõnastus ning Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *bis*); et väidetavat üldtuntud kaubamärki oleks kasutatud vaidlustajate poolt viidatud klasside 12, 35 ja 41 kõikide kaupade ja teenuste osas kindla turuosa loomise-säilitamise kontekstis; ja et väidetava üldtuntud kaubamärgi kasutamine ja sellest johtuv üldtuntus terves Eestis seonduks just vaidlustajatega (ühega neist) ning mitte kolmandate isikutega.

Taotleja viitas, et vaidlustajad märkisid ka ise, et nende tegevus tähise all on suunatud Eesti kultuuri-sektorile ning et üldtuntus seondub üksnes kultuurisektoriga, kusjuures asjaomase tarbijaskonna moodustavad väidetavalt kultuurivaldkonnas tegutsevad ja kultuurist huvituvad Eesti inimesed. Samas ei ole vaidlustajate klasside 12 (*infolehed, sõnumilehed, flaierid*), 35 (*avalikkusega suhtlemine, turu-uuringud, rahvaküsitlused*) ja 41 (*ürituste korraldamine, haridus, kultuur, tekstide kirjutamine ja avaldamine*) kaubad ja teenused suunatud ainult Eesti kultuurisektorile või loomeisikutele. Nende kaupade ja teenuste tarbijaskonnaks (tegelikeks ja võimalikeks tarbijateks) on kogu Eesti avalikkus, mitte kitsalt kultuurisektor või seal tegutsevad isikud. Seega, kuivõrd ka vaidlustajate enda väidetud üldtuntus seondub vaid tähise väidetava tuntusega kultuurisektoris ehk kogu Eesti avalikkusest ilmselgelt kitsamas sektoris, on kaubamärgi tegelik üldtuntus ja selle tõendus seda kaheldavam (et mitte öelda – eluliselt mitteusutav). Seejuures ei ole vaidlustajad tõendanud üldtuntust ka kultuurisektoris endas, see tähendab vaidlustajate poolt viidatud tarbijaskonnas, mille moodustavad kultuurivaldkonnas tegutsevad ja kultuurist huvituvad Eesti inimesed. Vaidlustajate poolt viidatud „kultuurist huvituvad Eesti inimesed“ on väga laialatuslik mõiste, mis eelduslikult hõlmab suurt osa Eesti inimestest. Samas ei ole vaidlustajad viidanud ühelegi mõõtavale, mis näitaks asjaomase sektori suurust, ega tõendanud selle läbi kaubamärgi tuntust asjaomase sektori valdava enamuse seas. Kahtlust ei saa olla ka selles, et 29 inimest, kellelt vaidlustajad on võtnud kinnitused kaubamärgiga „EESTI 200“ kursisoleku kohta, ei moodusta valdavat enamust kultuurivaldkonnast tegutsevatest ja kultuurist huvituvatest Eesti inimestest.

See, kellega avalikkus väidetavalt üldtuntud kaubamärki seostab (kui üldse), on äärmiselt relevantne. Üldtuntud kaubamärk peab tõendatult kuuluma kindlale vaidlustajale, millest võiks tuleneda kaebetoetus taotleja kaubamärgi vastu. Taotleja leidis, et ka vaidlustajad ise mõõnsid lõplikel seisukohtades tähise kasutamist kolmandate isikute poolt: „Sealhulgas on vaidlustaja 2 võimaldanud kaubamärgi „EESTI 200“ kasutamist ka MTÜ Eesti Kultuuri Koda poolt, kuna seistakse samade ideaalide ja eesmärkide eest“. Seega ei saa kaubamärgi kasutamist ja sellest johtuvat tuntust (isegi kui see esineks) seostada ja omistada vaid vaidlustajatele, vaid see on seotud ka kolmandate isikute tegevusega sama tähise all. Vaidlustajad on järgnevalt märkinud, et sellele vaatamata „kaubamärgiga „EESTI 200“ all osutatavad teenused /.../ on asjaomase avalikkuse jaoks sama ärilise päritoluga“. Nimetatud väide on vastuoluline, sest kui tähise kasutavad lisaks vaidlustajatele ka kolmandad isikud (nagu nõustuvad ka vaidlustajad), ei saa seda seostada ja selle väidetud üldtuntust omistada päritolutähisena vaid vaidlustajatele. Mis puutub vaidlustajate poolt viidatud, enne 3.05.2018 läbi viidud 203 intervjuusse (vaidlustusavalduse lisa 11 ja lõplikud seisukohad), siis need ei näi seonduvat niivõrd vaidlustajate, kuivõrd kolmanda isikuga (MTÜ Eesti Kultuuri Koda). Samuti ei nähtu intervjuude läbiviimise seos tähise „EESTI 200“ kasutamisega. See tähendab, et tõendist ei nähtu tähise kasutamine.

Euroopa Kohus on selgitanud, et kaupade ja teenuste loetelu, millele õigusvaidluses rajanetakse, peab olema piisavalt selge ja täpne, et asjaomased ametkonnad ning ka kolmandad isikud saaksid määratleda kaubamärgi õiguskaitse ulatust (12.06.2012 otsus C-307/10, p 49). Vaidlustajate väited tähise kasutamise tegevusalast on laialivalguvad ja ebatäpsed. Lõplikel seisukohtades toodud väited tähise tegeliku kasutamise kohta ei ole samased ega lange kokku kaupade ja teenustega, mille osas väidavad vaidlustajad kaubamärgi üldtuntust. Kaubamärgi „laialdane ja üldine kasutamine kultuurivaldkonnas“ ei võimalda teha järeldusi reaalse õiguskaitse kohta vaidlustajate poolt väidetud konkreetsete klasside 12, 35 ja 41 kaupade ja teenuste osas. Teisisõnu – kaubamärgi väidetud kasutamine ei lange kokku ning ei ole samane väidetud klasside 12, 35 ja 41 kaupade ja teenuste ning nende õiguskaitsega.

Vaidlustajate esitatud kinnituskirjad eri isikutelt ei ole taotleja hinnangul nende isikute spontaansed arvamused, vaid vaidlustaja poolt selge suunitlusega koostatud tekstide alla kirjutamine, millel puudub suurem tõendusväärtus – arvestada tuleb vaidlustajate ja nendega seotud isikute huvi asja lahendamisel. Kinnituskirjadest ei ilmne jätkuvalt ka tähise „EESTI 200“ kasutamine ärilisel eesmärgil. Väidetud klasside 12, 35 ja 41 kaupade ja teenuste kontekstis jääb ebaselgeks nendele kaupadele ja teenustele turuosa loomise ja/või selle säilitamise eesmärk. Kõige selle aluseks oleks vaidlustajate vastav tahe, mis aga puudub. Asjakohatu on ka vaidlustajate viide, et Euroopa Kohtu praktika kohaselt on kaubamärgi tuntust näitavaks otseseks tõendiks muu hulgas erialaorganisatsioonide deklaratsioonid. Kuigi vaidlustajad on viidanud, et kinnituskirju on andnud mitmed erialaorganisatsioonide juhtkonnadesse kuuluvad inimesed, ei ole ükski kinnituskiri antud nende inimeste poolt vastavate erialaorga-

nisatsioonide nimel. Seega on esitatud kinnituskirjad oma olemuselt lakoonilised kinnitused, mis on koostatud etteantud sõnastuses ja tõendist tõendisse korduvalt. Puudub seos vaidlustajatega, puudub äriline seos kindlate mainitud klasside kaupade ja teenustega. Vaidlustajad mõõnsid lõplikes seisukohtades taotleja argumentidele vastates „EESTI 200 liikumist“, samas eelpool käsitlemist leidnud mälupanka nimetavad nad kui „Eesti Kultuuritegijate Mälupank“, mitte kui EESTI 200 mälupank vms. Seega on küsitav, kas ka vaidlustajad ise soovivad nimetatud mälupanka eristada tähisega „EESTI 200“ või pigem nimetada seda teise, geneeerilise nimetusega „Eesti Kultuuritegijate Mälupank“. Vaidlustajate viited tulumaksuseaduse kui eriseaduse regulatsioonile on käesolevas kaubamärgivaidluses täiendavate selgituste puudumisel jätkuvalt asjassepuutumatud ja arusaamatud. Asjaolu, et vaidlustajad on esitanud kinnituskirjad teatavatelt kultuuritegelastelt, ei tõenda lõppastmes kaubamärgi üldtuntust, mille raames on nõutav tähise ärilises kontekstis kasutamine kindlate kaupade ja teenuste kontekstis neile turuosa loomisel. Kinnituskirjad ei tõenda „EESTI 200“ üldtuntust KaMS § 7 lg 3 p 1 loetletud valdava enamuse nõutud sektorite isikute seas Eestis. Vaidlustajad ei ole esitanud ega soovinud esitada veenvaid tõendeid, mis näitaksid üheselt kaubamärgi üldtuntust taotleja kaubamärgist varasema õigusena (nt tarbijauuring terve Eesti vastavate klasside 12, 35 ja 41 kaupade ja teenuste osas). Vaidlustajate kinnituskirjadega seoses esitatud vastuväited taotleja pahatahtlikkusest on samuti asjassepuutumatud. Seda enam, et vaidlustajad ei ole vaidlustanud taotleja õigust käesolevale kaubamärgile pahatahtlikkuse alusel.

KaMS § lg 1 p 3 kohaldamise osas märkis taotleja, et vaidlustajate seisukohalt võiks K. Summataveti kujundusliku kaubamärgi kasutamisenä arvestada ka vaidlustajate ühise sõnalise, väidetud üldtuntud kaubamärgi „EESTI 200“ kasutamist. Taotleja sellega ei nõustunud. Nimetatud kujunduslik ja sõnaline kaubamärk erinevad üksteisest selgelt tajutava ja olulise elemendi (pintslitõmbe motiiv) poolest. See muudab võrrelduna erinevaks ka nende kaubamärkide eristusvõime. Seadusandja tahtest tulenevalt ei saa selliste kaubamärkide kasutamist samastada (vt KaMS § 17 lg 2 p 1 sõnastus). Veelgi enam, arvestades vastandatud registreeritud kujundusliku kaubamärgi kasutamisenä ka väidetud üldtuntud sõnalise kaubamärgi kasutamist laiendatakse sisuliselt KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise ala selliselt, et see kaitseks ka üldtuntud kaubamärke. See ei ole aga olnud seadusandja tahe, kes on jätnud KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamisalasse vaid selgelt registreeritud kaubamärgid. Nagu taotleja on märkinud, on ka Euroopa Kohus selgelt märkinud, et antud säte kaitseb vaid registreeritud kaubamärke (22.06.2010 otsus T-255/08, p 47). Ehk väidetud üldtuntud sõnalise kaubamärgi õiguskaitse laiendamine KaMS § 10 lg 1 p 3 alla ei ole mõeldav. See ei ole kooskõlas kehtiva õiguse ega kohtupraktikaga.

Taotleja palus jätta avaldus rahuldamata.

Komisjon alustas **29.07.2021** vaidlustusavalduse menetluses lõppmenetlust.

Komisjoni selgitused ja otsus

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

1) Kooskõlas KaMS § 72 lõikega 14 kohaldatakse vaidlustusavalduse lahendamisel ning otsuse tühistamise korral uue otsuse tegemisel taotluse kohta, mis on esitatud enne 1.04.2019 ja mille kohta on tehtud otsus pärast 1.05.2004, taotluse esitamise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist. Käesolevas asjas on vaidlustatud kaubamärk „ERAKOND EESTI 200“ (taotlus nr M201800461), mille taotluse esitamise kuupäev on 3.05.2018. Seega kuulub käesolevas asjas kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluste osas kohaldamisele kaubamärgiseadus selle 3.05.2018 kehtinud redaktsioonis ning menetlusnormide osas kuuluvad kohaldamisele kehtivad õigusaktid.

Vaidlustusavaldus on esitatud KaMS § 10 lg 1 p-de 2 ja 3 alusel. Vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise aja redaktsiooni kohaselt nägi KaMS § 10 lg 1 p 2 ette, et õiguskaitset ei saa 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. Vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise aja redaktsiooni kohaselt nägi KaMS § 10 lg 1 p 3 ette, et õiguskaitset ei saa kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema registreeritud või registreerimiseks esitatud kaubamärgi või valdavale enamusele Eesti elanikkonnast tuntud kaubamärgiga, millel on õiguskaitse teist liiki kaupade või teenuste tähistamiseks, kui hilisema kaubamärgiga võidakse ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi mainet või eristusvõimet, mis oli omandatud hilisema kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäevaks või prioriteedikuupäevaks.

Vaidlustajad on vaidlustusavalduses tuginenud kahele kaubamärgile, mida nad loevad varasemaks vaidlustatud kaubamärgist. Esiteks on vaidlustatud kaubamärgile vastandatud vaidlustaja Kärt Summatavet'ile kuuluv kombineeritud registreeritud kaubamärk „EESTI 200 + kuju“ (reg nr 54336), mis on saanud kaitse klassis 41 teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* suhtes. Vaidlust ei ole, et see vastandatud kaubamärk on varasem. Teiseks on vaidlustatud kaubamärgile vastandatud väidetavalt üldtuntud kaubamärk „EESTI 200“, mis kuulub vaidlustajate väitel nendele ühiselt ja mis on väidetavalt kaitstud, s.t omandanud üldtuntuse, klassi 12 kaupade ning klasside 35 ja 41 teenuste suhtes.

Komisjon hindab esiteks vaidlustusavalduse põhjendatust vastandatud registreeritud kaubamärgi alusel, seejärel vastandatud üldtuntud kaubamärgi alusel.

Komisjon nõustub taotlejaga, et KaMS § 41 lõike 2 kohaselt on nõutav vaidlustaja asjast huvitatus. Seadus ei täpsusta, milles see avaldub. Kuna KaMS § 41 lõike 2 kohaselt võib vaidlustusavalduse esitada suhtelise kaubamärgi õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul (s.t väites sellise asjaolu olemasolu) ning suhtelised õiguskaitset välistavad asjaolud on eranditult põhjendatud mingisuguse varasema õigusega, seisneb asjast huvitatus üldjuhul selles, et vaidlustajale kuulub nimetatud varasem õigus, millega kaitstud huve vaidlustatud kaubamärgile antav õiguskaitse kahjustaks ning mida vaidlustajal on seega õigustatud huvi takistada. Kui vaidlustaja toetub varasemale üldtuntud kaubamärgile, tuleb selle kaubamärgi üldtuntuse fakt vaidlustaja poolt esitatavate tõenditega kindlaks teha vastavalt KaMS § 7 lõigetes 1, 2 ja 5 sätestatule ning kuni selleni on tegemist vaidlustaja väitega varasema üldtuntud kaubamärgi olemasolust. Vaidlustaja huvi olemasolu sõltub sellest, kas varasem õigus osutub tõendatuks; samas ei ole võimalik nõuda vaidlustajalt sellisel juhul, et varasema õiguse olemasolu oleks kindlaks tehtud juba vaidlustusavalduse esitamisel. Käesoleval juhul on vaidlustajad väitnud, et nendele kuulub ühiselt omatud varasem üldtuntud kaubamärk ning seda tuleb lugeda piisavaks, et jaatada vaidlustajate asjast huvitatust. Seda, kas vaidlustajate väide osutub tõendatuks ja kas nende väidetav varasem õigus välistab vaidlustatud kaubamärgi õiguskaitse, tuleb hinnata menetluse käigus.

Vaidlustajad on menetluse käigus esitanud seisukoha, et taotleja ei ole käitunud heas usus. Seda seisukohta ei ole vaidlustajad lugenud vaidlustusavalduse nõude aluseks. Sisuliselt võib tegemist olla väitega, et vaidlustajate arvates esineb KaMS § 9 lg 1 p-s 7 sätestatud absoluutne õiguskaitset välistav asjaolu. Vaidlustusavalduse menetluses ei ole KaMS § 41 lõike 2 kohaselt võimalik toetuda KaMS § 9 lõikes 1 sätestatud õiguskaitset välistavale asjaolule (KaMS § 72 lg 13 erand ei kohaldu), küll aga on selle väitega võimalik põhjendada kaubamärgiomaniku ainuõiguse tühiseks tunnistamise avaldust, mida on võimalik esitada alles pärast kaubamärgi registrisse kandmist, KaMS § 52 lõike 1 kohaselt. Seega jätab komisjon käesolevas menetluses vaidlustajate väite seoses taotleja pahausksusega tähelepanuta.

2) Komisjon hindab esiteks vaidlustatud kaubamärgi võimalikku vastuolu varasema registreeritud kaubamärgiga KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel.

Varasem registreeritud kaubamärk on kaitstud klassis 41 kitsalt loetletud teenuste *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* suhtes. 'Sümposion' (algse kreeka keelse tähendusega *joomaüritus*) tähendab menetluse materjalide kohaselt erinevate sõnaraamatute andmetel *teadlaste erialaseid nõupidamisi (kitsapiirilistest küsimustest arutamiseks); vaimuka vestluse ja meelelahutusega pidusööki Vana-Kreekas; samuti määratlemata allika kohaselt koosolekut, mis sarnaneb foorumiga, kuid osalejaid on vähem ja temaatika suurelt osalt erialane*. Nendest kirjeldustest nähtuvalt ei saa vaidlustaja teenuseks pidada Vana-Kreekas toimuvat pidusööki. Erialane nõupidamine, vaatamata sellele, kas see koondab teadlasi ja kas arutusel on veelgi kitsapiirilised küsimused, ei ole teenus, mida tarbiks laiem publik või elanikkond tervikuna. Seega on teenuse tarbijad eeldatavalt tähelepanelikumad ja annavad tähendust nii ürituse korraldajale, selle eesmärgile kui kitsamale teemale, mida konkreetselt arutatakse.

Vaidlustatud kaubamärgi teenuste loetellu *sümposionide korraldamine ja läbiviimine* ei kuulu.

Vaidlustajad on väitnud, et *sümposionide korraldamise ja läbiviimisega* võib pidada samaliigiliseks mistahes sedalaadi ürituste korraldamist ja läbiviimist, sh foorumide, kollokviumide, seminaride, konverentside, ümarlaudade, messide ja koosolekute korraldamist. Seetõttu leidsid nad, et varasema registreeritud kaubamärgi teenustega on identsed ja samaliigilised ka hulk vaidlustatud kaubamärgi klassidesse 16, 35 ja 41 kuuluvaid teenuseid (*trükised; köitematerjal; fotod; kirjatarbed; õppematerjalid ja näitevahendid; lendlehed (flaierid); pisirükised; almanahhid; graafikatrükised; kaardid; kalendrid; kataloogid; kirjutusmaterjalid; perioodilised väljaanded; plakatid; postkaardid; ajalehed; ajakirjad; brošüürid; prospektid; reklaam, ühiskonnateemade üldsusele teadvustamise reklaamiteenused; majandusprognosid; statistiline teave; arvutivõrgureklaam; reklaammaterjalide levitamine; pressiulevaateteenu-*

sed; reklaampindade üürimine; reklaamtekstide ettevalmistamine ja publitseerimine; reklaamiteenistus; avalikkusega suhtlemine; messide korraldamine äri või reklaami eesmärgil; kõigi loetletud teenuste alased konsultatsiooni- ja informatsiooniteenused; turu-uuringud; rahvastikuküsitlused; haridus; väljajõe; meelelahutus; ühiskondlike ja poliitiliste organisatsioonide ning rühmituste meelelahutuse, hariduse, kultuuri alase tegevuse korraldamine; poliitikaga seotud info, uudiste, kommentaaride ja artiklite avaldamine; poliitikaga seotud uudisteprogrammide teenused internetis edastamiseks; kirjastustegevus, tekstide kirjastamine ja avaldamine). Komisjon ei nõustu vaidlustajatega. Kuigi mõned nimetatud teenustest võivad olla lähedased registreeritud kaubamärgi loetellu kuuluvate teenustega sümposioonide korraldamine ja läbiviimine – eeskätt üsna lai ning pigem laiale tarbijate ringile suunatud hariduse alase tegevuse korraldamine, mis ei hõlma siiski otseselt konkreetsete ürituste korraldamist – ei ole kogu loetletud teenuste palett sümposioonide tarbijate jaoks seostatav sümposioonide korraldamisega, selleks teenuseks vajalik ega seda asendav. Põhimõtteliselt on kaubamärgi õiguskaitses ulatus kaupade ja teenuste lõikes määratletud registrisse kantud kaupade ja teenustega (KaMS § 12 lg 2 p 2) ning seda ei saa meelevaldselt laiendada kõikidele kaupadele ja teenustele, millel võib olla mingi seos loetelus oleva teenusega, rääkimata nendest, millel see seos pigem puudub (nt fotod, kalendrid, kirjastustegevus jne).

Vastandatud registreeritud kaubamärk on kombineeritud kaubamärk, mis koosneb sõnalisest osast EESTI 200 ja kujunduslikust osast, mida on võrreldud pintsliõmmetega. Komisjon nõustub vaidlustajatega, et domineerivam ja eristusvõimelisem tähendus on seejuures kaubamärgi sõnalisel osal. Kujunduslik osa on antud juhul siiski originaalne ja selle eristusvõimelisuses ei ole alust kahelda. Pigem on loomult madala eristusvõimega elemendid „EESTI“ ja number „200“, mis ei moodusta ka ühendatuna uue tähendusega tervikut. Lähtuda tuleb sellest, et vastandatud kaubamärk on kaitse saanud tervikuna ja kaubamärgi kaitse ulatus on määratud registrisse kantud kaubamärgi reproduktsiooniga (KaMS § 12 lg 1 p 2) ning see tuleb aluseks võtta kaubamärkide sarnasuse hindamisel. Komisjonile jääb raskesti mõistetavaks vaidlustajate viide seoses sellega, et K. Summatavet on EESTI 200 idee autor. Kaubamärgina ei kaitsta ideed, vaid kaubamärki sel kujul, nagu see on registrisse kantud taotleja esitatud taotluse alusel ning seoses nende kaupade ja teenustega, mis on registrisse kantud taotleja esitatud taotluse alusel. Kaubamärgiõigusega on vastuolus nii kaubamärgi meelevaldne taandamine ühele sellele elemendile (taotleja soovis nimelt kombineeritud kaubamärgi registreerimist) kui eelkäsitletud kaupade-teenuste loetelu meelevaldne laiendamine kõigele mõeldavale (taotleja soovis kaubamärgile kaitset seoses konkreetsete kitsalt määratletud teenustega).

Vaidlust ei ole selles, et vastandatud kaubamärgi sõnaline osa ja vaidlustatud kaubamärgi osa „EESTI 200“ on identsed. Vaidlustatud kaubamärgis sisaldub lisaks väikese eristusvõimega sõna ERAKOND, mis on seejuures esimesel positsioonil. Selleks, et esineks KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud õiguskaitses välistav asjaolu, peavad võrreldavad kaubamärgid tervikuna (arvestades seejuures nende domineerivaid ja eristusvõimelisi osi) olema identsed või sarnased, nendega tähistavad kaubad ja teenused peavad olema identsed või samaliigilised ning peab esinema tõenäosus, et tarbijad vahetavad need kaubamärgid ära. Komisjon mõnab, et kaubamärkide sarnasus (arvestades seejuures nende domineerivaid ja eristusvõimelisi osi) teatud määral esineb. Samas on eespool leitud, et kaubamärkidega tähistatavad kaubad ja teenused ei ole identsed ega samaliigilised. Näiteks vaidlustatud kaubamärgi klassis 25 loetletud kaupade osas ei ole ka vaidlustajad sarnaste kaupade olemasolu väitnud. Kaubamärgipraktikas on omaks võetud põhimõte, et mida sarnasemad on kaubamärgid, seda erinevamad peavad olema kaubad-teenused, ja vastupidi, et välistada kaubamärkide segiajamist. Kuna antud juhul on vastandatud registreeritud kaubamärk registreeritud spetsiifiliste ja tähelepanelikule adressaadile suunatud teenuste suhtes ning nende teenustega samaliigilisi teenuseid (identsetest teenustest rääkimata) vaidlustatud kaubamärgi kaupade ja teenuste loetelus ei esine, on komisjon seisukohal, et kaubamärkide äravahetamise, sealhulgas nende assotsieerumise tõenäosust ei esine.

3) Vaidlustajad on olnud seisukohal, et vaidlustatud kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatuga, kuna registreeritud kaubamärki „EESTI 200 + kuju“ on varasemalt kasutatud ja tutvustatud ning see on seeläbi saavutanud üldtuntuse ja tugeva maine, mida vaidlustatud kaubamärgiga kahjustatakse või ära kasutatakse.

Komisjon selgitab, et kuna vaidlustatud kaubamärgi registreerimise taotlus on esitatud enne 2019. a muudatusi KaMS § 10 lg 1 p 3 sõnastuses, tuleb väidetava vastuolu tõendamiseks täita järgmised kriteeriumid. Esiteks peavad võrreldavad kaubamärgid olema identsed või sarnased. Kaupade või teenuste samaliigilisus ei ole oluline. Teiseks peab varasem kaubamärk olema registreeritud või tuntud valdavale enamusele Eesti elanikkonnast hilisema kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäevaks. Kolmandaks peab varasem kaubamärk omama või olema omandanud hilisema kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäevaks maine või eristusvõime, mida hilisema kaubamärgiga on võimalik ära kasutada või kahjustada.

Kaubamärkide sarnasust on eespool hinnatud ning jõutud järeldusele, et varasem kombineeritud kaubamärk tervikuna ei ole vaidlustatud sõnalise kaubamärgiga KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamiseks sarnane. KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise eelduseks on varasema kaubamärgi hüpoteetiline maine või eriline eristusvõime ja seega võib nõutav sarnasuse aste olla madalam kui äravahetamise tõenäosuse hindamisel; kas sellist sarnasust saab mõõnda, sõltub varasema kaubamärgi maine või erilise eristusvõime olemasolust. Vastandatud kaubamärk on varasem registreeritud kaubamärk.

Vaidlustajad on esitanud mitmeid tõendeid, mille peamine eesmärk on tõendada oma väidetava üldtuntud kaubamärgi olemasolu. Neid tõendeid saab kasutada selle hindamiseks, kas vastandatud registreeritud kaubamärk on kasutamise tulemusena omandanud KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks vajaliku maine või eristusvõime – otse nende asjaolude tõendamiseks vaidlustajad eraldi tõendeid ei ole esitanud. Taotleja on pidanud esitatud tõendeid ebapiisavaks, kuna nendest ei ilmne ei registreeritud tähise kasutamine kaubamärgina ega selle väidetav maine või eriline eristusvõime, mida vaidlustatud kaubamärgiga võiks kahjustada või ära kasutada. Komisjon hindab vaidlustaja esitatud tõendeid (v.a registriväljavõtted, kirjavahetus jms dokumendid) järgnevalt.

Vaidlustusavalduse lisades 3, 6, 7, 8, 11, 12, 14 ja 15 ega 29.07.2020 esitatud lisades, v.a lisa 4, vastandatud registreeritud kaubamärgi kasutamist ei ilmne.

Vaidlustusavalduse lisa 9 (väljatrükk ev100.ee lehelt kingituse EESTI 200 kohta), pealkirjaga „Eesti 200 kingituse väljavõte“, lk-l 3 on vastandatud registreeritud kaubamärki kasutatud ning väidetud, et 2.11.2015 lisati kingitusele (mille iseloom ei ole menetluse vältel selgunud) tunnuslogo. Juures on vaevu loetav tekst „Eesti Kultuuri Koda algatab Eesti Vabariigi 100. sünnipäeva tähistamiseks laiapõhjalise arutelu visiooni „Eesti Vabariik 200“ loomiseks“. Allpool olevas tekstis on viidatud liikumisele EESTI 200. Komisjon märgib, et tõendist endast ei ilmne selle allikas ega kuupäev. Ühekordsest kaubamärgi kasutusest väidetavalt veebilehel seoses visiooniaruteluga ei ole võimalik järeldada kaubamärgi maine ning selle eristusvõime on hägune, kuna sõnalist tähist „EESTI 200“ kasutatakse erinevas ja hägusas kontekstis (visioon „Eesti Vabariik 200“; Kultuuri Koja liikumine EESTI 200). Kasutatud logo on raske mõista kaubamärgina. Seetõttu on ebaoluline ka vaidlustusavalduse lisa 10 olev andmestik väidetava veebilehe külastatavuse kohta.

Vaidlustusavalduse lisa 13 (Viimsi Teataja 10.02.2017) on vastandatud kaubamärki kasutatud seoses Viimsi Rotary klubi korraldatava oksjoniga 4.03.2017 Eesti kultuuritegijate Mälupanga toetuseks. Kuigi ürituse juurde kuulub buffet, vein ja tasuline baar, ei viita miski sümposiumile selle leksikaalses tähenduses, millele vaidlustajad on viidanud. Seega ei ole kaubamärki kasutatud seoses registrisse kantud teenustega. Tegu on ka kolmanda isiku korraldatud ühekordse üritusega, millest ei järeldu kaubamärgi maine ega eristusvõime.

29.07.2020 lisa 4 on foto samale Viimsi Rotary klubi korraldatavale oksjonile viitavast reklaamist Pirita teel, mille paremas nurgas on kasutatud kombineeritud kaubamärki. Miski ei seosta tähist vaidlustajate tegevusega ega teenustega, mille suhtes see on registreeritud.

Vaidlustajad on viidanud KaMS § 17 lg 2 p-le 1, mille kohaselt kaubamärgi kasutamiseks kaubamärgiomaniku poolt loetakse ka kaubamärgi kasutamine kujul, mis erineb kaubamärgi reproduktsioonist selliste elementide poolest, mis ei muuda kaubamärgi eristusvõimet sellisel kujul, millisena see on registreeritud, sõltumata sellest, kas kaubamärk on ka kasutatud kujul kaubamärgiomaniku nimele registreeritud. Vaidlustajad on soovinud sellele sättele toetudes võrdsustada kõik sõnalise tähise „EESTI 200“ kasutuse juhud varasema kombineeritud kaubamärgi kasutamisega. Komisjon vaidlustajatega ei nõustu, kuivõrd KaMS § 17 lg 2 p-s 1 sätestatu on kontekstist järelduvalt mõeldud selleks, et kaubamärgiomanikul oleks lihtsam tõendada kaubamärgi kasutamise kohustuse (KaMS § 17 lg 1) täitmist, mitte aga selleks, et muuta sisutuks KaMS § 12 lg 1 p-s 2 sätestatu, mille kohaselt on kaubamärgi õiguskaitse ulatus määratud reproduktsiooniga. Samuti ei nõustu komisjon sellega, et kujundusliku elemendi täielik ärajätmine ei mõjuta vastandatud registreeritud kaubamärgi eristusvõimet, arvestades, et sõnalised üldises kasutuses olevad elemendid EESTI ja 200 ei moodusta kujunduslikust elemendist eraldi kuigi tugeva eristusvõimega tervikut.

Eeltoodust tulenevalt ei ole tõendatud varasema kombineeritud kaubamärgi maine või eriline eristusvõime, mida vaidlustatud kaubamärgi kasutamisega erinevatel teenustel võiks kahjustada või ära kasutada. Seega ei ole ka alust väita, et kasutamise tulemusena omandatud maine või eristusvõime tulemusena oleks varasema kombineeritud kaubamärgi eristusvõime ulatuslikum ja see kaubamärk sarnane sõnalise kaubamärgi, millele on kaitset soovitud muude kaupade ja teenuste suhtes. Niisiis puuduvad komisjoni hinnangul alused KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks.

4) Vaidlustajad on väitnud, et nendele kuulub ühiselt üldtuntud sõnaline kaubamärk „EESTI 200“, mis on varasem vaidlustatud kaubamärgist. Komisjonile erinevalt taotlejast ei ole jäänud ebaselgeks, millise kuupäeva seisuga vaidlustajad nimetatud kaubamärgi üldtuntust soovivad tunnistada.

Vaidlustajad on väitnud, et nimetatud kaubamärk on üldtuntud mitmete kaupade ja teenuste suhtes klassides 12, 35 ja 41. Komisjon selgitab, et vaidlustajate sellekohane loetelu omab tähendust üksnes juhul, kui on tõendatud, et kaubamärk „EESTI 200“ on olnud asjassepuutuval perioodil kasutusel nende kaupade ja teenuste eristamisel teiste ettevõtjate samaliigilistest kaupadest ja teenustest ning see tähis on omandanud üldtuntuse vastavate kaupade ja teenuste suhtes, mille tähistamisega kaubamärk üldtuntuse omandas (KaMS § 12 lg 2 p 1).

Komisjon hindab järgnevalt vaidlustajate esitatud tõendeid, millega on soovitud nimetatud sõnamärgi üldtuntust tõendada.

Vaidlustusavalduse lisa 7 vastandatud väidetavalt üldtuntud kaubamärgi kasutamist ei ilmne. Lisa 16 olevas kirjavahetuses on juttu registreeritud kaubamärgist. Lisa 16 (Liikumise Eesti 200 Mälupank toetusrühma pressiteade) on vaidlustatud kaubamärgi taotlemise kuupäevast hilisem. Samuti viidatakse seal pigem „patenteeritud kaubamärgile“. Toetusgrupi avaldused ei ole objektiivsed kaubamärgi tuntuse tõendid.

Vaidlustusavalduse lisa 3 „Eesti 200: visioon = traditsioon + inspiratsioon? (innovatsioon?)“ on tegemist K. Summataveti koostatud ideepaberiga Eesti Kultuuri Koja tarbeks (?), mis on iseloomult ideede kogum (äärmisel juhul kirjanduslik teos), mitte kaup ega teenus; täielikult ei ole ka selge, kas esitatud materjal on üldse olnud avalikkusele kättesaadav või üksnes autori enda konspekt.

Vaidlustusavalduse lisa 6 on „EESTI 200“ kasutatud arutelu pealkirjas, mitte kaubamärgina; samuti fotol Kultuuri Koja kingituse tähistamisel, mida ei saa lugeda kasutamiseks kaubamärgina. Lisas 8 (9.01.2019 artikkel) on sama ürituse kava ajakirjanduslikult kajastatud.

Vaidlustusavalduse lisa 9 (väljatrükk ev100.ee lehelt kingituse EESTI 200 kohta), pealkirjaga „Eesti 200 kingituse väljavõte“ on viidatud kingitusele „Eesti 200“, mis on loogiliselt ühekordne hüve, mitte ettevõtja poolt pakutav kaup või teenus. Lk-l 2 on kujutatud kingipakki pealkirja „EESTI 200“ all, ning märgitud vaevu loetavas kirjas, et Eesti Kultuuri Koda algatab arutelu visiooni „Eesti Vabariik 200“ loomiseks (...) ja kingib riigile pikaajalise tegevusplaani, algatades liikumise EESTI 200. Algatajana on märgitud Eesti Kultuur 200 MTÜ. Lk-l 3 on väidetud, et 2.11.2015 lisati kingitusele tunnuslogo. Komisjon märgib, et tõendist endast ei ilmne selle allikas ega kuupäev. Arusaamatuks jääb, millisele kaubale või teenusele tähisega „EESTI 200“ viidatakse, samuti kasutatakse sõnalist tähist „EESTI 200“ erinevas ja hägusas kontekstis (visioon „Eesti Vabariik 200“; Kultuuri Koja liikumine EESTI 200, Eesti Kultuur 200 MTÜ, kingitus Eesti 200). Täheühendit „EESTI 200“ on selles kontekstis raske mõista kaubamärgina. Seetõttu on ebaoluline ka vaidlustusavalduse lisa 10 olev andmestik väidetava veebilehe külastatavuse kohta.

Lisa 11 sisaldab andmeid 9.09.2016 toimunud seminari kohta. Lk-l 2 on viidatud K. Summatavetile kui Eesti Kultuuri Koja ja töörühma EESTI 200 idee autorile (...) ja liikumise EESTI 200 algatamisele, mille raames alustatakse kultuuritegelaste mälupanga loomist. Komisjon märgib, et ideed ei ole kaubamärgina (ega intellektuaalomandina) kaitstavad; puudub vähimgi seos, millised kaubad või teenused võiks olla väidetava kaubamärgiga tähistatud. Liikumise nimi ei ole kaubamärk ning ka sellisena ei ole see seostatav ühegi kauba ega teenusega. Viidatud „mälupanga“ iseloom on menetluse käigus jäänud ebaselgeks, kuid ilmselt ei ole tegemist ühegi määratletud kauba ega teenusega, mida kõnealuse kaubamärgiga oleks tähistatud.

Lisas 12 (Sirp 12.20.2016) sisaldub tsitaat „Mälupank on üheks oluliseks ettevõtmiseks selles tegevuskimbus, millele oleme andnud sümboolse nimetuse „EESTI 200“.“ Sellest järeldub taas, et kõnealuse nimetusega on tähistatud „mälupanka“ või seda hõlmavat „tegevuskimpu“, mitte aga ühtegi määratletavat kaupa või teenust, mida ükski isik oleks kasutanud oma kaupade või teenuste eristamiseks teiste isikute samaliigiliste kaupadest või teenustest eristamisel, s.t kaubamärgina.

Vaidlustusavalduse lisa 13 (Viimsi Teataja 10.02.2017) sisaldub eelmise lisaga identne tsitaat. Samuti on reklaamitud Viimsi Rotary klubi korraldatavat oksjoni 4.03.2017 Eesti kultuuritegijate Mälupanga toetuseks. Seejuures on nimetatud, et „Mälupanga juhtkiri on Eesti 200 [...]“. Ei ilmne ühtegi konkreetset kaupa või teenust, mida selle juhtkirjaga kaubanduslikult tähistatakse. 29.07.2020 lisa 4 on foto samale Viimsi Rotary klubi korraldatavale oksjonile viitavast reklaamist Pirita teel, kus „EESTI 200“ on kasutatud kombineeritud kaubamärgi koosseisus.

Vaidlustusavalduse lisa 14 (Lee artikkel, dateerimata) on juttu liikumisest EESTI 200 ja sellenimelisest algatusest. See ei ole seostatav ühegi kauba ega teenusega.

Lisa 15 (13.06.2017) sisaldab viidet liikumisele EESTI 200, algatusele EESTI 200 ja tegevuste kimbu sümboolsele nimele EESTI 200. Ühelgi juhul ei ole need tähistused seostatavad ühegi kauba ega teenusega.

Lisad 18 ja 19 on kirjad, milles avaldatakse protesti liikumise EESTI 200 nime kasutuse üle. Need ei viita tähisele kui kaubamärgile. Samuti 29.07.2020 lisades 3.1–3.29 esitatud kirjalikud tunnistused ei võimalda järeldada kõnealuse tähise kasutamist kaubamärgina mingi konkreetse kauba või teenuse suhtes. Komisjon nõustub seejuures taotlejaga, et suur osa esitatud kinnituskirjadest pärinevad isikutelt, kes on liikumisega EESTI 200 olnud viisil või teisel seotud – selles aktiivsemalt või passiivsemalt osalenud või selle tegevusega lähedalt kokku puutunud (tulumaksuseaduse määratlus on asjasse puutumatu) – ning seega ei ole need objektiivsed kõrvalise isiku tunnistused väidetava kaubamärgi kasutamise, selle ulatuse ja aja ning tuntuse kohta. Samuti on tunnistajatele esitatud küsimused ilmselgelt suunatud tähise „EESTI 200“ väidetava tuntuse kinnitamisele konkreetse kuupäeva seisuga, mitte objektiivsele asjaoludele, mis seda tuntust kinnitaksid.

Komisjon selgitab, et taotleja viidatud erialaliidu kinnitus üldtuntuse tõendina oleks aktsepteeritav juhul, kui see pärineks organisatsioonilt, millesse kõnealune ettevõtja kuulub (nt Õliliidu kinnitus Alexela kaubamärgi tuntuse kohta). Ka sel juhul ei saa tuntuse tõendamisel tugineda ainult kinnituskirja(de)le, vaid seda peavad toetama objektiivsed tõendid kaubamärgi kasutamise, tutvustamise ja tuntuse kohta asjassepuutuvates sektorites.

Komisjon ei eita, et esitatud tõenditest nähtub EESTI 200 idee/algatus ja samanimelise liikumise olemasolu, kuid tõendatud ei ole, et selle tähise all oleks keegi pakkunud konkreetset kaupa või osutanud teenust, eristades seda kaupa või teenust teiste isikute samaliigilisest kaubast või teenusest, s.t kaubamärgi funktsioonis. Kui tegemist ei ole olnud kaubamärgiga, ei saa olla tegemist ka üldtuntud kaubamärgiga (rääkimata tuntusest valdavale osale Eesti elanikkonnast). Kui tähis ei ole kaubamärgina üldtuntust omandanud, ei saa ka määratleda, millisel kujul või milliste kaupade-teenuste suhtes see kaubamärk on üldtuntuse omandanud ja järelikult millises ulatuses saab tegemist olla varasema õigusega, millega vaidlustatud kaubamärk on KaMS § 10 lg 1 p-de 2 või 3 kohaselt vastuolus. Seega on vaidlustajate väited vaidlustatud kaubamärgi vastuolu kohta seoses väidetavalt üldtuntud varasema kaubamärgiga „EESTI 200“ alusetud.

Tulenevalt eeltoodust ning lähtudes KaMS § 10 lg 1 p-st 4 ning TÕAS § 61 lõikest 1 otsustab komisjon:

- **jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.**

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 nimetatud 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)

Tanel Kalmet

Triin Muuk-Adrat

Edith Sassian