

PATENDIAMET TÖÖSTUSOMANDI APELLATSIOONIKOMISJON

Otsus nr 1845-o

Tallinn, 20.04.2020

**Avaldus nr 1845 – kaubamärgi
„FELLIN“ (taotlus nr M201700479)
registreerimise vaidlustamine
(kiirendatud menetlus)**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon (edaspidi komisjon), koosseisus Tanel Kalmet (eesistuja), Triin Muuk-Adrat, Edith Sassian, vaatas läbi Felina GmbH, DE, (edaspidi vaidlustaja; esindaja patendivolnik Linnar Puusepp) 05.08.2019 vaidlustusavalduse kaubamärgi „FELLIN“ (taotlus nr M201700479, taotluse esitamise kuupäev 02.05.2017, avaldamise kuupäev 03.06.2019) registreerimise vastu MESILASE TANTS OÜ (edaspidi taotleja, esindaja patendivolnik Mart Enn Koppel) nimele klassis 25 (rõivad ja rõivaosad; jalatsid ja jalatsite osad; peakatted ja peakatete osad, sh mütsid, sh vormimütsid, kübarad, peapaelad, pearätikud; kalastus-, matka-, jahi- ja spordirõivad, sh spordipesu meestele, naistele, lastele, sh väikelastele; aluspesu ja alusrõivad meestele, naistele ja lastele, sh väikelastele; ülerõivad meestele, naistele, lastele, sh väikelastele; kaelasallid, kaelarätid ja kaelasidemed, sh lipsud ja kikiipsud; vormi- ja tööõivad, türibid, tunked, sh autojuhirõivad; kraed ja muhvid, sh karusnahast; hommikumantlid ja hommikukleidid, pidžaamad; kindad, kâpikud; traksid; sukad, sokid, sukkpüksid, suka- ja sokihoidjad; nahkrõivad ja kunstnahast rõivad; paberist peakatted (rõivad), paberriided, paberrõivad; rannarõivad ja rannajalatsid, ujumisrõivad; veekindlad rõivad, veesuusatajate türibid; vannimütsid; kasukad, palitud, joped, mantlid, jakid; ülikonnad, pintsakud, püksid, kostüümid, kleidid, seelikud, korsetid; trikotaaž; mootorratturirõivad, jalgratturirõivad; kingad, sandaalid, sauna- ja ujumisjalatsid; spordijalatsid, sh jooksukingad, suusasaapad, uisusaapad, jalgpallisaapad, jalgrattakingad; tuhvliid, toakingad; rahvarõivad, tanud, undrukud, pastlad, viisud; randmeapaelad (rõivad), retuusid, rinnahoidjad, rinnatasku ilurätid; magamisel kasutatavad silmakatted; sisetallad, jalatsite vahetallad; suka-, põlve- või püksipaelad, suusakindad, trikookaubad; valmisrõivad; võimlemiskingad, võimlemisrõivad; vööd, rihmad).

Vaidlustajale kuulub Euroopa Liidu suhtes kehtiv rahvusvaheline kaubamärk „FELINA“ (reg nr 0969043, rahvusvahelise registreerimise kuupäev 20.09.2005), mis on kaitstud klassi 25 kaupade rõivaesemed, eelkõige pihikud, aluspesu, ujumisrõivad suhtes (vaidlustusavalduse lisa 2).

Menetluse käik

Vaidlustaja on **05.08.2019** vaidlustanud taotleja õiguse vaidlustatud kaubamärgile klassi 25 kaupade suhtes kaubamärgiseaduse (KaMS) § 10 lg 1 p-des 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude olemasolu tõttu (vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise ajal kehtinud KaMS versiooni järgi).

KaMS § 10 lg 1 p-de 2 ja 3 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, - mis on identne või sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või sarnaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga; - 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.

Adress:
Toompuiestee 7
15041 Tallinn

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

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

Vaidlustaja nõudeks on tühistada Patendiameti otsus vaidlustatud kaubamärgi registreerimise kohta klassis 25 KaMS § 41 lg 2 alusel. Vaidlustatud kaubamärk langeb suures osas kokku varasema maineka, paljudes riikides registreeritud ja kasutatava „FELINA“ kaubamärgiga (lisa 3) ning seda taotletakse identsete ja samaliigiliste kaupade tähistamiseks. Samuti esineb oht, et vaidlustatud tähis võib klassi 25 kuuluvate kaupade osas ära kasutada ja kahjustada varasema kaubamärgi mainet ja eristusvõimet.

Vaidlustusavaldusele oli lisatud (1) vaidlustatud kaubamärgi kohta väljavõtte Eesti Kaubamärgilehest nr 6/2019; (2) varasema kaubamärgi kohta väljavõtte Euroopa Liidu Intellektuaalomandi andmebaasist; (3) nimekirja vaidlustajale kuuluvatest registreeritud FELINA kaubamärkidest.

Komisjon võttis vaidlustusavalduse menetlusse **23.08.2019** ja toimetas selle taotleja esindajale kätte (kättesaamist kinnitatud 27.08.2019). Tulenevalt tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 48² lg 1 algab kättestoimetamisest leppeperiood. Kooskõlas sama paragrahvi lõikega 2 anti taotlejale teada, et ta pidi kirjalikult teatama komisjonile enne 31.10.2019, kas ta soovib vaidlustusavaldusele vastu vaielda. Taotleja ei ole komisjonile teatanud, et ta soovib vaidlustusavaldusele vastu vaielda, mistõttu komisjon kohaldab kiirendatud menetlust kooskõlas TÕAS § 48⁴ lõikega 1. Komisjon võimaldas 30.12.2019 vaidlustajal esitada avalduse täiendavad põhjendused ja tõendid hiljemalt 02.03.2020.

17.01.2020 esitas vaidlustaja vaidlustusavaldust täiendavad põhjendused ja tõendid. Vaidlustaja on Mannheimi linnas asuv, 1885. aastal asutatud tekstiiliettevõtte, kellel on ca 1000 töötajat. Tootearendus toimub Saksamaal, tootmine aga Ungaris. Vaidlustaja registreeris kaubamärgi „FELINA“ esmakordselt 1915. aastal rannahoidjate kaubamärgina (põhjenduste lisa 1). Vaidlustaja on arenenud ülemaailmselt tegutsevaks naistepesu tootjaks ja turustavaks ettevõtteks, kes tegutseb enam kui 50 riigis, sh Euroopa Liidu liikmesriikides (lisa 2). Vaidlustaja turustab oma toodangut kaubamärkide „FELINA“ ja „CONTURELLE“ all, sh Eestis ning vaidlustaja turustusvõrgustik katab enamikku Euroopa Liidu liikmesriikidest ning sellesse kuulub enam kui 6500 edasimüüjat. 2016. aastal ulatusid vaidlustaja kontserni müüginumbrid ligikaudu 41 miljoni euroni. 2017. aastal ühines vaidlustaja Eesti taustaga kontserniga AS Lauma International, mis tegutseb edasi nime European Lingerie Group all (lisa 3). Vaidlustaja on tuntud ja mainekas naistepesu tootja. Seda tõendab täiendavalt valik vaidlustaja 2018. aastal erinevate riikide moeajakirjades ilmunud reklaamidest (lisa 4).

Vaidlustaja on varasema kaubamärgi omanik KaMS § 11 lg 1 p 6 alusel. Vaidlustaja leiab, et vaidlustatud kaubamärgi suhtes esinevad õiguskaitset välistavad asjaolud tulenevalt sellest, et selle suhtes esineb äravahetamise tõenäosus vaidlustaja varasema registreeritud kaubamärgiga (KaMS § 10 lg 1 p 2) ja taotleja kaubamärk kasutab ära ja kahjustab vaidlustaja kaubamärgi mainet ja eristusvõimet (KaMS § 10 lg 1 p 3).

Kaubamärkide äravahetamise tõenäosust on defineeritud riskina, et avalikkus võib uskuda, et kaubad või teenused tulevad samalt ettevõttelt või temaga majanduslikult seotud ettevõtetelt (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).

Visuaalsest aspektist on nii varasema kui vaidlustatud kaubamärgi puhul tegemist kuuest tähest koosneva sõnalise tähisega. Vaidlustatud kaubamärk erineb varasemast kaubamärgist vaid ühe tähe võrra, so 5 tähte 6-st langevad kaubamärkides kokku. Kuna kaubamärkides sisalduvate tähed ja nende järjestus langevad kokku, kusjuures tähiste algusosad „FEL“ on identsed ja lõpuosad sisaldavad mõlemad täheühendit „IN“, loovad kaubamärgid visuaalselt sarnase üldmulje. Foneetilisest aspektist kordab vaidlustatud tähis FELLIN varasemat kaubamärki peaaegu täies ulatuses, erinedes varasemast kaubamärgist üksnes pikema konsonandi „l“ poolest ja selle poolest, et varasem kaubamärk FELINA lõpeb täishäälikuga „a“. Kaubamärkide foneetilistes üldmuljetes on tähiste identne algus ja lõpuosades sisalduv täheühend „IN“ koheselt tajutavad. Sellest tulenevalt on vastandatavate kaubamärkide foneetilised üldmuljed sarnased. Sõnadel FELINA ja FELLIN ei ole Eesti keskmisele tarbijale mõistetavat tähendust. Pigem tajub Eesti keskmine tarbija, et nimetatud sõnade/kaubamärkide näol on tegemist kas väljamõeldud sõnaga või võõrkeelse sõnaga, mille tähendust nad ei tea. Seega ei saa asjaomaseid kaubamärke kontseptuaalselt võrrelda.

Vaidlustaja ja taotlejate kaubamärkide kaupade loetelud on klassis 25 identsed ja samaliigilised. Vaidlustaja leiab, et kaubamärgiseaduse tõlgendamisel on analoogia alusel kohaldatavad Euroopa Kohtu lahendid seoses Esimese Nõukogu direktiiviga 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmes-

riikide õigusaktide ühtlustamise kohta. Euroopa Kohtu praktika kohaselt esineb kaubamärkide äravahetamise tõenäosus juhul, kui tarbijad võivad käsitada eri kaubamärkidega tähistatud tooteid samalt või majanduslikult seotud isikutelt pärinevatena (29.09.1998 otsus C-39/97 Canon, p 29). Vastandatud kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel on märkide sarnasus ning kaupade ja teenuste sarnasus omavahelises vastastikususes 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). Käesoleval juhul on vaidlustatud tähis visuaalselt ja foneetiliselt sarnane varasema kaubamärgiga, millest tulenevalt on asjaomased kaubamärgid üldhinnanguna sarnased ning vaidlustatud kaubamärgi klassi 25 kuuluvad kaubad on identsed ja samaliigilised varasema kaubamärgi klassi 25 kuuluvate kaupadega. 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 Lloyd Schuhfabrik Meyer, p 24). Eelpool selgitatust nähtuvalt ei ole kahtlust, et vaidlustaja on tuntud ja mainekas naistepesu tootja ja see tõstab asjaomaste kaubamärkide äravahetamise tõenäosust veelgi. Toodust nähtuvalt esineb vaidlustatud tähise osas KaMS § 10 lg 1 p-s 2 sätestatud õiguskaitset välistav asjaolu.

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. 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 tuntuusest tulenevaid funktsioone, mida mainekad kaubamärgid lisaks kaupade ja teenuste eristamisele täidavad.

Kaubamärk on tuntud kui seda teab oluline osa asjaomasest tarbijate sektorist (14.09.1999 otsus nr C-375/97 General Motors Corporation, p 26). Euroopa Kohtus on oma praktikas täpsustanud, et kui varasema ühenduse kaubamärgi maine on tõendatud liidu olulises osas, mis võib vastavalt olukorrale ühtida üheainsa liikmesriigi territooriumiga, mis ei pea tingimata olema see liikmesriik, kus on esitatud hilisema siseriikliku kaubamärgi registreerimise taotlus, tuleb järeldada, et see kaubamärk on omandanud maine liidus (03.09.2015 otsus C-125/14). Vaidlustusavalduse põhjendusele lisatud materjalidest nähtuvalt on vaidlustaja kaubamärk naistepesu osas tuntud ja mainekas. „FELINA” naistepesu on võimalik osta ka Eestis (lisa 5) ning vaidlustajaga seotud on kajastatud ka Eesti ajakirjanduses (lisa 6). Samuti nähtub vaidlustusavalduse lisast 3, et vaidlustaja kaubamärk on registreeritud paljudes erinevates riikides.

Vastandatavad kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased. Siiski tuleb KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamisel märkida, et nimetatud norm ei näe ette, et kaubamärgid peaksid olema äravahetamiseni sarnased. Registreerimise keeldumise aluse esinemiseks piisab kaubamärkide sarnasusest sellisel määral, et üks märk meenutab teist, kuid neid ei pruugita segi ajada. Seega on kaubamärkide sarnasuse nõude täitmine KaMS § 10 lg 1 p 3 tähenduses madalam kriteerium, kui seda on kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse kriteerium KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses. Nimetatut selgitab ka Euroopa Kohtu 18.06.2009 otsus (C-487/07 L’Oreal SA v Bellure NV, p 36) milles Kohus on leidnud, et *“Direktiivi 89/104 artikli 5 lõikes 2 [analooogne KMS §10 lg 1 p-le 3] käsitletud rikkumised on nende esinemise korral asjaomase kaubamärgi ja tähise teatava sarnasuse tagajärg, mille tõttu asjaomane avalikkus seostab tähist kaubamärgiga, st loob nende vahel seose, olgugi et ta ei aja neid omavahel segi. Seega ei ole nõutav, et sarnasus maineka kaubamärgi ja tähise vahel, mida kasutab kolmas isik, oleks selline, et muutuks tõenäoliseks, et asjaomane avalikkus ajab need segi. Piisab, kui sarnasus maineka kaubamärgi ja tähise vahel on selline, et asjaomane avalikkus seostab seda tähist kaubamärgiga.”* Käesolevas asjas esineb reaalne oht, et puutudes kokku vaidlustatud tähisega, meenub Eesti tarbijaskonnale vaidlustaja varasem, tuntud kaubamärk ja nad loovad nimetatud tähiste vahele KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise eelduseks oleva seose.

Varasema kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamise all mõistetakse kõiki juhtumeid, kus teised kasutavad tuntud kaubamärki ilmselt ära või püütakse selle mainet ära kasutada. Teiste sõnadega on tegemist riskiga, et ettekujutus mainekast kaubamärgist või sellele omistatud omadustest kantakse üle taotletava kaubamärgiga tähistavatele kaupadele, mistõttu nende turustamine on lihtsam tänu sellisele varasema maineka kaubamärgiga seostumisele (Euroopa Üldkohtu 22.03.2007 otsus nr T-215/03 Sigla SA, p 40). Euroopa Kohus on täiendavalt selgitanud, et kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglane ärakasutamine segiajamise tõenäosuse olemasolu ega oht ei eelda, et kaubamärgi eristusvõimet, mainet või kaubamärgiomanikku üldisemalt võidakse kahjustada. Kasu, mida kolmas isik maineka kaubamärgiga sarnase tähise kasutamisest saab, kujutab endast kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglast ärakasutamist kolmanda isiku poolt, kui viimane soovib tähise sellise

kasutamiseks asuda maineka kaubamärgi kiiluvette, et saada kasu viimase atraktiivsusest, reputatsioonist ja prestiižist ning kasutada seda ilma rahalist hüvitist maksmata ja ise kaubamärgiomaniku ärilisse panusesse selle kaubamärgi kuvandi loomisel ja säilitamisel panustamata (18.06.2009 otsus nr C 487/07 P L'Oréal SA, p 50). KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatud õiguskaitse andmisest keeldumise aluse esinemiseks ei ole vaja tõendada, et hilisema kaubamärgi kasutamise tagajärjel on varasema tuntud kaubamärgi maine ja eristusvõime kasutamine juba aset leidnud. Piisab sellest, et esineb tõsine oht, et selline ärakasutamine tulevikus toimub. Kuna varasema kaubamärgi puhul on tegemist enam kui 104 aastat kasutatud, naistepesu osas tuntud ja maineka kaubamärgiga, esineb reaalne oht, et varasema kaubamärgiga sarnase tähise kasutusse võtmine identsete ja samaliigiliste kaupade tähistamisel võimaldab taotleja hakata saama ebaõiglast tulu varasema kaubamärgi atraktiivsusest, reputatsioonist ja prestiižist selle eest rahalist hüvitist maksmata ja kaubamärgi kuvandi loomisele ja säilitamisele panustamata, so vaidlustatud tähisega kasutaks ära varasema kaubamärgi mainet ja eristusvõimet.

Euroopa Kohtu kohtujuristi Francis Geoffrey Jacobi kohtuasjas nr C-408/01 (Adidas-Salomon) antud arvamuse kohaselt: *“eristusvõime kahjustamise kontseptsioon peegeldab tähise eristusvõime nõrgendamist. /.../ Sisuliselt tähendab see seda, et kaubamärk ei ole enam võimeline koheselt seostuma nende kaupadega, mille osas see on registreeritud või kasutatud.”* Seega võib kaubamärgi eristusvõime kahjustamist nimetada ka 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, sest hilisema kaubamärgi kasutamine tingib varasema kaubamärgi identiteedi hajumise. Nii on see eeskätt siis, kui varasem kaubamärk, mis tekitas kohese seose kaupade või teenustega, mille jaoks see registreeriti, ei tekita enam sellist seost. Ka eristusvõime kahjustamise puhul ei ole vaja tõendada, et hilisema kaubamärgi kasutamise tagajärjel on juba muutunud keskmise tarbija majanduslik käitumine. Piisab sellest, et esineb tõsine oht, et selline muutus tulevikus toimub. Kuna varasema kaubamärgi puhul on tegemist väga pikka aega kasutatud, naistepesu osas väga kõrget väärtust omava kaubamärgiga ning asjaolu, et varasemat kaubamärki teavad ja tunnevad Euroopa Liidu tarbijaskonna hulgas ka Eesti tarbijad, esineb käesolevas asjas reaalne oht, et hilisema, varasema tuntud kaubamärgiga sarnase tähise kasutusse võtmine identsete ja samaliigiliste kaupade tähistamisel toob kaasa vaidlustaja varasema kaubamärgi identiteedi hajumise/hägustumise, so tekitavad Eesti asjaomasel tarbijate sektoris segadust ja varasemad kaubamärgid kaotavad oma võimet seostuda üksnes vaidlustajaga.

Euroopa Kohus on selgitanud, et varasema kaubamärgi maine saab kahjustada juhul, kui taotletava kaubamärgiga tähistatud kaupadel või teenustel on avalikkusele varasema kaubamärgi külgetõmbjõudu 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 (Euroopa Üldkohtu 22.03.2007 otsus nr T-215/03 Sigla SA, p 39). Vaidlustaja tegevus, sh tootmine ja toodangu turustamine ja järelteenused, vastavad kõrgetele standarditele – vaidlustaja tooted on tuntud just oma mugavuse ja kõrge kvaliteedi poolest. Vaidlustajal ei ole võimalust kontrollida ega mõjutada taotleja kaubamärgiga tähistatud kaupade kvaliteeti ega nende vastavust samale tasemele. Seetõttu esineb reaalne oht, et juhul, kui taotleja kaubamärgiga tähistatud kauba kvaliteet ei vasta vaidlustaja kaubamärgiga seostatavale kvaliteeditasemele, rikub see varasema kaubamärgi mainet. Eeltoodust nähtuvalt esineb suur tõenäosus, et vaidlustatud tähise kasutuselevõtt tooks kaasa varasema kaubamärgi maine ja eristusvõime ärakasutamise ning kahjustamise ning esineb vaidlustatud tähise KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatud õiguskaitset välistav asjaolu.

Lähtudes ülaltoodust ja juhindudes KaMS § 41 lg-st 2 ja 3 palub vaidlustaja tuvastada vaidlustatud kaubamärgi suhtes klassi 25 kuuluvate kaupade osas KaMS § 10 lg 1 p-dest 2 ja 3 tulenevad õiguskaitset välistavad asjaolud, tühistada Patendiameti otsus ja teha uus otsus.

Põhjendusele on lisatud (1) väljatrükk Wikipediast vaidlustaja kohta; (2) väljatrükk vaidlustaja veebilehelt; (3) väljatrükk European Lingerie Group veebilehelt; (4) väljatrükkid 2018. aasta reklaamidest ajakirjades; (5) väljatrükkid Eesti internetikauplustest; (6) väljatrükkid Eesti ajakirjandusest.

Komisjon alustas 17.03.2020 vaidlustusavalduse menetluses lõppmenetlust.

Komisjoni selgitused ja otsus

Kooskõlas KaMS § 72 lõikega 14 kohaldatakse vaidlustusavalduse lahendamisel ning otsuse tühistamise korral uue otsuse tegemisel taotluse kohta, mis on esitatud enne 2019. aasta 1. aprilli ja mille kohta on tehtud otsus pärast 2004. aasta 1. maid, taotluse esitamise ajal kehtinud kaubamärgi regist-

reerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist. Käesolevas asjas on vaidlustatud kaubamärk „FELLIN“ (taotlus nr M201700479), mille registreerimise taotlus esitati 02.05.2017. Seega kuulub käesolevas asjas kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluste osas kohaldamisele kaubamärgiseadus selle 02.05.2017 kehtinud redaktsioonis ning menetlusnormide osas kuuluvad kohaldamisele kehtivad õigusaktid.

Kooskõlas TÕAS § 48⁴ lõikega 1 juhul, kui avaldus on teisele menetlusosalisele kätte toimetatud muul viisil kui avalikult, kuid teine menetlusosaline ei teata komisjonile enne leppeperioodi lõppemist, et ta vaidleb avaldusele vastu, annab komisjon avalduse esitajale § 48³ lõikes 1 nimetatud tähtaja ja alustab pärast selle tähtaja möödumist lõppmenetlust. Komisjon rahuldab sel juhul avalduse oma otsust põhjendamata selles osas, milles see ei ole ilmselt põhjendamatu.

Kooskõlas KaMS § 41 lõikega 3 vaidlustusavalduse osalise või täieliku rahuldamise korral tühistab komisjon Patendiameti otsuse ja teeb kaubamärgi registreerimise kohta uue otsuse.

Komisjon, tutvunud vaidlustusavalduses esitatud seisukohtadega, ei pea ilmselt põhjendamatuks vaidlustaja väiteid, et vaidlustatud kaubamärgile Eestis õiguskaitse andmine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-des 2 ja 3 sätestatuga.

Tulenevalt eeltoodust ning lähtudes KaMS § 10 lg 1 p-dest 2 ja 3, KaMS § 41 lõikest 3 ning TÕAS § 61 lõikest 1, komisjon otsustab:

rahuldada vaidlustaja Felina GmbH vaidlustusavaldus, tühistada Patendiameti otsus MESILASE TANTS OÜ kaubamärgitaotluse nr M201700479 registreerimise kohta klassi 25 kaupade suhtes ning keelduda nimetatud kaubamärgi registreerimisest klassi 25 kaupade suhtes vaidlustusavalduses toodud asjaoludel KaMS § 10 lg 1 p-de 2 ja 3 alusel.

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