



# LOOMEVARA INFOKIRI

Nr 4-2025

ISSN 2806-3929

Infokiri on eelkõige praktilise suunitlusega ja loodud eesmärgiga anda lühiülevaade Patendiameti ning Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) pakutavate teenuste muudatustest ja uuendustest. Ühtlasi leiavad infokirjas kajastamist olulisemad sündmused ametites, muudatused loomevara valdkonnas, Euroopa koostöövõrgustiku (EUIPN) projektidega saavutatu ning huvitavamad õigusvaidlused. Mõlemad ametid on Madridi ja Haagi süsteemi liikmete ametid, seetõttu käsitletakse infokirjas ka Maailma Intellektuaalomandi Organisatsiooni (WIPO) uudiseid.

Täpsemalt tutvustame käesolevas infokirjas üleilmse innovatsiooniindeksi 2025 tulemusi, räägime väikese ja keskmise suurusega ettevõtete (VKEde) fondi järgmise aasta plaanidest, loomevaraõiguste jõustamisest Euroopa Liidus (ELis) 2024. aastal ning vahendusmenetluse eelistest. Õigusvaidluste osas tutvustame üldkohtu otsuseid, kus antakse hinnang Euroopa väikeriigi nime sisaldavate kaubamärkide ja helimärgi eristusvõimele.

## Teemad

- \* Üleilmne innovatsiooniindeks 2025
- \* VKEde fond jätkab loomevara kaitsmise toetamist ka uuel aastal
- \* Loomevaraõiguste jõustamine Euroopa Liidus 2024
- \* „Midagi ilusat“ kõigile: vahendusmenetluse näide
- \* Üldkohtu otsused kohtuasjades T-105/23 ja T-106/23 ICELAND
- \* Üldkohtu otsus kohtuasjas T-288/24

## Üleilmne innovatsiooniindeks 2025

WIPO peakorteris Genfis avalikustati 16. septembril üleilmse innovatsiooniindeksi (*Global Innovation Index – GII*) 2025. aasta aruanne. Eesti säilitas kolmandat aastat järjest eeskujuliku 16. koha 139 riigi seas.

[Innovatsiooniindeksit](#) koostatakse WIPO juhtimisel ja koostöös teadusasutustega alates 2007. aastast. Tegemist on tunnustatud analüüsiga, millega uuritakse innovatsiooni tervist maailmas 78 kriteeriumi alusel. Innovatsioonitaseme hindamiseks võetakse arvesse teadusarenduse ja innovatsiooni kulusid, riskikapitali investeringuid, kõrgtehnoloogia ekspordi, loomevaraõiguste registreerimise taotluste arvu, innovatsioonivõrgustike olemasolu, kulusid haridusele, PISA testi tulemusi, valitsuse efektiivsust, ettevõtluskeskkonna stabiilsust, naiste tööhõivet jpm.

Innovatsiooniks suunatud investeringute kasv maailmas on aeglustunud, sellele on olulist mõju avaldanud riskikapitali investeringute vähenemine. Ehkki taastumise märke on näha, on olukord siiski habras. Sotsiaalmajanduslikud näitajad paranesid: tööjõu tootlikkus ja eeldatav eluiga kasvasid, vaesus vähenes jätkuvalt. Rahvusvaheliste patenditaotluste arv taastus tänu taotluste arvu suurele kasvule Korea Vabariigist, samas Ameerika Ühendriikidest, Jaapanist ja Saksamaalt pärit taotluste arv vähenes jätkuvalt.

Innovatsiooniindeksi esikolmik on kolmandat aastat järjest muutu-matu, seda juhivad Šveits, Rootsi ja Ameerika Ühendriigid. Hiina parandas oma positsiooni ja jõudis esikümnesse. Maailma kõige innovaatilisem piirkond on Põhja-Ameerika tänu Ameerika Ühendriikide kolmandale kohale ja Kanada 17. kohale. Euroopa riikidest on esikümnes veel Ühendkuningriik, Soome, Holland ja Taani. 25 esimese riigi hulgas on 15 Euroopa riiki, sh Eesti, nendest enim on oma kohta

parandanud Iirimaa, Belgia ja Norra, viimati nimetatu jõudis esimese 20 hulka.

Ehkki Eesti koht üldarvestuses säilis, on meie positsioon innovatsiooni sisendite osas halvenenud. Sisendite hulka kuuluvad näiteks inimkapital ja teadus, inseneri ning teaduse erialade lõpetajate arv, ärimudeli nutikus jm. Eesti on varasematel aastatel edetabelis tasapisi üles liikunud, nüüd oleme kolmandat aastat järjest püsinud 16. kohal, olles sellega väikemajanduste liider.

Eesti on liidripositsioonil sissetuleva riskikapitali investeringute ja kaupade-teenuste loovuse arvestuses. Analüüs toob esile Eesti digitaalse juhtpositsiooni: oleme info- ja kommunikatsioonitehnoloogia kasutuses teisel kohal ja riigi pakutavate veebiteenuste poolest kolmandal kohal. Laiemate kategooriate arvestuses on Eestil kõige tugevam positsioon turu nutikuses (7. koht) ja taristu olemasolus (10. koht). Tagasihoidlikum tulemus on inimkapitali ja teaduse kategoorias (36. koht, kusjuures 2024. aastal olime 31. kohal) ning ärimudeli nutikuse kategoorias (26. koht), mida Eesti puhul nõrgendab noorte demograafiline osakaal ja loomevarast saadav tulu.

Kokkuvõttes öeldakse [aruandes Eesti kohta](#), et oleme innovatsiooni sisendites (näiteks taristu olemasolu) paremad kui innovatsiooni väljundites (näiteks patendid, tugevad kaubamärgid jms). Lühiajalises võrdluses on kuus näitajat paranenud ja viis näitajat halvenenud.

*WIPO pressiteade 16.09.2025; Global Innovation Index 2025, Innovation at a Crossroads, 18th Edition, © WIPO, 2025*

## VKEde fond jätkab loomevara kaitsmise toetamist ka uuel aastal

Juba viis aastat on Eesti väikese ja keskmise suurusega ettevõtetele (VKEdele) pakutud olulist rahalist tuge VKEde fondist (*SME Fund*) oma loomevara kaitsmiseks.

Tänavuseks on toetustaotluste vastuvõtmine IP Scan ning kaubamärgi- ja disainivautšeri all juba lõppenud, kuid patendi- ja sordikaitse vautšer on veel avatud. Hea uudis on see, et ettevõtete toetamine jätkub ka 2026. aastal ja uus taotlusvoor avaneb juba veebruaris.

### Mida uut on oodata?

- IP Scan ja IP Scan Enforcement vautšeri väärtus tõuseb 2026. aastal 1350 eurolt 1620 eurole. Teenuse kulude hüvitamine toimub jätkuvalt vastavalt riigisisese teenuse hinnale.
- Sordikaitse vautšeri kasutamise periood pikeneb 6 kuult 12 kuule.
- Lisaks on arutluse all geograafiliste tähiste vautšeri loomine tulevikus. Rohkem infot juba peagi!

### Millised tegevusi toetatakse?

- \* **Vautšer 1** (IP Scan ja IP Scan Enforcement) on mõeldud ettevõtetele, kes vajavad patendivolniku abi oma ettevõttes leiduva loomevara kindlaks tegemisel ning soovitusi, mida ja millistes riikides kaitsta. Samuti saab patendivolnikult nõu, kui avastad, et turule on ilmunud sarnane kaubamärk või toode, või kui sind ennast süüdistatakse kellegi teise õiguste rikkumises.
- \* **Vautšeri 2** abil saad kaitsta oma ettevõtte kaubamärki või tootedisaini Eestis või ELis kuni 75% soodsamalt. Väljaspool ELi kaitse taotlemisel on hüvitise määr 50%. Vautšeri koguväärtus on 700 eurot.

- \* **Vautšer 3** on mõeldud ettevõtetele, kelle tooteportfelli kuuluvad leiutised. Nii riigisisese patendi kui ka Euroopa patendi taotlemiseks pakutakse kuni 1000-eurost toetust. Euroopa patenditaotluse puhul hüvitatakse kuni 1500 euro ulatuses ka patendivoliniku teenustasu taotluse koostamise eest.
- \* **Vautšer 4** toetab taimesortide kaitsmist ELis. Vautšeri koguväärtus on 1500 eurot.

### Kuidas toetust taotleda?

- Toetustaotluse esitamiseks tuleb luua konto [VKEde fondi veebilehel](#). Esmataotlejail on selleks vaja luua EUIPO kasutajakonto. Seejärel tuleb täita toetustaotluse vorm.
- Positiivse otsuse korral saadetakse 15 tööpäeva jooksul toetuse andmise teade ja taotletud vautšerid.
- **Alles seejärel tuleb asuda oma loomevara kaitsma** (vautšerid 2, 3 ja 4) või võtta ühendust patendivolinikuga IP Scan või IP Scan Enforcement (vautšer 1) teenuse saamiseks.
- Selleks, et saada hüvitist, tuleb pärast taotluse eest riigilõivude maksmist või patendivolinikule tasumist oma VKEde fondi konto all täita hüvitisvorm.

### Kes saavad fondist toetust taotleda?

Toetust saavad taotleda ELi territooriumil asutatud ettevõtted, millel on vähem kui 250 töötajat ja mille aastakäive ei ületa 50 miljonit eurot või aastabilansi kogumaht ei ületa 43 miljonit eurot. Toetustaotluse võib esitada ettevõtte esindaja ise või saab pöörduda abi saamiseks [patendivoliniku](#) poole.

## Lisateave

VKEde fond (*SME fund*) on Euroopa Komisjoni ja EUIPO ühisalgatus. Eelmisel aastal taotles fondist toetust 331 Eesti ettevõtet, tänavu on fondi esitatud juba üle 470 toetustaotluse. Keskmine hüvitise suurus ettevõtte kohta on sel aastal olnud 726 eurot. Kõige enam soovitakse toetust kaubamärkide kaitsmiseks ja IP Scan teenuse saamiseks. 60% ettevõtjaist on esitanud toetustaotluse iseseisvalt, 40% on selleks kasutanud patendivoliniku abi.

## Loomevaraõiguste jõustamine Euroopa Liidus 2024

ELi maksunduse ja tolliliidu peadirektoraat ning EUIPO avaldasid [kokkuvõtte](#) ELi piiril ja siseturul loomevaraõiguste jõustamisest 2024. aastal. Kokkuvõte põhineb politsei, tolli ja turujärelevalveasutuste esitatud andmetel.

Andmed pärinevad 26 liikmesriigi tolliasutustest, ELi võltsimise ja loomevaraõiguste jõustamisportaalist (IPEP) ELi siseturul kinnipeetud kauba kohta 24 liikmesriigis ning piraatlusevastasest infosüsteemist (COPIS). 2024. aastal peeti ELi piiril ja siseturul kinni 112 miljonit võltstoodet hinnangulises väärtuses üle 3,8 miljardi euro, mis on rekordsumma.

- Enamik kinnipeetud toodetest olid salvestustega CD- ja DVD-plaadid, sh tarkvara sisaldavad (ligi 35%), mänguasjad (ligi 18%), rõivad (7,5%), rõivaste lisandid (üle 6%), sigaretid, sh elektroonsed (üle 4%), parfüümid ja kosmeetika (üle 3%).
- Enim rikutud loomevaraõigused olid kaubamärgiõigus (59%), autoriõigus (üle 38%) ja disainiõigus (üle 4%).
- Kinnipeetud kaup pärineb kõige sagedamini Hiinast (üle 42%), Türgist (üle 18%) ja Araabia Ühendemiraatidest (üle 5%).
- 90% võltskaubakogusest peeti kinni seitsmes liikmesriigis: Itaalias, Hispaanias, Prantsusmaal, Hollandis, Portugalis, Rumeenias ja Poolas.

- Kinnipeetud kauba väärtus küündis rekordtasemele üksikute võltskaubaartiklite kõrgema hinna tõttu, mis näitab loomevaraõigusi rikkuvate toodete olemuse ja turumõju muutumist.

Kokkuvõtte eesmärk on jagada vajalikku teavet loomevaraõiguste rikkumise kohta ELis ja arendada sobivaid vastumeetmeid. Pikemas plaanis peaks see andma ELi poliitikakujundajatele vajalikud andmed tõenduspõhiste prioriteetide ja poliitika loomiseks.

*EUIPO infokiri Alicante Uudised, oktoober 2025*

## „Midagi ilusat“ kõigile: vahendusmenetluse näide

EUIPO vastulausete osakond soovitas vaidluse lahendamiseks kasutada vahendust osalistel, kelle jaoks oli vahendusprotsess tundmatu. EUIPO vahenduskeskus jagas aga juhiseid, mis näitasid, et vahendamise teel on võimalik pakkuda paindlikku ja tasuvat lahendust, jättes tee vabaks muudele võimalustele juhuks, kui vahenduse abil ei jõuta kokkuleppele.

Vaidluse osalised olid kaks ettevõtet Euroopa eri riikidest:

- Ungari väikeettevõtte, kus toodetakse kõrgekvaliteetseid vegannahast kingi ja kotte **Walami Szép** kaubamärgi all ning kavatsetakse laiendada oma tegevust koduriigist väljapoole;
- Milanos asuv Itaalia moeettevõtte, kellele kuulub ELi kaubamärk **Valami** ja kus kavatsetakse laiendada edukat moetoodete sarja jalanõudele.

Ungari ettevõtte esitas 2024. aasta novembris ELi kaubamärgi taotluse kujutisega märgile **Walami Szép**, mis hõlmas nahast ja tehisnahast tooteid klassis 18 ning jalanõusid, rõivaid, kindaid ja vöösid klassis 25. Itaalia ettevõtte vaidlustas taotluse, väites et see on äravahetamiseni sarnane tema varasema ELi kaubamärgiga **Valami**, mis oli registreeritud 2019. aastal klassides 3, 14, 18 ja 25 parfüümide, ehete, kottide, rõivaste ning jalanõude tähistamiseks. Ilmnes aga, et Ungari ettevõttel

oli juba 2018. aastal registreeritud Ungaris riigisisene märk Walami Szép, mis võiks olla aluseks Itaalia ettevõtte ELi kaubamärgi tühistamiseks vähemalt osa kaupade ulatuses. Sellises olukorras kerkis esile vahendamine kui mõlema osalise jaoks pragmaatiline ja tasuv võimalus edasi liikuda.

Enne vahendusistungit pidasid vahendajad eraldi kõnelusi mõlema osalise ja nende esindajatega, kirjeldades üldjoontes protsessi ning selgitades rolle. Need ettevalmistused aitasid luua kohtumiseks konstruktiivse õhkkonna.

Vahendusistung toimus virtuaalselt, luues erapooletu ja ligipääsetava tegevuskoha. Loomearavaidlustes kogunud vahendaja keskendus lugupidava dialoogi hõlbustamisele, mis põhineks ärihuvidel, mitte ainult õiguslikul positsioonil. Alguses olid emotsioonid laes. Ungari ettevõtte asutaja ütles, et Itaalia ettevõtte survestas neid oma varasemas kirjas ELi kaubamärgi taotlust tagasi võtma. Samas süüdistas Itaalia ettevõtte tiim Ungari ettevõtet nende kaubamärgi kasvava hea maine ära kasutamises.

Vahendaja aitas pingeid vähendada julgustades mõlemaid osalisi süüdistustest loobuma ja keskenduma asjaoludele, mis on tegelikult olulised: ärieesmärgid, kliendid ning pikaajaline areng. Arutelu käigus ilmnesid mõlema kaubamärgi tekkelood, nimelt sõnaühend *valami szép* tähendab ungari keeles „midagi ilusat“, teisest küljest Itaalia ettevõtte kaubamärk Valami moodustati kolme õe, Valentina, Laura ja Milena, nimede esisilpidest. See selgitus aitas lahendada arusaamatuse, et see, mida Itaalia ettevõtte oli pidanud oma kaubamärgi jäljendamiseks, oli tegelikult juhuslik keeleline kokkusattumus. Pärast selle pinge lahendamist said osalised hakata otsima teed edasi liikumiseks.

Eraldi istungitel aitas vahendaja mõlemal osalisel kaaluda vaidluse jätkamise riske ja võtta omaks konstruktiivse lähenemise. Itaalia ettevõtte jaoks oleks vaidlustuse menetlusega jätkamine võinud viia pikaajalise vaidluseni, millega ei oleks saanud takistada Ungari

ettevõttel oma kaubamärki Ungaris kasutada, samas oleks tekkinud tühistamismenetluse risk Itaalia ettevõtte ELi kaubamärgi suhtes. Ungari ettevõtte jaoks oleks ELi kaubamärgi taotluse kaotamine piiranud oluliselt äritegevuse laiendamist välisriikidesse.

Juristide abiga ja vahendaja juhendamisel jõuti järgmise praktilise lahenduseni.

- Ungari ettevõtte piiras oma ELi kaubamärgi taotluse kaupade loetelu, eemaldades sealt rõivad ja välistades sellega otsese kokkulangevuse Itaalia ettevõtte moesarjaga.
- Itaalia ettevõtte võttis tagasi vaidlustuse Ungari ettevõtte kaubamärgi vastu ja tunnustas selle jätkuvat kasutamist.
- Ungari ettevõtte nõustus mitte vaidlustama Itaalia ettevõtte kaubamärki oma varasema riigisisese märgi alusel. Kaubamärkide paremaks üksteisest eristamiseks tegi Ungari ettevõtte ettepaneku lisada tulevikus oma pakenditele tunnuslause „Budapest Originals“.
- Nõustuti, et kõiki edasisi vaidlusi proovitakse kõigepealt lahendada vahendusmenetluse abil.

Vahenduse tulemus oli mõlemale osalisele kasulik: Ungari ettevõtte kindlustas oma kaubamärgi ELis tegevuse laiendamiseks ja Itaalia ettevõtte sai keskenduda uue tootesarja turule toomisele ilma õigusliku lahingu riskita.

Tänu vahendusele säilitasid mõlemad osalised oma kaubamärgid kooskõlas oma peamiste ärieesmärkidega. See juhtum näitab, kuidas vahendusmenetlus võib muuta vaidluse „millekski ilusaks“ ehk praktiliseks ja tõhusaks lahenduseks kõigi jaoks.

*EUIPO infokiri Alicante Uudised, oktoober 2025*

## Üldkohtu otsused kohtuasjades T-105/23 ja T-106/23 ICELAND

Üldkohus tegi 16. juulil 2025 otsused kohtuasjades [T-105/23](#) ja [T-106/23](#) (Iceland Foods vs. EUIPO, Islandi riik jt), kus antakse hinnang Euroopa väikeriigi nimele kui geograafilist päritolu kirjeldavale tähisele.

### Asjaolud

9. septembril 2022 toimus EUIPO apellatsiooni suurkoja esimene suuline istung, kus käsitleti Islandi välisministeeriumi esitatud avaldusi Briti kaubanduskeskuste ketile kuuluvate ELi kaubamärkide ICELAND ([EUTM nr 002673374](#)) ja allpool kujutatud kujutismärgi tühistamiseks. Märgid on registreeritud eri kaupade ja teenuste ulatuses kassides 7, 11, 16, 29–32 ning 35.



[EUTM nr 011565736](#)

Tühistamisavaldused rahuldati tuginedes [ELi kaubamärgimääruse](#) artikli 7 lõike 1 punktile c, kuna märgid kirjeldavad kaupade-teenuste geograafilist päritolu ja märkide kasutamise tulemusena omandatud eristusvõime oli tõendatud ainult osa ELi liikmesriikide suhtes. Vaidlustuste lahendamine otsustati saata EUIPO apellatsiooni suurkotta, kuna oli tõstatatud olulisi õiguslikke küsimusi, sh kohanime kirjeldava iseloomu analüüsimise erisused, kui on tegemist riigi nimega.

Suurkoda märkis, et asjaomased kaubad-teenused on suunatud laiale avalikkusele, mille moodustavad piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelikud ning arukad keskmised tarbijad. Sõna ICELAND

(Island) tähistab inglise keeles Atlandi ookeani põhjaosas asuvat saareriiki. Asjaomased tarbijad saavad sellest aru ja teavad, et Island asub Euroopas. Samuti on üldteada selle riigi suurus, see on kuulus reisisihtkoht ja üks maailma suurimaid kalatootjaid, kust eksporditakse kala üle ilma, sh ELi. Islandi rahvaarv on küll väike, aga see on iseseisev riik oma ajaloo, keele, kirjanduse, valitsuse, parlamendi ja haldus-süsteemiga ning õitsva majandusega. Island on ÜRO, NATO, Euroopa Majanduspiirkonna, Euroopa Nõukogu ja OECD liige. Euroopa Majanduspiirkonna kaudu on Island osa Euroopa siseturust ja riigil on tihedad sidemed ELiga. Seega küsimus, kas asjaomane avalikkus teab sõna ICELAND riiginimena, ei saa olla tõsiselt võetav.

Suurkoda leidis, et kohanimi ICELAND on asjaomase avalikkuse jaoks väga tuttav, mis muudab lihtsamaks vajaliku seose leidmise kaupade ja teenustega. Suurkoda rõhutas, et geograafiliseks kirjeldamiseks ei ole vaja, et kohanimel oleks praegusel hetkel maine või tundus kindla kauba-teenuse suhtes või et seal kohas toimuks selle tootmine või pakkumine. Piisab, kui on mõistlik eeldada, et tarbija jaoks võib see tähis näidata kauba või teenuse geograafilist päritolu. Esitatud tõendite põhjal tegi suurkoda järelduse, et Islandil ollakse võimelised tootma eri liiki kaupu ja pakkuma laia valikut teenuseid, mis hõlmavad vaidlusaluste märkide kogu kaupade-teenuste loetelu. Lisaks on ELi tarbijad harjunud nägema kaubal päritoluriigi nime, kuna see märgel on kohustuslik või tavapärane.

Järelikult on tõenäoline, et kui tarbijad näevad riiginime toidu- või põllumajanduskaubal, tajuvad nad seda kauba päritolukohana ja kirjeldavas tähenduses isegi siis, kui riigil ei ole erilist mainet või tuntust selle kaubaga seoses. Kaubad, mis Islandil looduslikult ei kasva (näiteks banaanid, kohv, tee, kakao, riis), võivad olla kasvatatud kasvuhoonetes või Islandil töödeldud vastavalt kohalikule eripärale. Islandil on tugev tööstus ja hea maine keskkonnasõbraliku ning jätkusuutliku tootjana, seega võib tarbija eeldada, et klassides 7, 11 ja 16 nimetatud kaubad on sealt pärit. Trükiste puhul võib sõna ICELAND näidata nende sisu. Klassis 35 nimetatud müügiteenuseid võib osutada

igas piirkonnas, seega nende puhul näitab sõna ICELAND, et teenuseid osutatakse Islandil või need on seotud Islandi toodetega.

Kuigi ei ole olemas sätet, mis keelaks ELis riigi nime registreerimise kaubamärgina, võib ikkagi tekkida küsimus, kas asjaomastest kaupadest-teenustest sõltumata on avaliku huviga kooskõlas lubada monopoliseerida ELi ja Euroopa Majanduspiirkonna liikmesriikide nimesid, mis on asjaomase Euroopa avalikkuse jaoks väga tuttavad geograafilised paigad. Kaubamärgimääruse artikli 7 lõike 1 punkti c eesmärk on järgida avalikku huvi, mille kohaselt kõik tähised, mida võib kasutada kaupade-teenuste omaduste kirjeldamiseks, peavad jääma vabaks kasutamiseks kõigile ettevõtjale.

Kokkuvõttes leidis suurkoda, et kuigi riiginimi võib mõnikord toimida kaubamärgina ja selle kohta on mitmeid näiteid, tuleb seda teemat käsitleda ettevaatlikult. Tuleb analüüsida eeldatavaid ootusi, mis tarbijal tähisega seoses tekivad, ja võtta arvesse, et riiginime sisaldavaid tähiseid tajutakse erinevalt võrreldes muude kohanimedega nagu piirkondade, järvede või mägede nimedega. See puudutab eriti ELi ja Euroopa Majanduspiirkonna liikmesriikide nimesid ELi tarbija silmis. Kaugemal asuvate ja avalikkusele vähem tuntud riikide nimed võivad olla vähem problemaatilised. Riigi nime monopoliseerimine ei tohi viia ebaõiglase olukorrani, kus tõelise geograafilise paigaga seotud ettevõtjad peavad oma kauba või teenuse geograafilist päritolu kirjeldades hirmul olema. Siinjuures märkis suurkoda, et vaidlusaluseid märke ongi juba kasutatud Islandi ettevõtete märkide registreerimise takistamiseks, kui need on sisaldanud viidet Islandile.

## Kohtuasja sisu

Üldkohus kinnitas, et kaubamärgina ei registreerita kohanimedid, kui need tähistavad konkreetseid geograafilisi kohti, mis on asjaomase avalikkuse silmis kauba- või teenusekategoriaga seotud. Samuti ei registreerita kohanimedid, mis tuleb jätta ettevõtjale kättesaadavaks

asjaomase kauba- või teenusekategorია geograafilise päritolu tähistamiseks. Siinjuures tuleb arvesse võtta asjaolude kogumit ja tulevikunägemust, mis ei piirdu üksnes kaubamärgi mainega. Seega tugines suurkogu õigesti Islandit iseloomustavatele omadustele: keskkonnasõbralik energiatootmine, populaarne turismisihtkoht ja lai valik kaupu-teenuseid, millega kaubeldakse Euroopa Majanduspiirkonnas. Majanduslik jõukus, sisemajanduse kogutoodang (SKP), kvalifitseeritud töäjõud ja eri tööstusharude olemasolu näitavad, et Island on võimeline pakkuma asjaomaseid kaupu-teenuseid ning muutuma tuntuks või mainekaks nende geograafilise päritolu kohana. Kujutisega märgi kohta leidis suurkoda õigesti, et märgi kujutislikud osad toovad esile üksnes tähise sõnalise osa ega muuda kuidagi selle kirjeldavat sisu.

Toiduainete ja jookide (klassides 29–32) suhtes on geograafilise päritolu näitamine eriti asjakohane, sest Islandil toodetakse ning eksporditakse eri toiduaineid, eelkõige kala ja kalatooteid, aga ka veise-, lamba- ning sealiha, piimatooteid, puu- ja köögivilju, marju, vetikaid, maitsetaimi, maiustusi, õlut ning alkoholivabu jooke. Kaupade nagu kakao, kohvi ja tee suhtes nõustus kohus, et sellist kaupa Islandil nende omadustest tulenevalt ei kasvatata, ent seda saab Islandil töödelda ning kohandada kohaliku maitsega, nagu näitavad tõendid šokolaadi tootmise kohta. Arvestades seda, et Island on võimeline neid tooteid tegelikult või potentsiaalselt tootma ja ekspordima, tuleb asuda seisukohale, et kui klassidesse 29–32 kuuluvat kaupa turustatakse vaidlustatud kaubamärkide all, siis võidakse seda tajuda Islandilt pärinevana.

Klassides 7 ja 11 loetletud seadmete kohta leidis kohus, et kuna Islandil on tugev tööstus, kvalifitseeritud töäjõud, terve ja stabiilne majandus ning Islandi valitsus soodustab innovatsiooni ja loovust, siis võib asjaomane avalikkus tajuda Islandit nii, et seal ollakse võimelised valmistama nendesse klassidesse kuuluvat kaupa. Islandil asutatud ettevõtted toodavad näiteks külmikuid ja sügavkülmikuid. Neil asjaoludel asus kohus seisukohale, et asjaomane avalikkus võib tajuda

vaidlusaluseid kaubamärke viitena sellele, et klassidesse 7 ja 11 kuuluv kaup pärineb Islandilt. Island on tuntud keskkonnasõbraliku riigina, seega tajub asjaomane avalikkus vaidlustatud märke klassi 16 kuuluva kauba tähistamisel keskkonnasõbraliku tootmise ja geograafilise päritolu tähisena. Trükiste puhul võib sõna ICELAND näidata nende sisu. Klassis 35 nimetatud teenuste puhul asus kohus seisukohale, et kui müügiteenused kannavad vaidlustatud tähiseid, tajutakse neid nii, et teenuseid osutatakse Islandil asuvates kauplustes, olenemata riigi elanike arvust või eksporditeenuste olemasolust.

Lõpetuseks selgitas kohus, et apellatsiooni suurkoda ei väitnud, et riiginime registreerimine on tingimata vastuolus absoluutse keeldumispõhjusega, sõltumata asjaomasest kaubast või teenusest, vaid analüüsis üksikasjalikult vaidlustatud kaubamärkide kirjeldavust seoses kõigi asjaomaste kaupade-teenustega. Lisaks kinnitas kohus, et [ELi kaubamärgimääruse](#) artikli 14 lõikele b ehk kirjeldavate tähiste vaba kasutamise tingimusele tuginemine ei võimalda kõrvale lükata absoluutset keeldumispõhjust.

Seega kinnitas üldkohus EUIPO apellatsiooni suurkoja otsuseid, et mõlemad riiginime ICELAND sisaldavad tähised kirjeldavad kõigi asjaomaste kaupade-teenuste geograafilist päritolu ja hagi jäeti rahuldamata.

*EUIPO apellatsiooni suurkoja otsused R1613/2019-G, R1238/2019-G; EUIPO infokiri Alicante Uudised, september 2025*

## Üldkohtu otsus kohtuasjas T-288/24

Üldkohus tegi 10. septembril 2025 otsuse kohtuasjas [T-288/24](#) (BVG vs. EUIPO), kus antakse hinnang väga lihtsa ja lühikese helimärgi eristusvõimele.

### Asjaolud

ELi kaubamärgina registreerimiseks klassis 39 transpordi ja sellega seotud teenuste tähistamiseks esitati [helimärk nr 018849003](#), mis on kujutatud helifailina. EUIPO ekspert keeldus märgi registreerimisest [ELi kaubamärgimääruse](#) artikli 7 lõike 1 punkti b alusel, kuna sellel puudub eristusvõime. EUIPO apellatsioonikoda nõustus selle otsusega, leides et helimärk on nii lühike ja lihtsakoeline, et tarbijad ei taju seda teenuste kaubandusliku päritolu tähisena.

### Kohtuasja sisu

Üldkohus märkis, et mitu asjaolu võimaldavad asuda seisukohale, et taotletud kaubamärk on eristusvõimeline. Üldteada on, et transpordisektoris tegutsevad ettevõtjad kasutavad üha enam kõlle, st lühikesi helilisi motiive, et kujundada avalikkuses ära tuntavat helilist identiteeti. Sellised helimärgid võimaldavad juhatada sisse või täiendada lennu-, raudtee- ja bussijaamades ette mängitavaid sõnumeid ning tõmmata tähelepanu keskkonnas, kus helifoon võib mõnikord olla vali.

Kohus leidis, et taotletud helimärgi kõlal ei ole otsest seost asjaomaste teenustega ja see ei näi olevat tingitud tehnilistest või funktsionaalsetest kaalutlustest. Nimelt märk ei kujuta müra, mida tavaliselt tekitavad transpordivahendid, näiteks rongi möödumise või lennuki õhkutõusmise müra. Lisaks ei ole tõendatud, et taotletud kaubamärgi kõla oleks juba avalikkusele teada, see lubab eeldada, et tegemist on algupärase teosega. Helimärk on pigem mõeldud toimima kui kõll, see tähendab lühike, tabav ja meelde jääv helijada, mis juhib tähelepanu kaubamärgiga hõlmatud teenuste kaubanduslikule päritolule.

Kaubamärgi selline kasutus, isegi kui sellel on funktsionaalne roll, ei takista kaubamärgil täita oma ülesannet tähistada teenuste kaubanduslikku päritolu. Taotletud kaubamärgi ülesanne vastavas kontekstis on selline, kuna seda kaubamärki moodustava heli eesmärk on just nimelt võimaldada asjaomasel avalikkusel eristada ühe teenusepakkuja teenust teiste omast.

Üldkohus otsustas, et apellatsioonikoda ei hinnanud taotletud kaubamärgi eristusvõimet õigesti ja vaidlustatud otsus tuleb tühistada.

*EUIPO infokiri Alicante Uudised, oktoober 2025*



PATENDIAMET

EUIPO  
European Union Intellectual Property Office  
Avenida de Europa 4  
E-03008 Alicante, SPAIN  
Fax +34 96 513 1344

Tasuta konsultatsioonid:  
e-post [information@euiipo.europa.eu](mailto:information@euiipo.europa.eu)  
tel +34 96 513 9100

Patendiamet  
Tatari 39  
15041 Tallinn

Tasuta konsultatsioonid:  
e-post [kaubamark@epa.ee](mailto:kaubamark@epa.ee)  
tel 627 7937  
e-post [disain@epa.ee](mailto:disain@epa.ee)  
tel 627 7921