



LOOMEVARA INFOKIRI

Nr 1-2026**ISSN 2806-3929**

Infokiri on eelkõige praktilise suunitlusega ja loodud eesmärgiga anda lühikärgelise 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 saavutatud 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 üleilmseid auhindu innovaatilistele ettevõtetele, räägime väikese ja keskmise suurusega ettevõtete (VKEde) fondi selle aasta võimalustest, uutest EUIPNi ühistest tavadest ning jagame praktilisi vihjeid Madridi süsteemi, EUIPO veebilehe kasutamise ja andmebaasi TMview kohta. Õigusvaidluste osas tutvustame üldkohtu ja EUIPO apellatsiooni suurkoja otsuseid, kus antakse hinnang reklaamiteenuste olemusele ning reklaamsõnumi ja kuulsa autori nime eristusvõimele kaubamärgina.

Teemad

- * WIPO tunnustus innovaatilistele ettevõtjatele
- * Taotle toetust kaubamärgi, disaini või leiutise kaitsmiseks!
- * Oluline täiendus Euroopa ühisesse praktikasse
- * Praktilised vihjed
- * Üldkohtu otsus kohtuasjas T-33/25
- * Üldkohtu otsus kohtuasjas T-1032/23
- * EUIPO apellatsiooni suurkoja otsus GEORGE ORWELL

WIPO tunnustus innovaatilistele ettevõtjatele

WIPO jagab üleilmselt [WIPO Global Awards](#) auhindu innovaatilistele ja loovatele ettevõtjatele, kes muudavad oma tegevusega loomevara majanduslikuks ning ühiskondlikuks väärtuseks.

Sellega tunnustatakse ja toetatakse VKEsid ning idufirmasid, kes kasutavad loomevara oma ettevõtte kasvatamiseks ja panustavad [ÜRO säästva arengu eesmärkidesse](#). Võitjad saavad auhinnaks personaalse mentorluse ja toe, et hõlbustada nende ligipääsu rahastamis- ja äri võimalustele. WIPO üleilmse auhinna võitmine seab ettevõtte globaalsele areenile, lisab üleilmset tunnustust ja nähtavust, annab tuge äri edendamiseks ning ligipääsu eksklusiivsetele koostöövõrgustikele. Otsuse teeb erapooletu rahvusvaheline žürii.

- * Auhiinad antakse üle Genfis 194 riigi liidrite ees rahvusvahelise meedia tähelepanu all.
- * Auhiinnaga kaasneb ainulaadne kahepäevane meistriklasse loomevara ja äri teemal, kuuekuuline mentorluspakett ning veebivestlused ekspertidega kogu aasta jooksul.
- * Pakutakse tuge investoritelt, korporatsioonidelt, mentoritelt, kaubandusnäituste korraldajatelt ja teenusepakujatelt.
- * Võitja saab ühineda WIPO üleilmse auhinna kogukonnaga, kuhu kuulub üle 100 innovaatilise ettevõtte, kelle loomevaral on reaalne mõju.

Antakse välja 11 auhinda järgmistes kategooriates:

- tervis;
- keskkond;
- loomemajandus;
- toit ja põllumajandus;
- info- ja kommunikatsioonitehnoloogia;
- sel aastal on lisatud spordi kategooria.

Asutaja, juhi ja saadiku rolli alusel märgitakse ära:

- parim naisettevõtja;
- parim noor ettevõtja.

Taotlusi saab esitada 31. märtsini 2026.

Kandideerimine on tasuta avatud WIPO 194 liikmesriigi, sh Eesti idufirmadele ning VKEdele.

Saad kandideerida, kui sinu:

- ettevõtte on õiguspäraselt registreeritud;
- ettevõttes on **maksimaalselt** 300 töötajat ja selle aastatulu **ei ületa** 15 miljonit USA dollarit;
- ettevõtte pakub loomevaraga seotud uuenduslikku toodet või teenust;
- ettevõttele kuulub vähemalt üks loomevara õiguse registreerimistaotlus (idufirmade puhul) või registreeritud õigus (VKEde puhul);
- ettevõttel on ette näidata turuaktiivsus (idufirmade puhul) või äriedu (VKEde puhul).

Kogu teave kandideerimise ja mõjusa taotluse koostamise kohta on [WIPO veebilehel](#).

WIPO veebileht

Taotle toetust kaubamärgi, disaini või leiutise kaitsmiseks!

Kas soovid teha kindlaks, millist loomevara on sinu ettevõttes, või kaitsta oma kaubamärki, tootedisaini või leiutist? Kui jah, siis alates veebruari algusest saavad taas kõik Eesti VKEd taotleda selleks toetust VKEde fondist (*SME Fund*).

Milliseid võimalusi pakub VKEde fond tänavu?

- * **Vautšer 1** (IP Scan ja IP Scan Enforcement) on mõeldud ettevõtjatele, kes vajavad patendivoliniku abi oma ettevõttes leiduva loomevara kindlaks tegemisel ning soovitusi, mida ja millistes riikides kaitsta. Samuti saab patendivolinikult nõu, mida teha siis, kui ettevõttele kuuluvaid intellektuaalomandiõigusi rikutakse või ettevõtet ennast süüdistatakse õiguste rikkumises. Vautšeri koguväärtus Eestis on 1400 eurot.
- * **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. Pane tähele, et vautšer ei laiene leiutise kaitsmisele kasuliku mudeliga!
- * **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.
- Taotlusi hinnatakse kord nädalas, reedese seisuga. Hindamise tulemused tehakse taotlejale teatavaks 10 tööpäeva jooksul alates selle nädala reedest, kui taotlus saabus. Positiivse

otsuse korral edastatakse 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.

Täpsemat teavet VKEde fondi ja toetuse tingimuste kohta leiab fondi [konkursikutses](#), [EUIPO veebilehelt](#) ning [Patendiameti veebilehelt](#).

Kes saavad fondist toetust taotleda?

Toetust saavad taotleda ELi territooriumil või Ukraina territooriumidel (mis olid taotluse esitamise ajal Ukraina valitsuse tegeliku kontrolli all) 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 458 Eesti ettevõtet, **tänavu on fondist toetust taotlenud juba üle 160 Eesti ettevõtte**. Keskmine hüvitise suurus ettevõtte kohta eelmisel aastal oli 749 eurot. Kõige enam soovitakse toetust kaubamärkide kaitsmiseks ja IP Scan teenuse saamiseks. Tänavu on 73% ettevõtjaist esitanud toetustaotluse ise-iseisvalt, 27% on selleks kasutanud patendivoliniku abi.

Oluline täiendus Euroopa ühisesse praktikasse

Alates ELi loomevaravõrgustiku (EUIPN) asutamisest 2011. aastal on Euroopa loomevaraametid ja kasutajaühendused teinud koostööd, et lähendada ekspertiisi- ja menetlustavasid ning registreerimispraktikat. Üheskoos tehakse kindlaks kaubamärkide ja disainilahenduste valdkonnad, kus praktika lähendamine oleks kõige kasulikum, ning lepatakse kokku kohtupraktikal ja loomevaraametite parimatel tavadel põhinev ühine praktika, mis sätestatakse ühisteatistega. Nende eesmärk on luua tõhusam, prognoositavam ja avatum Euroopa loomevarasüsteem.

Praeguseks on loodud 17 ühise praktika dokumenti, mille jõushoidmine ja uuendamine toimub eraldi koostööprojekti raames. Ühiste tavade mõju ulatub ELi piirest väljapoole. Norra oli esimene ELi väline riik, kes liitus ühiste tavadega, rakendades ühise praktika CP15 kaupade-teenuste võrdlemise kohta. Sellele järgnes Islandi loomevaraamet, rakendades ühise praktika CP14 avaliku korra ja heade tavade kohta. Šveits on samuti teinud olulise sammu, lisades oma menetlusjuhendisse viited EUIPNI ühisteatistele, eelkõige praktikale CP9, kus käsitletakse ruumiliste märkide eristusvõimet, ja praktikale CP15 kaupade-teenuste võrdlemise kohta.

Viimased ühisteatistid avaldati 16. veebruaril 2026, nimelt CP16 „Kaupade-teenuste sisu kirjeldavad tähised“ ja CP17 „Reklaamsõnumite eristusvõime“. Eesti suhtes hakkasid tavad kehtima avaldamise päeval, nii uute kui ka pooleliolevate menetluste suhtes. Dokumendid on kättesaadavad [EUIPNI veebilehel](#) koos rakendavate ametite loetelu ning rakendamise kuupäevadega, sinna viivad lingid [Patendiameti kodulehelt](#).

CP16. Kaupade-teenuste sisu kirjeldavad tähised

CP16 ühise praktika dokumendis sõnastatakse ühine arusaam sisu mõistest ja aspektid, mida arvestada selliste tähiste kirjeldavuse hindamisel, mis võivad kaubanduses näidata nende kaupade-teenuste sisu, mille tähistamiseks kaitset taotletakse. Lisatud on illustreerivad näited, mis aitavad hinnata, kas tähis kirjeldab kaupade-teenuste sisu või mitte.

Ühise praktika kohaldamisalast jäi välja oluline osa võimalikku sisu näitavatest tähistest, nimelt tähised, mis koosnevad üldtuntud raamatute, filmide või muude kunstiteoste pealkirjadest või kuulsa isiku või autori nimest. Need teemad jäid ootama olulist täiendust apellatsiooni- ja kohtupraktikast, kuna on pooleli vaidlused kuulsa kirjaniku George Orwelli nime ning tema teoste pealkirjade „Animal Farm“ ja „1984“ üle. Need olulised teemad hõlmatakse loodetavasti tulevikus.

ELi kohtupraktika analüüs näitab, et tähiste kirjeldavuse hindamisel kasutatakse mõistet „sisu“ seoses kaupade või teenustega, **mille olemus võimaldab neil sisaldada konkreetset temaatilist sisu või olla sellega seotud**. Kohtupraktikast lähtuvalt keskendub ühine praktika CP16 sellistele kaupadele ja teenustele klassides 9, 16, 28, 35, 41 ning 42.

Põhjalikumalt on selgitatud klassi 35 reklaamiteenuste sisu kirjeldamise võimalikkust ja asjaolu, et klassi 38 teenuste tähistamiseks taotletud märki ei saa üldjuhul pidada nende teenuste sisu kirjeldavaks, sest selles klassis on tehnilised teenused, mille olemus ei võimalda sisaldada temaatilist sisu.

Tähise ning kaupade-teenuste konkreetse sisu otsene ja vahetu seos võib olla tõenäolisem, kui tähis koosneb mõistest, mida tavaliselt

kasutatakse turul nende kaupade-teenuste kategoorias ja märgil esitatud teave on kaubanduslikult asjakohane ning oluline.

CP17. Reklaamsõnumite eristusvõime

CP17 ühise praktika dokumendis määratletakse reklaamsõnumi mõiste ja tuuakse välja tegurid, mille põhjal hinnata reklaamsõnumi eristusvõimet kaubamärgina. Dokumendis on esitatud näited, mis aitavad põhimõtteid paremini rakendada.

Reklaamsõnumit kasutatakse tavaliselt kaupade või teenuste reklaamimiseks, aga Euroopa Kohus on selgitanud, et reklaamsõnumid võivad toimida nii reklaamvormelina kui ka kaupade-teenuste kaubandusliku päritolu tähisena. Registreerimiseks peab reklaamsõnumil olema teatav originaalsus või see peab tekitama vastukaja, mis nõuab vähemalt mõningast tõlgendamist või käivitab asjaomases avalikkuses tunnetusprotsessi. Kui reklaamsõnumid edastavad kaupade-teenuste kohta ebamäärast teavet, ei mõtle tarbija tõenäoliselt eriti kaua väljendi mitmesuguste võimalike funktsioonide üle ja seega võib sõnum lisaks reklaamivale tähendusele näidata ka kaubanduslikku päritolu.

Seega võib reklaamsõnumil olla eristusvõime kaubamärgina, kuid selle kindlaks määramisel tuleb hinnata kõiki asjakohaseid tegureid. Üldjuhul on reklaamsõnumi eristusvõime küsitav, kui neid tajutakse üksnes reklaamiva, kiitva või ülimalt lihtsa sõnumina, mis selgelt, otseselt ja ühemõtteliselt rõhutab asjaomaste kaupade-teenuste positiivseid külgi.

EUIPNI veebileht; EUIPO infokiri Alicante Uudised, veebruar 2026

Praktilised vihjed

Kaubamärkide rahvusvahelise registreerimise Madridi süsteemi uuendatud juhend

2024. aastal avaldati WIPOs Madridi süsteemi põhjalikult uuendatud juhend. Nüüd on uus juhend avaldatud ka eesti keeles Patendiameti veebilehel.

Madridi süsteem põhineb Madridi protokollil ja reeglistikul, mis annavad süsteemile õigusliku aluse, kuid ei selgita, kuidas on korraldatud eri toimingute tegemine keerulises süsteemis, mis hõlmab palju osalisi. Need üksikasjalikud selgitused leiabki [registreerimise juhendist](#), hõlmates juhiseid kaubamärgi rahvusvahelise registreerimise ja registreeringu hilisema haldamise kohta taotleja, tema esindaja ja ka taotlusi menetleva ameti seisukohast.

Juhendi ülesehitust on varasemaga võrreldes põhjalikult muudetud, sinna on lisatud hulgaliselt selgitusi ja näiteid. Juhendi eestikeelset tõlget on kohandatud Eesti oludele sobivamaks, näiteid ja viiteid on muudetud Eesti taotleja või ameti jaoks oluliste erisuste põhjal, asjakohatud näited on tõlkest välja jäetud, asendades need viidetega ingliskeelsele tekstile. Juhendi IV peatükk „Protokolli liikmeks saamine. Liitumise ettevalmistamine“ puudub eestikeelses tekstis, sest Eesti on protokolliga liitunud ja need juhised ei ole meie jaoks enam vajalikud.

Juhendi eestikeelne versioon asub Patendiameti veebilehel rubriigis [„Kuidas saada kaubamärgile kaitset rahvusvahelise registreerimise Madridi süsteemi kaudu“](#) koos lingiga ingliskeelse teksti juurde. See on juhend, mitte õigusakt, seega veebilehe õigusaktide rubriigist seda dokumenti ei leia.

Mitmeastmeline autentimine EUIPO veebilehel

Mitmeastmeline autentimine (MFA) lisab sisselogimisel täiendava kaitsekihi, mis tähendab, et kasutaja peab lisaks paroolile tõendama oma isikut ka mõne teise autentimismeetodi abil nagu sõrmejälg, SMS-kood või autentimiskenduse nutiseadmes.

Alates 16. veebruarist 2026 on MFA EUIPO veebilehe kasutajakontole sisenemisel kohustuslik autentimisviis. Sellega suurendati kasutajakontode turvalisust ja vähendati nende kuritarvitamise riski. Hiljutiste kuritarvituste uurimise tulemusena leiti, et tugevamad turvameetmed on vajalikud.

MFA toimib nii, et pärast tavapärase kasutajatunnuse ja parooli sisestamist tuleb valida autentimiskenduse: Microsoft Authenticator või Google Authenticator. Selle äpi abil luuakse kuenumbriline kood, mis on vajalik kasutajakontole sisenemiseks.

Probleemide ja küsimuste korral võib pöörduda [EUIPO abikeskusesse](#).

Ukraina kaubamärgid TMview's

EUIPO ning Ukraina loomevara- ja innovatsiooniameti koostöö tulemusena on Ukraina ameti andmebaasis olevad kaubamärgid alates 22. oktoobrist 2025 leitavad [TMview andmebaasist](#).

See on oluline verstapost Ukraina liitumisprotsessis Euroopa loomevaravõrgustikuga. Andmete lisamine sai teoks ELi rahastatud projekti EU4IP toel, mille abil toetatakse Ukraina loomevara üldpõhimõtete joendamist ELi normidega. Selle projekti raames suurendatakse läbipaistvust, parandatakse andmete ligipääsu, arendatakse digitaalset kootööd ja toetatakse VKEsid.

Pärast Ukraina ameti andmebaasist pärit 600 000 kaubamärgi lisamist on TMview's üle 134 miljoni kaubamärgi, mis pärinevad maailma 80 loomevaraameti andmebaasidest.

EUIPO infokiri Alicante Uudised, november, detsember 2025

Üldkohtu otsus kohtuasjas T-33/25

Üldkohus tegi 24. septembril 2025 otsuse kohtuasjas [T-33/25](#) (Quality First GmbH vs. EUIPO), kus antakse hinnang reklaamsõnumi eristusvõimele.

Asjaolud

ELi kaubamärgina registreerimiseks klassides 1, 5, 39, 30 ja 32, peamiselt dieetainete, toidukaupade ning jookide tähistamiseks, esitati allpool kujutatud tähis.

CRAVE NO MORE

[EUTM nr 018959151](#)

EUIPO ekspert keeldus märgi registreerimisest [ELi kaubamärgi-määruse](#) artikli 7 lõike 1 punkti b alusel, kuna sellel puudub eristusvõime. EUIPO apellatsioonikoda nõustus selle otsusega.

Kohtuasja sisu

Üldkohus märkis, et vaidlusaluse märgi sõnastus **CRAVE NO MORE** (ära himutse enam) on grammatiliselt tavaline ja kohe arusaadav, sellel puudub kujutlusvõimet või tõlgendamist nõudev element, mis võimaldaks eristada ühe ettevõtja kaupu teise omadest. Tähis edastab otseselt positiivse sõnumi, et asjaomaste toodete ostmine võimaldab

rahuldada ja täita tarbijate soovid või vajadused. Ebatäieliku lause kasutamine on reklaamsõnumitel tavaline, sõltumata kaupadest või teenustest, mida reklaamitakse. Lihtne, hallide standardse kirjatüübiga suurtähtedega esitatud kujundus ei lisa tähisele eristusvõimet.

Seetõttu nõustus üldkohus apellatsioonikoja hinnanguga, et asjaomane ELi avalikkus, kes mõistab inglise keelt, ei taju tähist toodete kaubandusliku päritolu tähisena, vaid üksnes kiitva ja reklaamivana, esitatud tavalise ostukutse vormis, näidates tarbijale toodete atraktiivsust. Sellest järeldati õigesti, et tähisel puudub eristusvõime.

Hagi jäeti rahuldamata.

EUIPO infokiri Alicante Uudised, november 2025

Üldkohtu otsus kohtuasjas T-1032/23

Üldkohus tegi 21. mail 2025 otsuse kohtuasjas [T-1032/23](#) (Airbnb, Inc vs. EUIPO – Airtasker Pty Ltd), kus antakse muu hulgas hinnang reklaamiteenuste olemusele.

Asjaolud

ELi kaubamärgina on 2014. aastal registreeritud sõnamärk **AIRBNB** klassides 9, 35, 41, 42 ja 43. 5. märtsil 2020 esitati märgi täieliku tühistamise avaldus tuginedes [ELi kaubamärgimääruse](#) artikli 58 lõike 1 punktile a, väites et kaubamärki ei ole ELis viie järjestikuse aasta jooksul kasutatud ühegi kauba või teenuse tähistamiseks, mille jaoks see on registreeritud. EUIPO apellatsioonikoda järeldas esitatud tõenditest, et märki ei ole kasutatud osa kaupade ja teenuste ulatuses.

Kohtuasja sisu

Üldkohus leidis, et kaupade ja teenuste loetelu tuleb tõlgendada sidusalt, võttes arvesse konteksti ning kaubamärgiomaniku kavatsust, mitte üksnes nimetuste sõnaselget tähendust. Reklaamiteenuste kohta leidis kohus, et need tähendavad teiste abistamist kaupade-teenuste müümisel, edendades teise isiku kaupade-teenuste turuletoomist ning müüki, või tugevdades kliendi turupositsiooni, võimaldades neil reklaami abil saavutada konkurentsieelist.

Kohus kinnitas, et kaubamärgiomanik ei suutnud näidata selliste teenuste osutamist, sest esitatud tõendid näitasid ainult tema enda platvormil pakutavate teenuste reklaami. Selline ettevõttesisene reklaam on ettevõtte lisategevus, mis ei sisalda kolmandatele isikutele reklaamiteenuse pakkumist.

Kaubamärk **AIRBNB** on ELis endiselt kaitstud hulga kaupade ja teenuste ulatuses klassides 9, 35, 41, 42 ning 43, aga hagi jäeti rahuldamata.

EUIPO infokiri Alicante Uudised, juuli 2025

EUIPO apellatsiooni suurkoja otsus **GEORGE ORWELL**

EUIPO apellatsioonikoda tegi 19. detsembril 2025 otsuse [nr R2248/2019-G](#) sõnamärgi **GEORGE ORWELL** kohta, kus antakse hinnang kuulsa autori nimele kaupade-teenuste sisu kirjeldamisel.

Asjaolud

6. märtsil 2018 esitati ELi kaubamärgina registreerimiseks klassides 9, 16, 28 ja 41 sõnamärk **GEORGE ORWELL** ([EUTM nr 017869417](#)). Taotleja on George Orwelli pärandi haldaja, kes leiab, et on võimeline ja õigustatud kuulsa kirjaniku nime kaitsma. EUIPO ekspert keeldus

kaubamärgi registreerimisest osa kaupade-teenuste suhtes klassides 9, 16 ja 41 [ELi kaubamärgimääruse](#) artikli 7 lõike 1 punkti c alusel, kuna tähis annab asjaomasele tarbijale teavet kaupade-teenuste omaduste, st nende sisu kohta.

Juhtum suunati lahendamiseks EUIPO apellatsioonide suurkojale, sest apellatsioonikojad on teinud kuulsate isikute nimede kohta erinevaid otsuseid. Seetõttu on mõned kuulsate isikute nimed asjaomaste kaupade-teenuste suhtes registreeritud ja teiste registreerimisest on keeldutud. Suurkojalt oodati nüüd vastust küsimusele, kas kuulsa autori nimi saab toimida kaubamärgina kaupade-teenuste tähistamisel, mis võivad sisaldada sisu.

Otsuse sisu

Suurkoda kinnitas keeldumise tähise **GEORGE ORWELL** registreerimisest klassides 9, 16 ja 41 peamiselt meelelahutuse ning haridusega seotud teenuste ja salvestiste, trükiste ulatuses. Otsuses ei kinnitata seisukohta, et kuulsate isikute nimesid ei saa üldse registreerida kaubamärgina, vaid pigem selgitatakse asjaolusid, mille korral võib kuulsa isiku nimi olla asjaomaste kaupade-teenuste sisu kirjeldav. Nimelt, kui asjaomane avalikkus mõistab viivitamatult isiku nime kaupade-teenuste sisu kirjeldusena, on tähis kirjeldav ja samuti eristusvõimetus.

Suurkoda esitas mittetäieliku loetelu tunnustest, mille järgi hinnata, kas kuulsat nime tajutakse sisu näitavana:

- kuulsus ja tuntus;
- teoste laialdane levi ja kohandamine;
- sotsiaalne ja kultuuriline lõimimine (auhinnad, asutused, mälestamine);
- ajavahemik, mille jooksul autor on olnud tuntud ja püsinud avaliku arutelu teemana;
- keelilised tuletised (näiteks orwellilik);

- turuolukord (kuidas raamatukogud, -poed ja publik tegelikult materjali liigitavad ning otsivad).

George Orwelli kuulsus ja tuntus asjaomase avalikkuse hulgas on vaieldamatu ning üldteada fakt. Orwelli teosed on siiani mõjukad popkultuuris ja poliitikas ning hulk sõnu ja fraase on tema teosest „1984“ jõudnud tavakeelde. Orwelli teoseid on õpetatud, uuritud ja kohandatud üle 70 aasta, nende põhjal on lavastatud teatrietendusi ning see tegevus jätkub. Ulatuslik nimekiri raamatutest ja artiklitest tema elu, pärandi, väärtuste ning kirjanduskriitika kohta näitab tema üleilmselt mainet ja erakordset mõju kultuuritegelase ning autorina. Orwelli auks on asutatud hulk auhindu ja tema teosed hõlmavad silmapaistva osa raamatupoodide poliitilise ilukirjanduse sektsioonist.

Suurkoda leidis, et eespool loetelud tunnuste põhjal mõistab vähemalt inglise keelt oskav avalikkus tähist **GEORGE ORWELL** kohe ja ühemõtteliselt üldtuntud Briti kirjaniku nimena. Seega näitab tähis loomupäraselt, ilma vaimse lisapingutuseta, et asjaomased kaubateenused puudutavad autorit George Orwell, tema tekste või ideid ja nendest tuletatud teemasid, mis on kaupade-teenuste sisu.

Autoriõiguse olemasolu või selle lõppemine ei ole ELi kaubamärgimääruse artikli 7 põhjal otsuse tegemisel määrav. Samuti ei ole oluline asjaolu, kes on kuulsa isiku pärandi haldaja ja taotleja, vaid otsuse pidepunkt on tarbija taju tähise suhtes asjaomastel kaupadel-teenustel.

Suurkoja otsuse peale esitati 23. veebruaril 2026 hagi üldkohtusse (kohtuasi T-137/26).

EUIPO infokiri Alicante Uudised, veebruar 2026



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
tel +34 96 513 9100

Patendiamet
Tatari 39
15041 Tallinn

Tasuta konsultatsioonid:
e-post kaubamark@epa.ee
tel 627 7937
e-post disain@epa.ee
tel 627 7921