

PATENDIAMET TÖÖSTUSOMANDI APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1830-o

Tallinn, 31.12.2020

**Avaldus nr 1830 – kaubamärgi
„KARMA“ (taotlus nr M201800483)
registreerimise osaline vaidlustamine**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Sulev Sulsenberg (eesistuja), Ekke-Kristian Erilaid ja Margus Tähepõld, vaatas kirjalikus menetluses läbi Prantsusmaa juriidilise isiku BIOGROUPE vaidlustusavalduse Raimo Hubergi kaubamärgi „KARMA“ (taotlus nr M201800483) registreerimise vastu klassides 33 ja 35.

Asjaolud ja menetluse käik

02.07.2019 esitas BIOGROUPE (edaspidi ka vaidlustaja; esindaja patendivolinik Anneli Kapp) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi ka komisjon) vaidlustusavalduse (edaspidi ka avaldus), milles vaidlustatakse R. Hubergi (edaspidi ka taotleja) kaubamärgi „KARMA“ (taotlus nr M201800483; taotluse esitamise kuupäev 14.05.2018) registreerimine osaliselt, s.o klassides 33 ja 35 loetletud järgmiste kaupade ja teenuste tähistamiseks:

Klass 33 – *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid;*

Klass 35 – *jae- ja hulgimüügiteenused.*

Vaidlustusavaldusest nähtuvalt peab vaidlustaja taotleja kaubamärgi „KARMA“ registreerimist kaubamärgiseaduse (KaMS) § 10 lg 1 punktidega 2 ja 3 vastuolus olevaks, kuivõrd vaidlustajale kuulub varasem Euroopa Liidu kaubamärk „KARMA KOMBUCHA + kuju“ klassides 30 ja 32 (reg nr 014682132; taotluse esitamise kuupäev 14.10.2015). Vaidlustaja rõhutab, et sõna „KOMBUCHA“ kaubamärgi koosseisus on eristusvõimetu ja kirjeldav (liiki näitav) tähis, mis eesti keeles tähendab teeseenejooki.

Vaidlustaja palub komisjonil tühistada Patendiameti otsus anda õiguskaitse kaubamärgile „KARMA“ klassis 33 *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid* osas ja klassis 35 *jae- ja hulgimüügiteenused* osas ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Avaldusele on lisaks riigilõivu tasumise maksekorraldusele lisatud väljavõtte Eesti Kaubamärgilehest 5/2019 taotleja kaubamärgi kohta ning väljatrükk Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) kaubamärkide andmebaasist vaidlustaja kaubamärgi kohta.

17.07.2019 võttis komisjon vaidlustusavalduse menetlusse ja üritas 2019. a juulist 2020. a jaanuarini avaldust kolmel korral taotlejale kätte toimetada, kasutades selleks komisjonile teadaolevaid taotleja kontaktandmeid. Kuivõrd komisjonil puudus kindlus, et taotleja on avalduse kätte saanud, toimetas komisjon **31.03.2020** avalduse taotlejale kätte avalikult, avaldades sellekohase teate Ametlikes Teadaannetes (tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 48¹ lg 4, tsiviilkohtumenetluse seadustiku (TsMS) § 317 lg 5). Teates teavitati taotlejat muu hulgas komisjoni kontaktandmetest, mille kaudu saab komisjoniga ühendust kõigi avalduse materjalidega tutvumiseks, ning sellest, et taotleja peab hiljemalt 22.06.2020 komisjonile kirjalikult teatama, kas ta vaidleb avaldusele vastu. Taotleja ei ole komisjoniga ühendust võtnud ega teatanud avaldusele vastu vaidlemise soovist.

Adress:
Toompuiestee 7
15041 Tallinn

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

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

26.06.2020 andis komisjon vaidlustajale vastavalt TÕAS § 48³ lõikele 1 vaidlustusavalduse põhjenduste ja tõendite esitamiseks või täiendamiseks kahekuulise tähtaja, mida komisjon vaidlustaja taotlusel pikendas kuni 25.09.2020.

25.09.2020 esitas vaidlustaja komisjonile vaidlustusavalduse põhjendused ja tõendid, märkides kokkuvõtlikult järgmist.

KaMS § 10 lg 1 p-st 2 tulenevalt ei registreerita taotletavat kaubamärki varasema kaubamärgi omaniku loata, kui identsuse, sarnasuse või assotsieerumise tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või samaliigilisuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et tarbijaskond võib need kaubamärgid omavahel ära vahetada. Kaubamärk on varasema kaubamärgiga äravahetamiseni sarnane, kui seda kasutatakse sarnaste kaupade või teenuste tähistamiseks ning see meenutab varasemat märki sedavõrd lähedaselt, et tekib tõenäosus, et tarbijaid eksitatakse kaupade või teenuste päritolu osas. Vaidlustaja märgib, et kaubamärkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasjal, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, vaid pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele. Arvestada tuleb ka seda, et tarbijal puudub üldjuhul võimalus märke samaaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti tajutud märgist (Euroopa Kohtu otsus C-342/97, p 26). Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on kaubamärkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad kui nende erinevused.

Vaidlustaja osutab Euroopa Liidu Kohtu praktikale, mille kohaselt on kaubamärgid sarnased, kui need on asjaomase avalikkuse silmis ühest või mitmest olulisest aspektist vähemalt osaliselt samased (T-6/01, p 30; T-168/04, p 91). Käesoleval juhul sisaldab hilisem kaubamärk „KARMA“ tervikuna varasema registreeritud kaubamärgi eristusvõimelist ning domineerivat sõnalist osa „KARMA“. Seejuures vaidlustaja kaubamärgis „KARMA KOMBUCHA + kuju“ esinev sõna „KOMBUCHA“ on eristusvõimetu kaupade liiki näitav sõna, kuivõrd see tähistab teeseenest tehtavat hapukat kergelt gaseeritud vitamiinirikast jooki. Vaidlustaja leiab, et ühise, identse sõna „KARMA“ olemasolu võrreldavate kaubamärkide koosseisudes võib tekitada tarbijas assotsiatsiooni talle juba tuntud, teise ettevõtja poolt kasutuses olnud kaubamärgiga. Sellest ühisest identsest sõnast tulenevalt on vaidlustaja hinnangul võrreldavad märgid sarnased nii visuaalselt, foneetiliselt kui semantiliselt/kontseptuaalselt.

Vaidlustaja märgib, et tema varasem kaubamärk „KARMA KOMBUCHA + kuju“ on saanud õiguskaitses muu hulgas järgmiste kaupade tähistamiseks:

Klass 30 – *Kohv; tee; suhkur; [...]; kohvi aseained; [...]; siirupid; [...]; jää; [...];*

Klass 32 – *Õlu; mineraal- ja gaseerivesi ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained.*

Vaidlustaja on seisukohal, et taotleja kaubamärgiga „KARMA“ hõlmatud klassi 33 kaubad *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid* ja klassi 35 teenused *jae- ja hulgimüügiteenused* on vaidlustaja kaubamärgiga tähistatud kaupadega samaliigilised. Vaidlustaja osutab seejuures Euroopa Kohtu seisukohale, mille kohaselt hinnates kaupade/teenuste samaliigilisust, tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid tegureid, mis iseloomustavad kaupade/teenuste vahelisi seoseid. Need tegurid hõlmavad sealhulgas võrreldavate kaupade/teenuste olemust, lõpptarbijaid ja kasutusviisi ning kas nad on üksteise suhtes konkureerivad või üksteist asendavad. Piisab ka üksnes ühe tunnuse esinemisest, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada kaupu samaliigilisteks (C-39/97, p-d 19 ja 23).

Vaidlustaja leiab, et käesoleval juhul on vaidlustaja varasemas kaubamärgis märgitud kaup *õlu* samaliigiline taotleja kaubamärgis toodud kaupadega *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid*. Kõik nimetatud kaubad sisaldavad vähesel määral alkoholi, mistõttu on tegemist samaliigiliste kaupadega. Samuti leiab vaidlustaja, et tema kaubamärgis märgitud kaubad *mineraal- ja gaseerivesi ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained* on samaliigilised taotleja kaubamärgis toodud kaupadega *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid*, kuna lahjasid alkoholiseid jooke võidakse tarbida sarnaselt mittealkohoolsetele jookidele, sageli janukustutajatena (näiteks siider), mis mõistlikus koguses tarbituna ei tekita olulist joovet, või on joove ajaliselt kiiresti mööduv. Alkoholiseid jooke tarbitakse tihti ka söögi kõrvale täiendamaks söögist tulenevat maitseelamust. Lisaks peab vaidlustaja üldteada asjaoluks, et mittealkohoolseid jooke ja alkoholiseid jooke kasutatakse väga sageli koos, segujookide valmistamiseks. Ainsaks alkoholise joogi lahjendamise võimaluseks ongi selle segamine mittealkohoolse joogiga, peamiselt vee, mahla, energiajoogi, tooniku või muu joogivalmistusainega, millised on vaidlustaja kaubamärgiga kaitstud kaupadeks.

Vaidlustaja leiab ka seda, et tema varasemas kaubamärgis märgitud kaubad *õlu; mineraal- ja gaseerved ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained* on samaliigilised taotleja kaubamärgis toodud teenustega *jae- ja hulgimüügiteenused*. Vaidlustaja osutab, et Euroopa Üldkohus on oma praktikas korduvalt hinnanud kaupu ja teenuseid samaliigilisteks – nt parfüümid ja parfüümide jaemüük (T-330/12); farmaatsiatooted ja tarbekaupade, eriti farmaatsiatoodete import, eksport ning nende levitamine, samuti farmaatsiatooted ja farmaatsiatoodete valmistamine (T-35/09); meditsiinilised farmaatsiatooted ja meditsiiniteenused (T-411/12) jne. Ka KaMS § 12 lg 4 kohaselt ei ole kaupade ja teenuste liigitusel Nizza klassifikatsiooni järgi tähendust kaupade ja teenuste samaliigilisuse määratlemisel. Seetõttu leiab vaidlustaja, et viidatud kaubad ühelt poolt ning taotleja kaubamärgis toodud *jae- ja hulgimüügiteenused* teiselt poolt on samaliigilised.

Arvestades võrreldavate kaubamärkide foneetilist, visuaalset ja semantilist sarnasust, märkide väga sarnaseid domineerivaid ning eristusvõimelisi elemente ning kaupade samaliigilisust, leiab vaidlustaja, et käesoleval juhul esineb tõenäosus kõnealuste kaubamärkide äravahetamiseks tarbija poolt, s.t esineb tõenäosus, et tarbija ajab vaadeldavad kaubamärgid segamini (otseste äravahetamise tõenäosus) või seostab vaadeldavate kaubamärkide omanikke (kaudse äravahetamise tõenäosus).

Seoses KaMS § 10 lg 1 p 3 kohase õiguskaitset välistava asjaoluga märgib vaidlustaja, et osutatud sätte normikoosseis ei näe ette, et kaubamärkide sarnasus esineks määral, mis võib kaasa tuua kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse, vaid oluline on lihtsalt kaubamärkide sarnasus. Viidates Euroopa Kohtu otsusele C-408/01 leiab vaidlustaja seetõttu, et KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks ei ole vajalik, et esineks tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt. Piisab vaid sellisest sarnasusest, et tarbijad loovad seose üldtuntud ja maineka märgi ja muu tähise vahel.

Vaidlustaja peab seda, et tema kaubamärk „KARMA KOMBUCHA + kuju“ on tuntud, eristusvõimeline ning mainega tähis, üldteada asjaoluks. Osutades vaidlustaja seisukohtadele lisatud väljavõttele vaidlustaja KARMA toodete kohta, leiab vaidlustaja, et ta on maailma üks juhtivatest ettevõtetest, mis on spetsialiseerunud orgaaniliste ja taimsete jookide tootmisele. KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise üheks eelduseks on, et varasemal kaubamärgil peab olema omandatud maine või eristusvõime. Vaidlustaja hinnangul piisab seega sellest, kui vaidlustaja suudab põhistada, et tema varasem kaubamärk on eristusvõimeline või mainekas – need kriteeriumid ei pea esinema koos. Vaidlustaja leiab, et talle kuuluv varasem kaubamärk on üldtuntud ja eristusvõimeline tähis, millel on hea maine Euroopa Liidus.

Vaidlustaja leiab ka, et taotleja kaubamärgi puhul on põhjust kahelda taotleja eesmärgis välja töötada ning kaitsta kaubamärk, mis täidaks kaubamärgi põhifunktsiooni. Arvestades vaidlustaja kaubamärgi tuntuse astet ja tegutsemist sarnases tegevusvaldkonnas, pidi taotleja vaidlustaja hinnangul olema teadlik vaidlustaja kaubamärgist ning sellest, milliste kaupade suhtes on see kaitstud ja kasutusel. Vaidlustaja peab tõenäoliseks, et taotleja kaubamärgi registreerimisel ja kasutamisel leiab aset vaidlustaja kaubamärgi maine kahjustamine.

Samuti leiab vaidlustaja, et kuivõrd ta on asjaomaseid tooteid järjepidevalt tähistanud kaubamärgiga „KARMA KOMBUCHA + kuju“, siis toob taotleja kaubamärgi „KARMA“ turule tulek kaasa varasema kaubamärgi eristusvõime vähenemise ning lahjenemise. Mainega kaubamärkide puhul nagu seda on vaidlustaja kaubamärk, tuleb kohaldada samaväärset kaitset nii teist liiki kaupade ja teenuste osas kui ka identsete või samaliigiliste kaupade osas, kusjuures sarnasuse hindamisel ei ole oluline äravahetamiseni tõenäosuse kindlakstegemine varasema ning hilisema märgi vahel, vaid piisavaks saab lugeda juba asjaolu, et tarbija loob seose antud märkide vahel (Euroopa Kohtu otsus C-408/01, p 31).

Vaidlustaja leiab seega, et taotleja kaubamärgi registreerimine klassi 33 kaupade *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid* osas ja klassi 35 teenuste *jae- ja hulgimüügiteenused* osas rikub vaidlustaja kaubamärgist tulenevaid õigusi ning registreerimisotsus on vastuolus ka KaMS § 10 lg 1 punktiga 3.

Vaidlustaja seisukohtadele on lisatud väljavõtte veebilehelt sonaveeb.ee sõna „KOMBUCHA“ tähenduse kohta ning väljavõtte veebilehelt biogroupe.com vaidlustaja KARMA toodete kohta.

24.11.2020 alustas komisjon avalduse lõppmenetlust.

Komisjoni seisukohad ja otsus

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

Käesolevas asjas on osaliselt vaidlustatud kaubamärk „KARMA“ (taotlus nr M201800483), mille taotluse esitamise kuupäev on 14.05.2018. Patendiameti tehtud otsuse peale esitatud kaebuse või vaidlustusavalduse lahendamisel ning otsuse tühistamise korral uue otsuse tegemisel taotluse kohta, mis on esitatud enne 2019. aasta 1. aprilli ja mille kohta on tehtud otsus pärast 2004. aasta 1. maid, kohaldatakse alates 01.04.2019 kehtiva KaMS § 72 lg 14 kohaselt taotluse esitamise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist. Seega kuulub käesolevas asjas kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude tuvastamise osas kohaldamisele KaMS selle 14.05.2018 kehtinud redaktsioonis. Menetlusnormide osas kuuluvad samas kohaldamisele kehtivad tööstusomandialased õigusaktid, sh KaMS ja TÕAS nende käesoleval ajal kehtivates redaktsioonides.

Vaidlustaja on taotleja kaubamärgi „KARMA“ registreerimise osaliselt vaidlustanud tuginedes KaMS § 10 lg 1 punktides 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavatele asjaoludele. Kaubamärgi „KARMA“ taotluse esitamise kuupäeval 14.05.2018 kehtinud:

- KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt ei saa õiguskaitset 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;
- KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaselt ei saa õiguskaitset 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 prioriteedikupäevaks.

Taotleja kaubamärgile vastandatud varasema õigusena tugineb vaidlustaja oma Euroopa Liidu kaubamärgile „KARMA KOMBUCHA + kuju“ (reg nr 014682132). Vaidlustaja kaubamärgi taotluse esitamise kuupäev on 14.10.2015, seega on vaidlustaja kaubamärk taotleja kaubamärgi taotluse esitamise kuupäevast varasem KaMS § 11 lg 1 p 6 tähenduses.

Võrreldavate kaubamärkide reproduktsioonid koos nendega hõlmatud asjassepuutuvate kaupade ja teenustega on järgmised:



Taotleja kaubamärk

KARMA

Klass 30: Kohv; tee; suhkur; [...]; kohvi aseedid; [...]; siirupid; [...]; jää; [...];
Klass 32: Õlu; mineraal- ja gaseerivesi ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained.

Klass 33: alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid;
Klass 35: jae- ja hulgimüügiteenused.

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et taotleja kaubamärgi „KARMA“ registreerimisel vaidlustatud kaupade ja teenuste tähistamiseks esineb vastuolu KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. Euroopa Kohtu praktikas on kaubamärkide äravahetamise tõenäosust defineeritud riskina, et avalikkus võib uskuda, et kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtelt või majanduslikult seotud ettevõtelt (vt nt C-39/97, p 29; C-342/97, p 17). Samuti tuleb Euroopa Kohtu praktika kohaselt kaubamärkide äravahetamise tõenäosust hinnata igakülgset, võttes arvesse kõiki asjassepuutuvaid tegureid, sealhulgas peab igakülgne visuaalne, foneetiline ja kontseptuaalne sarnasuse hinnang tuginema üldisele, tarbijal tekkivale kujutuspildile, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid komponente. Seejuures tajub keskmine tarbija üldjuhul kaubamärki tervikuna ega analüüsi selle erinevaid detaile (C-251/95, p-d 22-23). Arvestada tuleb ka seda, et tarbijal puudub üldjuhul võimalus märke samaaegselt vaadelda/võrrelda ning nad peavad usaldama märkidest jäänud ebatäpset mälupilti (C-342/97, p 26; C-412/05 P, p 60).

Komisjon leiab, et vaidlustaja on piisavalt ja adekvaatselt põhjendanud taotleja kaubamärgi „KARMA“ sarnasusi vaidlustaja kaubamärgiga „KARMA KOMBUCHA + kuju“. Komisjon nõustub vaidlustajaga, et tema kaubamärgi domineeriv ja eristusvõimeline element on eelkõige sõna „KARMA“. Nagu vaidlustaja õigesti välja on toonud, tähendab tema kaubamärgi teine sõnaline osa „KOMBUCHA“ eesti keeles teeseenejooki, s.o teeseenest tehtavat hapukat kergelt gaseeritud vitamiinirikast jooki. Nimetatud sõna on klasside 30 ja 32 joogitoodetega seoses nende toodete liiki näitav tähis ning seega erinevalt sõnast „KARMA“ ei ole tegemist tähisega, mille kaudu tarbija saaks ühe ettevõtte joogitooted eristada teise ettevõtte omadest.

Taotleja sõnalises kaubamärgis „KARMA“ on sõna „KARMA“ kaubamärgi ainus, seega samuti domineeriv ja eristusvõimeline element. Seega on käesolevas asjas võrreldavate kaubamärkide domineerivad ja eristusvõimelised elemendid identsed ning sellest tulenevalt kaubamärgid tervikutena omakorda foneetiliselt, visuaalselt ja semantiliselt sarnased.

Komisjon nõustub vaidlustajaga selles, et vaidlustaja ja taotleja kaubamärkidega hõlmatud asjassepuutuvad kaubad/teenused on samaliigilised. Taotleja klassi 33 kaubad, mille osas vaidlustaja taotleja kaubamärgi registreerimise vaidlustanud on, hõlmavad erinevaid alkoholijooke, mida saab pidada samaliigilisteks vaidlustaja kaubamärgiga hõlmatud klassi 32 kaubaga *õlu*, mis on samuti alkoholijook, aga ka vaidlustaja klasside 30 ja 32 mittealkohoolsete jookidega. Komisjon leiab, et vaidlustaja on asjakohaselt põhjendanud, et lahjasid alkoholiseid jooke võidakse tarvitada sarnaselt mittealkohoolsete jookidega, sh janukustutajatena. Samuti tarvitatakse mittealkohoolseid jooke ja alkoholiseid jooke sageli koos, näiteks segujookide valmistamiseks. Seega võib alkoholsete jookide ja mittealkohoolsete jookide tarbijaskond kattuda.

Komisjon nõustub vaidlustajaga ka selles, et taotleja klassi 35 teenust *jae- ja hulгимүүгiteenused* saab pidada samaliigiliseks vaidlustaja vastandatud klassi 32 kaupadega *õlu; mineraal- ja gaseerivesi ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained*. KaMS § 12 lg 4 kohaselt ei ole kaupade ja teenuste liigitusel Nizza klassifikatsiooni järgi tähendust kaupade ja teenuste samaliigilisuse määratlemisel. Taotleja kaubamärgitaotluses nimetatud *jae- ja hulгимүүгiteenused* võivad hõlmata muu hulgas alkoholsete ja mittealkohoolsete jookide *jae- ja hulгимүүki*, seega võib taotleja kõnealust teenust käsitleda samaliigilisena vaidlustaja vastandatud kaupadega.

Võttes arvesse taotleja kaubamärgi „KARMA“ sarnasust vaidlustaja kaubamärgiga „KARMA KOMBUCHA + kuju“ ning võrreldavate kaupade/teenuste samaliigilisust, leiab komisjon, et käesoleval juhul on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt seoses vaidlustatud kaupade ja teenustega (klass 33: *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid*; klass 35: *jae- ja hulгимүүгiteenused*), sealhulgas taotleja kaubamärgi assotsieerumine vaidlustaja varasema kaubamärgiga KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses. Vaidlustusavaldus kuulub seega rahuldamisele.

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

Komisjon ei pea käesolevas asjas vajalikuks anda hinnangut, kas taotleja kaubamärgi „KARMA“ registreerimine on lisaks vastuolule KaMS § 10 lg 1 punktiga 2 vastuolus ka KaMS § 10 lg 1 punktiga 3, kuna sellele hinnangu andmine ei mõjutaks vaidlustusavalduse rahuldamist.

Kooskõlas KaMS § 41 lõikega 3 tühistab komisjon vaidlustusavalduse rahuldamise korral Patendiameti otsuse ja teeb kaubamärgi registreerimise kohta uue otsuse. Käesolev otsus ei mõjuta taotleja kaubamärgi „KARMA“ registreerimise kohta tehtud Patendiameti otsuse kehtima jäämist seoses klasside 33, 35, 36, 42 ja 43 nende teenustega, millega seonduvalt vaidlustaja ei ole taotleja kaubamärgi registreerimist vaidlustanud.

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

o t s u s t a s:

vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi „KARMA“ (taotlus nr M201800483) registreerimise kohta klassi 33 kaupadele *alkoholijoogid, v.a õlu; siider; madala alkoholisisaldusega joogid* ja klassi 35 teenustele *jae- ja hulгимүүгiteenused* ning keelduda nimetatud kaubamärgi registreerimisest mainitud teenuste tähistamiseks.

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

Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kahe kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Kui hagi esitatakse, kuid kohus ei võta hagi menetlusse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

(allkirjastatud digitaalselt)

Sulev Sulsenberg

Ekke-Kristian Erilaid

Margus Tähepõld