



EUROOPA KAUBAMÄRGI JA DISAINI INFOKIRI

Nr 1-2015

ISSN 2228-4389

Käesolev infokiri on eelkõige praktilise suunitlusega ja loodud eesmärgiga anda kaubamärgi ning disainilahenduse taotlejale lühiülevaade Siseturu Ühtlustamise Ameti (OHIM) pakutavate teenuste muudatustest ja uuendustest. Ühtlasi leiavad infokirjas kajastamist olulisemad sündmused OHIM-is, koostöö- ja lähenemisprogrammi projektidega saavutatu ning huvitavamad disainilahendusi ja kaubamärke puudutavad õigusvaidlused.

Täpsemalt tuleb käesolevas infokirjas juttu uuest orbeoste andmebaasist, olulistest teadetest OHIM-i menetluspraktika kohta ja koostööfondi projektidest. Õigusvaidluste osas tutvustatakse ühenduse registreerimata disainilahendust ja autoriõigust puudutavat kohtulahendit ning üldkohtu otsuseid, kus on käsitletud kaubamärkide sarnase üldmulje olulisust ja võõrkeelsete sõnade kirjeldavust kaubamärkidel.

Teemad

- Orbeoste andmebaas
- Ühenduse kaubamärgi menetlusest
- Koostööfondi uudised
- Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-480/12
- Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-297/13
- Pariisi ringkonnakohtu otsus kaasuses nr 13/04545

Orbteoste andmebaas

OHIM-i vaatluskeskuse veebilehel tuli 2014. aasta lõpus kasutusele uus orbteoste andmebaas.

Orbteosed on raamatud, ajakirjandusartiklid ja filmid, mis on kaitstud autoriõigusega, kuid nende autorid või muude õiguste omanikud ei ole teada, neid ei ole võimalik leida või nendega ei ole võimalik kontakti saada, et küsida luba teose kasutamiseks.

Miljoneid selliseid teoseid säilitatakse Euroopa Liidus asuvates raamatukogudes, muuseumides, ringhäälingute arhiivides ja teistes asutustes. Näiteks Briti rahvusraamatukogus, kus on hoiul üle 150 miljoni objekti, arvatakse, et kuni 40% nende kollektsioonis olevatest loovteostest võivad olla orbteosed. Ilma autori või tema pärijate nõusolekuta ei saa neid teoseid digitaliseerida ega levitada.

2012. aasta lõpus jõustunud orbteoste direktiiv loodi eesmärgiga see probleem lahendada, sätestades ühised reeglid nende orbteoste digitaliseerimiseks ja võrgus kuvamiseks, mis avaldati esmakordselt mõne Euroopa Liidu liikmesriigi territooriumil. Selle direktiivi kohaselt võivad teoseid, mis on pärast põhjalikke autoriotsinguid kuulutatud orbteosteks, kasutada avalik-õiguslikud asutused. Kõik orbteosed tuleb sisestada üle-eroopa-liidulisse andmebaasi, mille loomine usaldati OHIM-ile.

Seetõttu on OHIM autoriõiguse spetsialistide juhendamisel tegelenud nende orbteostega. Ettevalmistava tööna konsulteeriti huvirühmade esindajatega, et kindlaks määrata andmebaasi töövoog ja seal kuvatavad andmed. 2014. aasta alguses loodi OHIM-i IT-osakonnas vastav töövahend ja sai alustada andmete üleslaadimisega. Oktoobri lõpuks oli andmebaas valmis, nüüd jätkub selle arendamine huvirühmade, koolitusprogrammide ning teabeedastuse toel. 2015. aastaks on kavandatud kaks tarkvara uuendust.

Andmebaasis on avaldatud:

- orbteose üldine kirjeldus;
- põhjaliku otsingu tulemused, mille põhjal järeldati, et teos või fonogramm on orbteos;
- orbteose kasutamise viisid;
- orbteose staatuse muudatused;
- asjaomase asutuse kontaktandmed.

Selle ainulaadse avalikkusele kättesaadava võrguplatvormi kasutuseesmärk on koguda teavet orbeostest, mis on hoiul Euroopa riikide avalikes raamatukogudes, muuseumides, arhiivides, filmi- ja audiopärandit säilitavates asutustes ning avalikkust teenindavates ringhäälinguorganisatsioonides. Teoseid säilitavad kultuuriasutused peaksid kõigepealt tegema põhjaliku autorite otsingu ja, kui see ei anna tulemusi, sisestama andmebaasi teabe teose kohta. Kui ühes riigis on teos tunnistatud orbeoseks, tehakse sama kogu Euroopa Liidus. See tähendab, et kõik kultuuriasutused, kelle arhiivis see teos on, võivad seda digitaliseerida ja levitada üle Euroopa Liidu. Nende reeglitega kalduetakse kõrvale autoriõiguse põhimõtetest, seega autorid, kes leiavad andmebaasist mõne oma teose, võivad nõuda selle staatuse muutmist ning saada tagasi täielikud õigused teosele.

Digitaliseerimine paneb kultuuriasutused proovile, kuna ainult murdosa Euroopa kollektsioonidest on praeguseks digitaliseeritud (umbes 12% raamatukogude kollektsioonidest ja 3% filmidest). Peamine takistus digitaliseerimisel ja teose võrgus kättesaadavaks tegemisel on teabe puudumine teoste kohta. Autoriõiguse spetsialistid ja kultuuriasutused kogu Euroopa Liidus on orbeoste andmebaasi loomist rõõmuga tervitanud.

Orbeoste andmebaas asub OHIM-i vaatluskeskuse veebilehel¹, täpsemat teavet saab aadressil observatory.orphanworks@oami.europa.eu.

OHIM-i infokiri „Alicante uudised“, november 2014

Ühenduse kaubamärgi menetlusest

Je suis Charlie

OHIM-i üldine põhimõte on, et tavaliselt ei kommenteerita kaubamärgi- või disainitaotluste üksikjuhtumeid enne ekspertiisi või ükskõik millises etapis registreerimismenetluse jooksul. Ent kaubamärgi „Je suis Charlie“ (mina olen Charlie) registreerimist ümbritsevaid küsimusi võib pidada avalikkuse jaoks harukordselt oluliseks.

Seetõttu annab OHIM teada, et taotlus, mis sisaldab sõnaühendit „Je suis Charlie“, saab tõenäoliselt vastuväite osaliseks kaubamärgimääruse² artikli 7 lõike 1 punktide b ja f alusel, kuna on eristusvõimetu ning vastuolus avaliku korra või üldtunnustatud moraalipõhimõtetega.

OHIM-i e-taotlustele võib kehtida pabertaotluse lõiv

Kui taotleja lisab ühenduse kaubamärgi e-taotlusele manusena või faksi teel kaupade ja teenuste loetelu, tähendab see, et OHIM-i ametnikud peavad taotlust käsitsi menetlema. Selle tulemusena ei saa kehtida vähendatud taotluse lõiv 900 eurot, vaid kohaldatakse pabertaotluse lõivu 1050 eurot.

Taotlejale saadetakse sel juhul teade, kus palutakse maksta lisaks 150 eurot. Kuni selle lõivu laekumiseni eraldi lisatud loetelu arvesse ei võeta. See on eriti oluline taotlejale, kes taotluse vormile kaupu ja teenuseid üldse ei sisesta, kuna see võib mõjutada taotluse esitamise kuupäeva.

Kui lisalõiv 150 eurot tasutakse ühe kuu jooksul taotluse esitamise päevast, jääb esialgne taotluse kuupäev alles. Kui lisalõiv tasutakse hiljem, aga siiski kahekuulise tähtaja jooksul, nihkub taotluse kuupäev päevale, mil kogu lõiv maksti.

OHIM soovib tungivalt, et taotlejad sisestaksid kaupade ja teenuste loetelu e-taotluse vormi vastavale andmeväljale. Kui seda ei tehta, tuleb maksta suurem lõiv ja lisaks on taotluses puudused, mis aeglustavad kaubamärgi menetlust. Tagajärjeks võib olla ka hilisem taotluse kuupäev.

Registriandmeid tuleb ajakohastada

Kas teie ettevõtte on hiljuti muutnud nime? Kas olete kolinud? Kas andsite oma kaubamärgi üle kellelegi teisele või selle suhtes kehtib litsents? Kõik need on olulised muudatused, mis mõjutavad teie märgi õiguskaitset ja peaksid kajastuma kaubamärgiregistris. Muudatuste tegemine aitab ajakohastada registriandmeid, hoida neid tõepärastena ja saada kasu nende avaldamisest.

Kui ühenduse **kaubamärgi omaniku nimi või aadress, kirjavahetuse aadress või kontaktteave** on muutunud, saab seda muuta OHIM-i veebilehel kasutajapiirkonnas. Selleks tuleb luua kasutajakonto.

Kui tegemist ei ole nime muutmisega, vaid kaubamärgiomanikuks saab teine isik, siis tuleb esitada **taotlus kaubamärgi üleandmiseks** kas osa või kõigi kaupade ja/või teenuste suhtes. Selleks tuleb esitada registritoimingu taotlus, mis asub OHIM-i veebilehel jaotuse „Vormid ja taotlused“ all. Toiming on tasuta ja ei ole keeruline, kuid tavaliselt tuleb koos taotlusega esitada üleminekut tõendavad dokumendid, kuhu on alla kirjutatud mõlemad pooled. Kui mõlemad pooli esindab OHIM-i andmete kohaselt sama patendivolnik, ei ole vaja tõendavaid dokumente esitada.

Kui soovite registreerida kaubamärgi suhtes kehtiva **litsentsi**, tuleb selle eest tasuda lõiv 200 eurot. Litsents võib olla piiratud kaupade ja/või teenuste suhtes, territoriaalselt, kehtivusaja või litsentsiaatide suhtes. Registreerida saab ka all-litsentse. Litsentsi registreerimise taotluse võib esitada litsentsiandja, litsentsisaaja või nende esindaja, kasutades allalaaditavat registrikande taotluse vormi või esitades taotluse veebis OHIM-i veebilehel jaotuse „Vormid ja taotlused“ all.

Kui olete pankrotihaldur, kes osaleb ettevõtte **maksejõuetusmenetluses**, on selle teabe sisestamine registrisse väga oluline kolmandate isikute jaoks, kes on omandanud ühenduse kaubamärgiga seotud õigused. See tähendab ka, et ühenduse kaubamärgi omanik kaotab õiguse tegutseda ja ei saa teha OHIM-is selliseid toiminguid nagu märgi loovutamine või üleandmine. Lisaks, kui maksejõuetus on registrisse kantud, teatab OHIM pankrotihaldurile, kui on vaja kaubamärgi kehtivust pikendada.

Maksejõuetuse kaubamärgiregistrisse kandmine on tasuta, selleks tuleb esitada taotlus veebis või kasutada allalaaditavat vormi. Koos taotlusega tuleb esitada pankrotimääruse koopia. OHIM soovitab tungival, et pankrotihaldurid võtaksid tagasi või annaksid üle ühenduse kaubamärgid ja kaubamärgi taotlused, mis on seotud maksejõuetusmenetlusega, või loobuksid neist enne ettevõtte lõplikku likvideerimist. Vastavalt liikmesriikide õigusele ei saa tavaliselt ettevõtet, millele kuulub vara (nagu näiteks kaubamärgid), likvideerida ja pankrotihaldur võidakse võtta vastutusele kahju tekitamise eest.

Registriandmete ajakohastamine on väga oluline ka selleks, et teavitada **kaubamärgi** kehtivusaja **lõppemisest**. Värskete ja õiguspäraste andmete teatamine ametile tagab selle, et ameti saadetud teated jõuavad õige aadressaadini.

OHIM-i infokiri „Alicante uudised“, november 2014 ja jaanuar 2015

Koostööfondi uudised

Kolmsada rakendust

16. detsembril 2014 tähistas koostööfond olulise teetähiseni jõudmist – liikmesriikide intellektuaalomandi ametites on tehtud kolmsada töövahendi ning teenuse rakendust.

Koostööfond alustas OHIM-i suurima projektina tööd 2010. aastal 50 miljoni euro suuruse eelarvega. Fondi raames on tegutsetud koostöös liikmesriikide intellektuaalomandi ametitega, kes mängivad olulist rolli töövahendite ja teenuste arendamisel. Tegevuse eesmärk on ühtlustada riikide ja regioonide ametite 28 liikmesriiki hõlmavaid töömeetodeid. Praeguseks on loodud 21 toodet ja e-teenust. Projektid kavandati vastavalt liikmesriikide ametitelt ja kasutajarühmadelt saadud ettepanekutele. Need ettepanekud sulandati projektideks, mida toetasid liikmesriikide ametite ekspertidest moodustatud töögrupid koos kasutajate ja vaatlejatega.

Koostööfondi töövahendid on abiks igal kaubamärgi ja disaini menetluse etapil. Sinna hulka kuuluvad:

- tasuta otsinguvahendid;
- e-taotluste esitamise rakendus ja menetlustarkvara liikmesriikide ametitele;
- töövahendid õiguskaitseasutustele intellektuaalomandiõiguste jõustamiseks;
- abivahendid töökvaliteedi parandamiseks ja ühtlustamiseks;
- e-õppevahendid;
- abivahend ekspertidele.

Eesti Patendiamet on liitunud enamikuga neist projektidest. Algselt plaanitu kohaselt peaks koostööfond töötama kuni 2015. aasta lõpuni. Enne tegevuse lõpetamist peaks käivituma veel 50 rakendust, mis on praegu pooleli.

DesignView areng

DesignView³ on veebipõhine otsinguvahend, kuhu on koondatud ühtlustatud riigisiseste, rahvusvaheliste ja ühenduse disainilahenduste andmed, mida jagavad projektis osalevad intellektuaalomandi ametid. Osalevaid ameteid on 27, seega on DesignView praegu maailma suurim registreeritud disainilahenduste andmebaas.

Otsinguvahend tuli kasutusele 2012. aasta novembris sisaldades andmeid kaheksast intellektuaalomandi ametist: Portugali, Beneluxi, Eesti, Hispaania, Kreeka, Bulgaaria, Slovakkia ametist ja OHIM-ist. Sealt alates on töövahend pidevalt arenenud. 2013. aasta jooksul ühines sellega rohkem ameteid. 2014. aastal toimus suur hüpe arengus, kui lisandus 700 000 disaini Prantsuse ning 300 000 disaini Itaalia ameti andmebaasist. 2014. aasta detsembris

liitusid Korea (umbes 840 000 disaini) ja Iirimaa (umbes 2000 disaini) ametid. DesignView'st leiab praegu andmeid umbes 3,6 miljoni disaini kohta.

DesignView võimaldab teha otsinguid registreeritud disainide kohta eri andmete põhjal, andes vastuseks täielikud registriandmed: toote eri vaated, toote nimetus ning klassifikatsioon, kuupäevad, omaniku, autori ja esindaja andmed, prioriteedi andmed, registriandmed ning andmed kehtivusaja pikendamise kohta. Lisafunktsioonidena saab kasutada teavitussüsteemi, mis annab märku teatud toimingust, autori või omaniku disainiportfelli aruandeid ja statistilist funktsiooni. Otsingutulemused saab esitada PDF-formaadis või Exceli tabelina ja saata need edasi e-posti abil. On võimalik koostada kohandatud otsinguaruandeid, kus sisaldub statistiline teave ametite, klasside või muude andmete kohta.

DesignView'l on eri kasutajaid, kelle eesmärgid ei ole piiratud registreerimisvajadusega. See on oluline abivahend ideede valmimise juures, mis võimaldab kasutajatel läbi vaadata olemasolevaid disaine ja kontrollida oma idee uudsust. Seda on lihtne kasutada nii intellektuaalomandi professionaalidel kui ka vöhhikutel. Elukutselised disainerid ja uuendusmeelsed ettevötjad saavad kasutada töövahendit turutendentside uurimiseks. Tööstusdisainiöpetajatel ja öpilastel võib ka sellest kasu olla kui tasuta öppematerjalist. Turu-uuringute spetsialistid peavad vajalikuks statistilisi aruandeid, et saada teavet turutendentside ja ettevötete tegevusvaldkondade ning -ulatuse kohta. Öiguskaitseasutuste töötajad saavad seal kogu ööpäeva jooksul kontrollida registreeritud disaine, et völtkaua kergemini üles leida.

Hoolimata üksnes kaheaastasest tegutsemisajast on DesignView hästi arenenud. Selle aja jooksul on seal tehtud rohkem kui 800 000 otsingut 135 riigist. Kõige sagedasemad külastused tulevad Hispaaniast, Saksamaalt ja Ühendkuningriigist. Järgmistel aastatel arendatakse töövahendit hoogsalt edasi.

Proгноosi töövahend

Koostööfondi raames on valminud järjekordne töövahend – progноosi töövahend (*Forecasting*). See on abivahend kaubamärkide ja disainilahenduste taotluste progноoside koostamiseks. See aitab intellektuaalomandi ametitel koostada analüüse tulevikus saabuvate taotluste kohta.

Töövahend põhineb nüüdisaegsel aegridade tehnoloogial ja selle on välja töötanud töörühm, kuhu kuulusid progноosiekspertid Hispaania, Ühendkuningriigi, Ungari, Poola, Taani ning Portugali intellektuaalomandi ametitest ja EPO-st.

Töörühm tegi koostööd Madridi Polütehnilise Instituudi analüütilise ja aegridade ekspertrühmaga.

Ennustussüsteemid ei ole intellektuaalomandi valdkonnas päris uued ja seega võeti prognoosivahendi arendamisel arvesse varasemaid kogemusi. Töövahendit kasutava ameti töötajatel on võimalik sisestada vajalikke andmeid, mis võivad prognoosi tulemust mõjutada, näiteks lõivude vähendamine, seadusemuudatused vms.

Prognoosi töövahend on loodud selleks, et rahuldada liikmesriikide ametite vajadusi ja aidata ühtlustada nende töövoogu. Sellest on abi eelarve, edenduskampaaniate ning laekumiste planeerimisel. Hoolimata keerulisest sisust on töövahendit lihtne kasutada. Selle loomine võttis aega viis aastat. Tulemuseks on töövahend, mida võib kasutada igaüks, kellel on põhiteadmised kaubamärkidest või disainist. Kuna kõik arvutused teeb töövahend iseseisvalt, ei ole kasutajal vaja põhjalikke teadmisi ökonomeetriast või statistikast.

Refereeritud OHIM-i infokirjadest „European TMDN News“ 4/2014 ja „Alicante uudised“, detsember 2014, jaanuar 2015

Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-480/12

Üldkohus tegi 11. detsembril 2014 otsuse kohtuasjas nr T-480/12⁴ (The Coca-Cola Company vs. OHIM), milles käsitletakse kaubamärkide visuaalselt sarnase üldmulje olulisust ja tõendeid kaubamärgi kaubandusliku kasutamise kohta.

Asjaolud

Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) esitas 10. mail 2010 OHIM-ile allpool kujutatud ühenduse kaubamärgi taotluse selle registreerimiseks klassides 29, 30 ja 32.



The Coca-Cola Company esitas 14. oktoobril 2010 taotletava kaubamärgi registreerimise suhtes vastulause, mis tugines allpool kujutatud varasematele The Coca-Cola Company kaubamärkidele, väites, et märgid on sarnased ja nendega tähistatakse identseid ning samaliigilisi kaupu ja teenuseid klassides 30, 32, 33 ning 43.



Ühendkuningriigis registreeritud kaubamärk nr 2428468

			
Ühenduse kaubamärk nr 8792475	Ühenduse kaubamärk nr 3021086	Ühenduse kaubamärk nr 2117828	Ühenduse kaubamärk nr 2107118

OHIM-i vastulausete osakond ja apellatsioonikoda jätsid vastulause ning kaebuse rahuldamata.

Kohtuasja sisu

Hageja väitis, et OHIM-i apellatsioonikoda sulatas ekslikult ühte vastandatud kaubamärkide sarnasuse hindamise määruse nr 207/2009 (edaspidi kaubamärgimäärus) artikli 8 lõike 1 punkti b alusel ja nende kaubamärkide vahelise seose olemasolu hindamise kaubamärgimääruse artikli 8 lõike 5 alusel.

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on tegemist kaubamärgimääruse artikli 8 lõikes 5 käsitletud rikkumisega siis, kui varasema ja taotletava kaubamärgi vahel on teatav sarnasus, mille tõttu asjaomane avalikkus neid üksteisega seostab, see tähendab loob nende vahel seose, kuigi ta ei aja neid tingimata omavahel segi. Need rikkumised võivad tekkida kaubamärkide vähese sarnasuse tõttu, kui sarnasuse aste on piisav selleks, et asjaomane avalikkus neid kaubamärke seostab. Ainult juhul, kui vastandatud kaubamärgid on kas või

vähesel määral sarnased, peab kohus igakülgsest hindama, kas kaubamärkide vähesest sarnasusest hoolimata on muude asjakohaste tegurite, nagu varasema kaubamärgi üldtuntuse või maine tõttu tõenäoline, et asjaomane avalikkus ajab need kaubamärgid segi või loob nende vahel seose.

Toidukaupu müüakse tavaliselt selvekauplustes, kus klient valib kauba riulilt ise ning on valikul ajendatud rohkem üldisest kauba välimusest (pakendi ja etiketi üldmuljest). Kaubamärgi kujundelemendid on sealjuures tähtsamad kui sõnaline osa. Sellest johtuvalt on vastandatud tähiste sarnasuse hindamisel nende ühine kujutisosa, s.o esitähti c ja m pikemaks venitav allkirjale iseloomulik kaarekesekujuline „saba”, vähemalt sama oluline kui sõnaliste osade erinevus. OHIM-i apellatsioonikoda on eksinud asjaolude igakülgsest hindamisest, jättes arvesse võtmata, et mõlemad märgid on kirjutatud Spenceriani kirjastiilis ja seetõttu jätnud tuvastamata vastandatud tähiste visuaalse sarnasuse. Vastandatud tähistel on peale ilmsete visuaalsete erinevuste ka visuaalseid sarnasusi, mis tulenevad esitähti c ja m pikemaks venitavast allkirjale iseloomulikust „sabast” ning tänapäeva ärimaailmas harva kasutatavast Spenceriani kirjastiilist.

Vastandatud tähiste sarnaste ja erinevate elementide igakülgse hindamise põhjal võib järeldada, et varasem Ühendkuningriigi kaubamärk „C” on eelkõige oma lühiduse tõttu kaubamärgist „Master” erinev, kuid neli varasemat ühenduse kaubamärki „Coca-Cola” ning kaubamärk „Master” on visuaalselt vähesel määral sarnased, kuna nende sarnane visuaalne üldmulje on olulisem, kui fonetilised ja kontseptuaalsed erinevused.

Käesoleval juhul annab märkide sarnasuse kindlaks tegemiseks läbiviidav igakülgne hindamine alust järeldada, et arvestades kaubamärkide sarnasuse astet on tõenäoline, et asjaomane avalikkus loob kaubamärkide vahel seose kaubamärgimääruse artikli 8 lõike 5 tähenduses. Isegi kui vastandatud tähistes on vaid vähesel määral sarnased, on võimalik, et asjaomane avalikkus seostab neid omavahel, ning isegi kui puudub segiajamise tõenäosus, kantakse varasemate kaubamärkide kuvand ja väärtused taotletavat kaubamärki kandvatele kaupadele üle.

Apellatsioonikoda oleks seega pidanud uurima muid kaubamärgimääruse artikli 8 lõike 5 kohaldamise tingimusi. Kuna OHIM-i apellatsioonikoja otsus tühistati, tuleb apellatsioonikojal seda nüüd teha.

Tuleb meenutada, et varasema kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamine leiab muu hulgas aset, kui tuntud kaubamärki üritatakse ilmselgelt ära

kasutada. Selle võib tuvastada tavapärase loogilise järeldamise teel, võttes arvesse asjaomases kaubandussektoris levinud praktikat ja kõiki muid konkreetse juhtumi asjaolusid, sealhulgas asjaolu, et taotletava kaubamärgi omanik kasutab varasemate kaubamärkide omaniku toodetega võrreldes sarnaseid pakendeid. Nii tuleneb kohtupraktikast, et varasemate kaubamärkide eristusvõime või maine ärakasutamise ohu kindlaks tegemiseks tuleb võtta arvesse kõiki selliseid tõendeid, mis näitavad taotletava kaubamärgi omaniku tõenäolisi kavatsusi ja kaubamärgi tegelikku kaubanduslikku kasutamist.

Kohus nentis, et apellatsioonikoja otsus lahkneb kohtupraktikast ja apellatsioonikoda on eksinud tõendite hindamisel. Õiguskindluse ja hea haldustava põhimõtetest lähtudes on vaidlustamismenetluse eesmärk, et ei registreeritaks kaubamärke, mille kasutamist saab kohtus edukalt vaidlustada.

Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-297/13

Üldkohus tegi 16. oktoobril 2014 otsuse kohtuasjas T-297/13⁵ (Junited Autoglas Deutschland GmbH vs. OHIM), kus käsitletakse võõrkeelsete sõnade kirjeldavust ja sellest lähtuvat kaubamärkide segiajamise tõenäosust.

Asjaolud

Taotleja soovis registreerida ühenduse kaubamärgina sõnamärgi “United Autoglas”, kaasa arvatud klassides 12 ja 37. Määruse nr 207/2009 artikli 8 lõike 1 punkti b alusel esitati selle kaubamärgi registreerimise suhtes vastulause, mis muu hulgas põhines allpool kujutatud varasemal kaubamärgil, mis on registreeritud Poolas klassides 12, 21 ja 37.



Poolas registreeritud kaubamärk nr 170096

OHIM-i vastulausete osakond toetas vastulauset ja apellatsioonikoda jättis taotleja kaebuse rahuldamata.

Kohtuasja sisu

Üldkohus kinnitas, et vastandatud märkide puhul on olemas segiajamise tõenäosus. Märkidega tähistatavad kaubad ja teenused on identsed või samaliigilised ning on suunatud peamiselt Poola laiale üldsusele. Poolakeelne vaste saksakeelsele sõnale *glas* (klaas) on *szkto*. Kuigi paljud tarbijad Euroopa Liidus teavad inglise keele põhisõnavara (näiteks ingliskeelseid sõnu *star*, *snack* ja *food*), ei kuulu sõna *glass* sellise põhisõnavara hulka. Terminit *autoglas* ei saa tunnistada kirjeldavaks selliste Poola tarbijate jaoks, kellel puudub teatav inglise või saksa keele oskuse tase. Kuivõrd terminil *glas* ei ole asjasse puutuva üldsuse arvates tähendust, on termin *autoglas* keskmise eristusvõimega tähis.

Ingliskeelne sõna *united* (ühendatud) ei kuulu samuti elementaarse ingliskeelse sõnavara hulka. Isegi kui keskmine Poola tarbija võib ära tunda termini *united*, teades selliseid ettevõtteid nagu United Airlines või riiginime *The United States of America*, siis ei saa väita, et ta ka selle sõna tähendust mõistaks. Seega ei sisalda sõnamärk "United Autoglas" ühtegi osa, mida võiks lugeda teiste osadega võrreldes ilmselgelt rohkem eristavaks või domineerivaks.

Arvestades taotletava kaubamärgi teise poole ja varasema märgi ainukese sõnalise osa suurt sarnasust, aga ka ülejäänud osade erinevusi, kaasa arvatud varasema märgi kujutist, on märgid visuaalselt vähesel määral sarnased. Kuivõrd termini *autoglas(s)* häälendus mõlema märgi puhul on identne, siis on märgid foneetiliselt keskmisel määral sarnased. Vaatamata sellele, et keskmine Poola tarbija, kel ei ole teatavat inglise või saksa keele oskuse taset, ei seosta terminit *autoglas(s)* autodele mõeldud klaasiga, sisaldavad mõlemad märgid terminit *auto* ja võivad seostuda autode või automaatsete seadmetega. Isegi kui keskmine Poola tarbija seostab terminit *auto* üksnes autodega, nagu väitis taotleja, siis jääb alles asjaolu, et kõnealused märgid on põhimõtteliselt sarnased.

Sõna *united* taotletava märgi koosseisus ei välista võimalust, et tarbija võib tulenevalt sõnast *autoglas* arvata, et varasemast märgist on moodustatud uus variant, mis on peaaegu identne varasema märgi ainukese sõnalise osaga. Isegi asjasse puutuva üldsuse suurem tähelepanelikkus ei välista riski, et tarbija võib arvata, et taotletav kaubamärk on varasema märgi uus variant.

Üldkohtu otsuse peale on esitatud apellatsioonkaebus Euroopa Kohtusse (kohtuasi nr C-579/14 P).

Pariisi ringkonnakohtu otsus kaasuses nr 13/04545

Tribunal de grande instance de Paris' (Pariisi ringkonnakohus) tegi 18. detsembril 2014 otsuse kaasuses nr 13/04545, kus käsitletakse õigusrikkumist autoriõiguse ja ühenduse registreerimata disaini suhtes, mis põhines pildiga T-särgi disainil.

Käesoleva juhtumi hageja, ettevõtte ELEVEN, väitis, et talle kuulub isikute näoilte kujutatavate T-särkide tootesarja autoriõigus. Pildidel on need isikud asetanud väljasirutatud keskmise sõrme ülahuule kohale. Sõrme küljele tätoveeritud vuntsid asuvad seeläbi seal, kus vuntsid tavaliselt olema peaksid. Väidetava autoriõiguse rikkumise tõenduseks esitati T-särk, kus on kujutatud lauljanna Rihanna nägu ja tätoveeritud vuntsidega sõrme eelkirjeldatud asendis (edaspidi RHIA T-särk). T-särk oli väidetavalt osa ELEVEN-i 2010/2011 sügis- ja talverõivaste kollektsioonist.



RHIA T-särk (kujutis Darts-IP andmebaasist)

2013. aasta veebruaris õnnestus hagejal arestida 37 RHIA T-särki, mis kuulusid kostjale HK & CITY. Hageja esitas hagi autoriõiguse ja ühenduse registreerimata disaini õiguse rikkumise ning ebaausa konkurentsi alusel.

Kostja HK & CITY ei vaielnud küsimuse üle, et kellele kuuluvad autoriõigus ja õigus disainile, kuid väitis, et T-särk ei ole originaalne ning seega autoriõigus ei saa üldse kehtida. HK & CITY väitel on väidetav autoriõigusega kaitstud teos üksnes koopia sõrmele tätoveeritud vuntside fotost, mis on asetatud laul-

janna Rihanna portreele. Selline tegevus ei moodusta loomingulist panust, mis on vajalik autoriõiguse tekkimiseks.

Hageja väitis, et särgil kujutatud isiku valik, vuntside kuju ja asetus ning keskmise sõrme asend peegeldavad autori isikupärast valikut ning esteetilist eelistust. Ühenduse registreerimata disaini õiguste kohta väitis hageja, et HK & CITY ei üritanud end selle väidetava õigusrikkumise eest kaitsta ning seega on hageja õigus kehtiv.

Kohus asus järgnevatele seisukohtadele.

- Vastavalt Prantsusmaa intellektuaalomandi seadusele antakse autoriõigus iga teose autorile ainult selle teose loomise tõttu, olenemata sellest, milline on teose vorm, millisel moel on seda väljendatud või milline on tema väärtus. Autoriõigus on rakendatav kõigi isikute vastu. Autoriõiguse alla kuuluvad intellektuaalsed, moraalsed ja majanduslikud tunnused. Kohtu otsuse kohaselt moodustavad särgil kujutatud isiku valik ja vuntside kuju ning asetus sõrmel kombinatsiooni ning kindla asetuse, mis on ülemaailmselt tunnustatud (nagu näitas hageja läbi viidud uuring) andes tootele spetsiifilise iseloomu. Selles väljendub autori loominguline panus ja isikupära. Seetõttu võib hageja tugineda autoriõiguse rikkumisele.

- Ühenduse registreerimata disaini kaitsest osa saamiseks ei tohi ükski varasem disain, mis jätab informeeritud kasutajale sama üldmulje vähemalt ühe põhielemendi suhtes, olla asjaomase sektori ringkonnas mõistliku ootuse kohaselt teatavaks saanud. Antud juhul on informeeritud kasutajaks rõivaste tarbijad. Eespool kirjeldatud varasema disaini olemasolu tõestamise kohustus lasub kostjal, kes ei esitanud varasemaid näiteid ning seega loeti disain uueks. Eristatavuse osas on RHIA T-särgi kujutise kirjeldusest selge, et langevad valikud (nimelt särgil kujutatud isik, vuntside kuju ja asetus sõrmel) moodustavad kombinatsiooni, mis tõestab eristatavust. Nagu tõestas eelnimetatud uuring, võimaldab eristatavus informeeritud kasutajal eristada toodet sarnase iseloomuga toodetest, neid otseselt võrdlemata. Toodet turustati märkimisväärsel osal Euroopa Liidu territooriumist, nimelt Prantsusmaal. Seega vastab RHIA T-särk Euroopa disainiõiguse nõuetele ning on ühenduse registreerimata disainina kaitstav.

- Kuna kostja HK & CITY ei eitanud, et müüdnud T-särgid olid RHIA T-särgi otsesed koopiad, tuvastati autoriõiguse rikkumine.

- Lisaväide ebaausa konkurentsi kohta ei ole otsuse seisukohast oluline.

- Õigusrikkumine kahel alusel (autoriõigus ning ühenduse registreerimata disain) ei toonud kaasa kahjude mitmekordistamist, kuna kahju tekitamine leidis aset vaid ühe korra, olenemata sellest, kumba õigust rikuti. Kuna täpset kahjusummat ei õnnestunud välja selgitada, otsustas kohus, et hagejal ELEVEN on õigus 50 000 eurole kahjutasule, mis tekitati talle autoriõiguse ning ühenduse registreerimata disaini õiguse rikkumisega.

OHIM-i infokiri „Alicante uudised“, jaanuar 2015

-
- ¹ Orbeoste andmebaas: <https://oami.europa.eu/orphanworks/>
 - ² Nõukogu määrus (EÜ) nr 207/2009, 26. veebruar 2009, ühenduse kaubamärgi kohta: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:078:0001:0042:ET:PDF>
 - ³ DesignView on kättesaadav Patendiameti veebilehel: <http://www.epa.ee/koostoo-ohim-iga/euroopa-kaubamargi-ja-disaini-vorgustik>
 - ⁴ Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-480/12: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=et&jur=C,T,F&num=T-480/12&td=ALL>
 - ⁵ Üldkohtu otsus kohtuasjas nr T-297/13: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=T-297/13&language=et>



OHIM
Office for Harmonization in the Internal Market
Avenida de Europa 4
E-03008 Alicante, SPAIN
Fax +34 96 513 1344

Tasuta konsultatsioonid:
e-post information@oami.europa.eu
tel +34 96 513 9100



PATENDIAMET

Patendiamet
Toompuiestee 7
15041 Tallinn

Tasuta konsultatsioonid:
e-post kaubamark@epa.ee
tel 627 7937
e-post disain@epa.ee
tel 627 7926