

MAJANDUS- JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 945- o

Tallinnas, 30. juunil 2008. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Edith Sassian (eesistuja), Kirli Ausmees ja Tanel Kalmet, vaatas kirjalikus menetluses läbi kodumaise juriidilise isiku AS Tallegg, Loo alevik, Jõelähtme vald, Harjumaa 74201 vaidlustusavalduse kaubamärgi PESAMUNA (taotlus nr M200401774) registreerimise kohta OÜ Arktik nimele klassis 29.

Asjaolud ja menetluse käik

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või apellatsioonikomisjon) laekus 02.01.2006 AS-lt Tallegg (edaspidi vaidlustaja) vaidlustusavaldus kaubamärgi PESAMUNA registreerimise kohta OÜ Arktik (edaspidi taotleja) nimele klassis 29. Vaidlustusavalduse esitas patendivolinik Villu Pavelts.

Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 945 all ja eelmenetlejaks määrati Edith Sassian.

Vaidlustusavalduse objektiks on Patendiameti 29.09.2005. a otsus nr 7/M200401774 kaubamärgi PESAMUNA registreerimise kohta OÜ Arktik nimele klassis 29.

Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult:

01.11.2005 Eesti Kaubamärgilehes nr 11/2005 avaldatud teate kohaselt on Patendiamet teinud otsuse registreerida taotleja nimele kaubamärk PESAMUNA klassis 29 järgmiste kaupade osas: liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; munad, piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad (Lisa 1).

Vaidlustajale kuulub identne üldtuntud kaubamärk PESAMUNA, mida on Eestis laialdaselt kasutatud järgmise kauba tähistamisel: klass 29 - munad.

Vaidlustaja on seisukohal, et taotlejal puudub õigus saada Eestis õiguskaitse kaubamärgile PESAMUNA, kuna nimetatud kaubamärgi osas esinevad nii absoluutsed kui ka suhtelised õiguskaitse andmist välistavad asjaolud.

Vastavalt kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 9 lg 1 p 10 ei saa õiguskaitset tähis, mille taotluse on registreerimist taotlev isik esitanud pahauskselt.

Kaubamärgiseadus ei anna mingeid kriteeriumeid, mille põhjal tuleks kindlaks teha registreerimistaotluse esitaja pahausksus. Seepärast tuleb määratlemata õigusmõiste – pahausksus registreerimistaotluse esitamisel – sisustamisel lähtuda kaubamärgi funktsioonist ning seaduses sätestatud kaubamärgi registreerimise eesmärgist. KaMS § 3 kohaselt on kaubamärk tähis, mis võimaldab eristada ühe isiku kaupa või teenust teise isiku samaliigilisest kaubast või teenusest. KaMS § 14 lg 1 kohaselt on kaubamärgiomanikul ainuõigus keelata kolmandatel isikutel äritegevuses õiguskaitse saanud kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed kaupade või teenustega, mille suhtes on kaubamärk kaitstud ning samuti valdavale enamusele Eesti elanikkonnast tuntud õiguskaitse saanud kaubamärgiga identseid või sarnaseid tähiseid, millega tähistatakse teist liiki kaupu või teenuseid, kui tähisega võib ebaausalt ära kasutada või kahjustada kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet.

Eeltoodust teeb vaidlustaja järelduse, et pahauskselt on esitatud selline registreerimistaotlus, mille esitaja teadis teisele isikule kuuluvast identsest või äravahetamiseni sarnasest

varasemast kaubamärgist ning taotlus on esitatud eesmärgiga saada enda omandusse teise isiku poolt välja töötatud ja kasutusel olev kaubamärk selleks, et ebaausalt ära kasutada või kahjustada kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet.

Taotleja esitas kaubamärgi PESAMUNA taotluse 17.12.2004. Kaubamärgitaotleja veebileheküljelt nähtuvalt tegutseb taotleja alates 1999. aastast impordi- ja hulgimüügi valdkonnas. Taotleja toodetevalikusse kuuluvad muuhulgas broileriliha, kalkuniliha, muu linnuliha ning muna ja munatooted. 2004 aastal tuli taotleja turule munabrändiga "Kuldmunad". Taotleja veebileheküljelt nähtuvalt oli tema 2004. aasta käive 80 mln krooni ning 2005. aasta lõpuks plaanitakse käibekasvu kuni 120 mln-i kroonini (vt Lisa 2).

Toodust nähtuvalt ei ole kahtlust selles, et taotleja ning tema töötajad on oma ala professionaalid, kes tegutsevad oma toodete turustamise osas samas tegevusvaldkonnas vaidlustajaga. OÜ Arktik ja AS Tallegg on seega turul konkureerivatel positsioonidel. Vastavas valdkonnas tegutsev, mõistlikult informeeritud, ettevaatlik ja tähelepanelik professionaal teab kaheldamatult nii oma suuremaid konkurente, nende toodetevalikuid kui ka juba aastaid turul kasutatavaid tootenimesid ning kaubamärke.

Vaidlustaja on seisukohal, et vaidlustatava kaubamärgiga PESAMUNA vaidlustaja identne tähis saavutas läbi ulatusliku kasutamise üldtuntuse enne vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva 17.12.2004. 17.12.2004 teadis ka Eesti keskmine tarbija (rääkimata turul tegutsevatest professionaalidest) vaidlustaja poolt kasutatavat kaubamärki PESAMUNA ning seostas nimetatud tähist just vaidlustajaga.

Fakti, et 17.12.2004 pidi taotleja olema teadlik vaidlustaja üldtuntud kaubamärgist PESAMUNA, kinnitab kaudselt ka asjaolu, et taotleja juures töötab vaidlustaja endine juhatuse liige Kai Rimmel. Kai Rimmel töötas AS-is Tallegg alates 01.03.1993 (muuhulgas munalao juhatajana). Ajavahemikus 25.03.1996 kuni 18.03.2003 kuulus Kai Rimmel vaidlustaja juhatusse ning täitis müügidirektori ülesandeid. Nähtuvalt taotleja veebilehekülje andmetest, kuulub Kai Rimmel täna OÜ Arktik juhtkonda (vt Lisad 2, 5 ja 10).

Lisaks eeltoodule on taotleja olnud vaidlustajaga ka otsustes ärisuhetes. Seda kinnitavad vaidlustusavaldusele lisatud ära kirjad AS Tallegg arvetest nr 11001448 (06.01.2004); 11022915 (28.01.2004) ja 11197812 (27.07.2004), mis on edastatud OÜ-le Arktik tellitud kauba eest tasumiseks (vt Lisa 3).

Vaidlustaja leiab, et toodud asjaoludest nähtuvalt pidi mõistlikult informeeritud ja tähelepanelik OÜ Arktik juhtkond olema 17.12.2004 kaubamärgitaotluse esitamisel teadlik turul konkureeriva ettevõtte AS Tallegg varasematest õigustest üldtuntud kaubamärgile PESAMUNA.

Vaatamata selle esitas taotleja 17.12.2004 taotluse identse kaubamärgi registreerimiseks enese nimele identsete ja samaliigiliste toodete osas. Allpool esitatust nähtuvalt oli vaidlustajale kuuluv varasem kaubamärk PESAMUNA saavutanud nimetatud ajahetkeks läbi pikaajalise kasutamise ning suuremahuliste investeeringute üldtuntuse ja hea maine Eesti tarbijate hulgas just vaidlustajale kuuluva kaubamärgina. Lisaks sellele on kaubamärgi PESAMUNA näol, tulenevalt selle ebatavalisest kontseptuaalsest tähendusest ning sõnademängust vaadeldavate kaupade osas, tegemist olemuslikult märkimisväärselt tugeva eristusvõimega kaubamärgiga. Seetõttu, arvestades ka Euroopa Liidu laienemisest tingitud oluliselt suurenenud konkurentsipurvet Eestis toiduaineid turustavatele ettevõtetele, on kaubamärgi PESAMUNA maine ja eristusvõime teiste turuosaliste poolt ära kasutamiseks äärmiselt atraktiivsed ning puudub igasugune alus eeldada, et taotleja on esitanud käesolevas asjas vaidlustatud kaubamärgitaotluse mõnel muul eesmärgil.

Toodust nähtuvalt on vaidlustatava kaubamärgi PESAMUNA taotluse osas täidetud mõlemad kaubamärgitaotluse pahauskuse eeldused - taotleja oli teadlik varasemast kaubamärgist ning ta esitas taotluse sooviga ebaausalt ära kasutada kaubamärgi PESAMUNA omandatud mainet ja eristusvõimet vastavas turundussektoris. Seetõttu on vaidlustatava kaubamärgi PESAMUNA registreerimine taotleja nimele vastuolus KaMS § 9 lg 1 p 10 sätestatuga.

Vastavalt KaMS § 10 lg 1 p 1 ei saa õiguskaitsset tähis, mis on identne varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitsese identsete kaupade või teenuste tähistamiseks.

KaMS § 5 lg 1 p 1 kohaselt saab õiguskaitsese kaubamärk, mis on üldtuntud Eestis tööstusomandi kaitsese Pariisi konventsiooni artikli 6bis tähenduses. KaMS § 7 lg 2 kohaselt loeb apellatsioonikomisjon kaubamärgi üldtuntuks seoses Patendiameti otsuse peale esitatud kaebuse või kaubamärgi kaitsesalase vaidlustusavalduse lahendamiseks.

Vaidlustaja eelkäija Tallinna Linnuvabrik alustas tegevust 1956. aastal. Esimesel tegevusaastal toodeti 24 000 muna ja 7,4 tonni linnuliha. 1957. aastal oli toodang juba 1,148 miljonit muna ning 32,3 tonni linnuliha. 1968. aastaks oli toodang kasvanud 42,2 miljoni munani. 1991. aastal toodeti kokku juba 211 miljonit muna ja 1891 tonni liha (vt Lisa nr 4).

11.02.1993 asutati AS Tallegg. 1999. aastal omandas Euroopa Rekonstruktsiooni- ja Arengupank läbi täiendava aktsiaemissiooni 41,4% AS Talleggi aktsiatest. Aktsiaemissioonist saadud raha suunati täielikult uutesse investeeringutesse, mille eesmärgiks oli tootmise efektiivsuse ja toodangu kvaliteedi ning konkurentsivõime tõstmine. Viimaste aastate investeeringute suurus ulatub sadadesse miljonitesse kroonidesse. Ettevõtte kasum oli 2003. aasta seisuga kasvanud ligi seitse korda, kusjuures müügi osatähtsus eksportturgudel oli kasvanud 35%-le. Juba aastaid on AS Tallegg kuulunud Eesti toiduainetööstuse ettevõtete etteotsa, kuuludes kolmel aastal ka Äripäeva Toiduainetööstuse TOP 100-s kolme esimese hulka (vt Lisad 4 ja 5).

Vaidlustaja tegeleb linnuliha- ja munade tootmisega. Vaidlustaja munatoodang on jagatud munade suuruse järgi nelja erinevasse tootegrupi- PESAMUNAD suurusega S (alla 53 g); PEREMUNAD suurusega M (53-63 g); SUURED MUNAD suurustega L (63-73 g) ja HIIDMUNAD suurusega XL (üle 73 g) (vt Lisa 6). Nendest kolm esimest tootegrupi on olnud turul alates 1999. aastast. Munad on pakendatud kas 6 või 10 kaupa karpidesse ning nii munakarpide kaantele kui ka külgedele on suurelt kirjutatud vastava tootegrupi nimi. Kolm esimest tootegrupi moodustavad ühtse, traditsioonilise tooteperekonna, millele viitab asjaolu, et nende toodete karpide kaante sisekülgedele on kantud selgitused kõikide vastavasse tooteperekonda kuuluvate tootegruppide kohta alljärgnevalt:

Talleggi Pesamunad

Noore ja püüdliku kana munad. Suurustelt teistest veidi väiksemad, kuid see-eest maitsvad.

Talleggi Peremunad

Ostjate lemmikud. Täpselt paraja suurusega kanamunad, mis sobivad hästi igapäevaseks toiduvalmistamiseks.

Talleggi Suured munad

Eeskujuliku suurusega munad, mille üle tunneks uhkust iga endast lugupidav kana.

Ei ole kahtlust selles, et nimetatud humoorikas ja ebatraditsiooniline tootegruppide kirjeldus köidab tarbijate tähelepanu ning seob tarbijate silmis kõik nimetatud tootegrupid ühelt tootjalt pärinevasse, ühtsesse tooteperekonda. Seega tutvustavad vaidlustaja tootegruppide PESAMUNAD; PEREMUNAD ja SUURED MUNAD pakendid samaaegselt kõiki nimetatud tooteperekonda kuuluvate tootegruppide nimetusi, kusjuures tootegrupi PESAMUNAD nimetus on kõikide pakendite puhul esikohal (vt Lisa 7).

Statistika kohaselt (vt Lisa 8) on vaidlustaja turustanud nimetatud tooteperekonda kuuluvaid mune aastate lõikes (PESAMUNAD'e ja PEREMUNAD'e osas) alljärgnevas koguses (antud on karpide e üksikute pakendite arv):

1999	5 836 649 karpi
2000	8 629 802 karpi
2001	15 277 234 karpi
2002	17 889 520 karpi

2003	18 653 040 karpi
2004	16 955 280 karpi

Toodust nähtuvalt oli vaidlustaja vaidlustatava kaubamärgi PESAMUNA taotluse esitamise ajahetkeks 17.12.2004 turustanud juba vähemalt 83, 2 mln toodet, mille pakendile oli kantud tootenimi PESAMUNA või nimetatud tootegrupi kirjeldus (mis samuti sisaldab nime PESAMUNA). Eesti Statistikaameti andmetel elas Eestis 24.05.2002 seisuga 379 592 leibkonda (vt Lisa 9). Seega on iga Eesti leibkond ostanud keskmiselt 37 vaidlustaja toodet aastas, mille pakendile on kirjutatud sõna PESAMUNA.

Arvestades kaubamärgi PESAMUNA aastatepikkust, laiaulatuslikku kasutamist vaid vaidlustaja poolt ning nimetatud tähise tugevat kontseptuaalset eristusvõimet ja sellest tulenevat suurt tõenäosust, et vaadeldav tähis on tarbijatele hästi meelde jääv, on kaubamärk PESAMUNA saavutanud vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise ajahetkeks 17.12.2004 Eesti tarbijate hulgas üldtuntuse kui AS Tallegg tooteid identifitseeriv tähis.

Vaidlustusavalduse lisadest 1 ja 6 nähtuvalt on käesolevas asjas vaidlustatud sõnamärk PESAMUNA sisuliselt identne vaidlustajale kuuluva üldtuntud sõnamärgiga PESAMUNA. Ülaltoodust nähtuvalt on vaidlustajale kuuluv varasem kaubamärk saavutanud üldtuntuse toodete osas, mis on otseselt nimetatud ka vaidlustatava kaubamärgi kaupade loetelus. Seega esineb vaidlustatava kaubamärgi PESAMUNA osas KaMS § 10 lg 1 p 1 sätestatud suhteline kaubamärgile õiguskaitse andmist välistav asjaolu.

Vastavalt KaMS § 10 lg 1 p 2 ei saa õiguskaitset tähis, mis on sarnane varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete või samaliigiliste kaupade tähistamiseks, kui on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

KaMS § 5 lg 1 p 1 kohaselt saab õiguskaitse kaubamärk, mis on üldtuntud Eestis tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni artikli 6bis tähenduses. Ülaltoodust nähtuvalt oli vaidlustajale kuuluv kaubamärk PESAMUNA saavutanud vaidlustatud kaubamärgi taotluse esitamise kuupäevaks 17.12.2004 Eesti tarbijate hulgas üldtuntuse. Nimetatud varasem, vaidlustajale kuuluv üldtuntud kaubamärk on nii foneetilisest, visuaalsest kui ka kontseptuaalsest aspektist identne käesolevas asjas vaidlustatava kaubamärgiga. Seetõttu ei tule käesolevas asjas vastandatavate kaubamärkide sarnasuste analüüsil pikemalt peatuda.

Kaupade loetelude sarnasuste hindamisel tuleb arvesse võtta kõik nende kaupadega seonduvad asjakohased faktorid. Nimetatud faktoriteks on muuhulgas kaupade olemus, lõppkasutajad, kasutamise meetodid, asjaolu kas kaubad on turul omavahel võistlevatel positsioonidel või üksteist täiendavad (vt Euroopa Kohtu 29.09.1998 otsus kohtuasjas C-39/97 CANON, punkt 23).

Vaidlustatavat kaubamärki taotletakse varasema tähise identsete kaupade kõrval ka järgmiste klassi 29 kuuluvate kaupade tähistamiseks: *liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad*. Vastandatav varasem kaubamärk on saavutanud üldtuntuse klassi 29 kuuluva kauba *munad*¹ tähistamisel.

Olemuslikult on kõik võrreldavad kaubad toidukaubad. Kõik nimetatud kaubad kuuluvad klassi 29 ning nad on suunatud igapäevasele tarbimisele. Vaadeldavaid kaupu müüakse samades kauplustes, sageli kõrvuti paiknevatest külmllettidest. Neid kasutatakse sarnaselt toiduvalmistamisel ning asjaomase tarbijate sektori moodustab Eesti tavatarbija. Võrreldavad kaubad on tavatarbija silmis üksteist täiendavad.

Toodust nähtuvalt on liha, piim ning toidurasvad KaMS § 10 lg 1 p 2 mõistes samaliigilised munadega.

Kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb ühe olulise aspektina arvestada põhimõttega, et märkide sarnasus ning kaupade ja teenuste sarnasus on omavahelises vastastikususes seoses selliselt, et mida sarnasemad on võrreldavate kaubamärkide kaubad, seda erinevamad peavad olema need kaubamärgid ning vastupidi (vt. ka Euroopa Kohtu 29.09.1998 otsus kohtuasjas C-39/97 CANON, punkt 17). Käesolevas asjas vastandatavad

kaubamärgid on teineteisega identsed. Nimetatud tähiste kaupade loetelud on identsed ja samaliigilised.

Lisaks sellele on keskmisel tarbijal harva võimalus võrrelda erinevaid kaubamärke vahetult ning igapäevaste toidukaupade ostmisel ei ole tarbijate tähelepanelikkuse aste tavapärasest kõrgem. Seega tugineb tarbijate võrdlus kaubamärkide osas üldjuhul neile meelde jäänud ebatüüpilikele kujutuspiltidele varem nähtud kaubamärkidest (vt. Euroopa Kohtu 22.06.1999 otsus kohtuasjas C-342/97 LLOYD SCHUHFABRIK MEYER, punkt 26). Kuna Eesti keskmine tarbija teab, et vaidlustaja on juba aastaid tootnud ja turustanud mune hästi meelde jääva ja tugeva eristusvõimega tähise PESAMUNA all, siis esineb reaalne oht, et kui identset tähist hakatakse kasutama väga lähedastel, so samaliigilistel kaupadel, usub tarbija ekslikult, et ka need tooted on toodetud vaidlustaja või temaga seotud ettevõtete poolt. Nimetatu on seda enam tõenäoline, et ka realselt turustab vaidlustaja mitmeid vaidlustatava kaubamärgi kaupade loetelus sisalduvaid kaupu. Kuna tarbijate tähelepanelikkuse astet ei saa pidada igapäevaste toidukaupade ostmisel tavapärasest kõrgemaks, eksisteerib reaalne oht, et tarbijad vahetavad vastandatavate, identsete kaubamärkidega tähistatud identsed ja samaliigilised tooted omavahel ära või ekslikult seostavad neid omavahel.

Seega esineb vaidlustatava kaubamärgi PESAMUNA osas KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud suhteline kaubamärgile õiguskaitse andmist välistav asjaolu.

Vaidlustaja palub Patendiameti otsus tühistada ja kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele oli lisatud:

1) Väljavõte Eesti Kaubamärgilehest nr 11/2005 tähise PESAMUNA registreerimisotsuse avaldamise kohta; 2) väljatrükk OÜ Arktik veebileheküljelt; 3) ära kirjad AS Tallegg arvetest nr 11001448, 11022915 ja 11197812; 4) väljatrükk AS Tallegg veebileheküljelt; 5) väljavõte AS Tallegg faktiraportist; 6) ära kiri AS Tallegg brošüürist; 7) AS Tallegg pakendite SUURED MUNAD; PEREMUNAD ja PESAMUNAD näidised; 8) AS Tallegg munade müügimahtude tabel; 9) väljatrükk Eesti Statistikaameti andmebaasist; 10) Eesti Päevaleht Online väljatrükid.

13.04.2006. a esitas taotleja vaidlustusavaldusele vastuse. Taotleja vaidles vaidlustusavaldusele vastu.

Taotleja alustas oma tegevust 1999.a külmutatud liha ja lihasaaduste impordi- ja hulgimüügifirma. Praeguseks on äriühingu tootevalik tunduvalt laienenud, hõlmates juustusid, kala, mune, külmutatud juurvilju, toiduõli, jäätist jne. Alates 2004. a on äriühing turustanud erinevaid tooteid oma kaubamärkide all.

Seoses tootevaliku laiendamisega ning otsusega turustada kaupu oma kaubamärkide all, pöördus taotleja reklaamifirma Muuv Marketing OÜ poole sooviga saada munade turustamiseks sobilikke kaubamärke. Muuv Marketing OÜ saatis 2. detsembril 2004. a loetelu kaubamärkidest, mida võiks kaaluda munade tähistamisel (Lisa 2). Sellest loetelust otsustati kasutusele võtta ja ära registreerida kaubamärgid "PESAMUNA" (vaidlustusavalduse lisa 1), "KOOGEEL-MOOGEL" (Lisa 3) ja "Koks" (Lisa 4).

Taotleja esitas taotluse kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimiseks 17. detsembril 2004. a Patendiameti otsus kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimise kohta avaldati Eesti Kaubamärgilehes nr 11/2005.

OÜ Arktik müügidirektor Kai Rimmel, kes ajavahemikul 1996-2003 kuulus vaidlustaja juhatusse, ei ole kunagi kuulunud OÜ Arktik juhatusse erinevalt vaidlustaja poolt väidetust (Lisa 5). Vaidlustusavalduse lisa 2 toodud väljatrükk taotleja koduleheküljest on tehtud 27.12.2005 ning kajastab OÜ Arktik töötajaskonda selle kuupäeva, mitte taotluse esitamise kuupäeva 17.12.2004 seisuga.

Kuivõrd taotleja ei tegele ise tootmisega, vaid üksnes toidukaupade turustamisega, siis on tal kokkupuuteid paljude tootjatega. Vaidlustusavalduse lisa 3 toodud arvetest nähtub, et taotleja on 2004. a ostnud vaidlustajalt import poolkoiba (arve nr 11001448), külmutatud broilerifileed ja Talleggi plastkaste (arve nr 11022915) ning külmutatud broilerifileed (arve nr 1197812). Eeltoodust tulenevalt ei olnud taotleja kokkupuude vaidlustajaga seotud munadega ega vaidlustaja munatoodete turustamisega. Eeltoodust tulenevalt puudus taotlejal võimalus saada teadlikuks tähise "PESAMUNA" kasutamisest vaidlustaja poolt läbi otsese kontakti vaidlustajaga.

Samuti tuleb silmas pidada, et vaidlustaja enda poolt esitatud andmete kohaselt on tähise "PESAMUNA" all turustatud munade kogus väike ja seega hulgimüügifirmad, kellel puudus kontakt vaidlustajaga seoses munadega, ei pruukinud üldse olla teadlikud selliselt tähistatud munadest Eesti turul. Vaidlustusavaldusele lisatud materjalidest (vaidlustusavalduse lisa 8) nähtub, et "Pesamuna" nimetuse all on turustatud:

1999. a 345 kasti (329412 muna), mis on 3,8% kogutoodangust

2000. a 713 kasti (256978 muna), mis on 2% kogutoodangust

2001. a 571 kasti (205494 muna), mis on 1,03% kogutoodangust

2002. a 477 kasti (161010 muna), mis on 0,74 % kogutoodangust

2003. a 0 kasti (0 muna)

Vaidlustusavalduse lisa 10 toodud 11. aprilli 2001. a Eesti Päevalehe artikli kohaselt müüs vaidlustaja 2001. a keskel läbi 300 000 muna päevas, mistõttu nimetuse "Pesamuna" all turustatavad munad moodustavad ainuüksi vaidlustaja enda munatoodangust äärmiselt väikese osa, rääkimata siis kogu turu osast.

Vaidlustusavalduse lisa 6 toodud pakendinäidiste kohaselt ei ole vaidlustaja kasutanud tähist "Pesamuna" üheaegselt nimetustega "PEREMUNA" ja "SUURED MUNAD" toote väliskaanel. Asjaolu, et vaidlustaja on tootepakendi sisekaanel kasutanud teksti sees tähist "pesamuna", annab märku sellest, et seda tähist ei kasutata selle toote peal kaubamärgifunktsioonis (ühe tootja kauba eristamiseks teise tootja kaubast), kuna tarbija ei näe seda ostuotsuse tegemisel ning ta ostab munad ikkagi pakendil olevast tähisest lähtuvalt. Eeltoodust tulenevalt ei ole objektiivne arvata tähise "PESAMUNA" all müüdud munade hulka ka kaubamärkide "PEREMUNA" ja "SUURED MUNAD" all turustatud mune.

Vaidlustaja on leidnud, et kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimine taotleja nimele klassis 29 on vastuolus KaMS § 9 lg 1 punktiga 10 ja § 10 lg 1 punktidega 1 ja 2.

Kõnealuse kaubamärgi "PESAMUNA" pakkus taotlejale välja reklaamifirma, kelle poole nad pöördusid sobilike kaubamärkide välja töötamiseks.

Sõna "PESAMUNA" puhul on tegemist tavakeeles olemasoleva sõnaga, mida valdavalt kasutatakse ülekantud tähenduses (s.t perekonna noorim laps). Samas võivad mitmed isikud üheaegselt tulla mõttele kasutada olemasolevat sõna tema otseses tähenduses (s.t munade tähistamiseks). Tegemist ei ole kunstsõnaga, mille peale tõenäoliselt mitu isikut üheaegselt ei tule.

Arvestades asjaolu, et vaidlustaja munade "PESAMUNA" osakaal vaidlustaja enda toodangu hulgas oli läbi aastate nii väike ning 2003. a (kaubamärgi väljatöötamisele eelnenud aastal) ei kasutanud vaidlustaja tähist "PESAMUNA" üldse munade tähistamiseks, on tõenäoline, et reklaamibüroo ega taotleja ei teadnud ega pidanudki teadma sellise tähise olemasolust või kasutamisest.

Vaidlustusavalduse materjalidest nähtuvalt ei ole taotlejal olnud kokkupuudet vaidlustajaga seoses munadega või vaidlustaja munatoodete turustamisega, mistõttu puudus kaubamärgitaotlejal võimalus saada teadlikuks vaidlustaja tähisest "PESAMUNA" läbi otseste kontaktide.

Seega puuduvad KaMS § 9 lg 1 p 10 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud ning alus kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimisest keeldumiseks klassis 29.

Vaidlustaja on leidnud, et tähis "PESAMUNA" oli 17.12.2004 Eestis üldtuntud kui AS Tallegg kaubamärk ning see tähis oli üldtuntuse omandanud seoses munade tähistamisega. KaMS § 7 lg 3 kohaselt arvestatakse üldtuntuse tunnistamisel muu hulgas kaubamärgi:

- 1) tuntuse astet Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas äriktoris;
- 2) kasutamise ja tutvustamise kestust ja ulatust ning kaubamärgi geograafilist levikut;
- 3) registreerimist, kasutamist ja üldtuntust teistes riikides;
- 4) hinnangulist väärtust.

Vaidlustusavaldusele ei ole lisatud materjale, millest võiks järeldada tähise "PESAMUNA" kõrget tuntuse astet seisuga 17.12.2004 tarbijate sektoris, jaotusvõrgus tegutsevas sektoris või äriktoris.

Pigem viitavad tähisega "PESAMUNA" varustatud munade müügi mahud sellele, et tegemist ei olnud tarbijatele, jaotusvõrgus tegutsevatele isikutele ega ka vastavale äriktorile teada oleva kaubamärgiga.

Tähisega "PESAMUNA" tähistatud munade osakaal Talleggi enda kogutoodangust on olnud 1999. a 3,8%, 2000. a 2%, 2001. a 1,03%, 2002. a 0,74%, 2003. a 0%. Seega on tähisega "PESAMUNA" tähistatud munade osakaal olnud vaidlustaja enda kogutoodangust läbi aastate äärmiselt väike. Vaidlustaja ei ole esitanud andmeid munade turu kogumahu kohta, kuid arvestades asjaoluga, et Eestis turustatakse ka teiste tootjate mune, on Talleggi "PESAMUNA" munade osakaal kogu turu suhtes veelgi väiksem.

Seejuures tuleb silmas pidada, et vaidlustusavaldusele lisatud materjalidest ei nähtu kas, kui palju ning kuhu kõnealuse tähisega varustatud mune müüdi ja kas neid üldse müüdi. Vaidlustusavalduse lisad 4 ja 5 võivad olla asjakohased tähise "Tallegg" tuntuse tõendamisel, kuid mitte konkreetse toote tähise "PESAMUNA" üldtuntuse tõendamisel, kuna käsitlevad ettevõtte kui terviku arengut ja suurust.

Eeltoodust tulenevalt puuduvad mistahes asjaolud, mis viitaksid kaubamärgi "PESAMUNA" üldtuntusele seisuga 17.12.2004.

Seega puuduvad KaMS § 10 lg 1 p 1 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud ning alus kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimisest keeldumiseks munade osas.

Vaidlustaja on leidnud, et ülejäänud taotletavad kaubad - liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad - on samaliigilised munadega, mille tähistamisega seoses kaubamärk "PESAMUNA" üldtuntuse omandas.

Taotleja on oma vastuväiteid kaubamärgi "PESAMUNA" üldtuntuse kohta seisuga 17.12.2004. põhjalikult käsitlenud eespool. Samas välistab üldtuntuse puudumine automaatselt KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamise.

Eeltoodust tulenevalt puuduvad KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitset välistavad asjaolud ka ülejäänud kaupade - liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad - osas ning puudub alus kaubamärgi "PESAMUNA" registreerimisest keeldumiseks.

Taotleja palub jätta vaidlustusavalduse rahuldamata.

14.aprillil 2008.a. esitas vaidlustaja lõplikud seisukohad. Ta jäi varem esitatud väidete juurde. Käesolevas vaidluses esinevad nii kui ka suhtelised õiguskaitse andmist välistavad asjaolud (KaMS § 9 lg 1 p-s 10 ja § 10 lg 1 p-des 1 ja 2) Käesolevas asjas vastandatavad kaubamärgid on identsed, kaubad identsed ja samaliigilised ning taotlus vaidlustatava kaubamärgi registreerimiseks on esitatud pahauskselt.

Taotleja esitas lõplikud seisukohad 15. mail 2008. a, ta jäi varem esitatud seisukohtade juurde. Taotleja leidis, et taotleja pahausksus ega vaidlustaja kaubamärgi üldtuntus ei ole tõendatud.

Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas 6. juunil 2008. a.

Komisjoni seisukohad ja otsus

Komisjon, tutvunud menetlusosalise seisukohtadega ning hinnanud esitatud tõendeid kogumis, leiab, et vaidlustusavaldus kuulub rahuldamisele.

Taotleja esitas Patendiametile taotluse kaubamärgi PESAMUNA registreerimiseks 17. detsembril 2004. a. klassis 29 - *liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; munad, piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad*. Patendiameti registreerimise otsus on tehtud 29. septembril 2005. a. ja kaubamärk on avaldatud 01.11.2005. a Kaubamärgilehes nr 11/2005.

Vaidlustaja leiab, et võttis kaubamärgi PESAMUNA kasutusele 1999. aastal ja taotleja poolt kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise päeva seisuga (17.12.2004) oli tema kaubamärk üldtuntud ning vaidlustatud kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 1 ja § 10 lg 1 p 2. Samuti leiab vaidlustaja, et kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 9 lg 1 p 10.

KaMS § 10 lg 1 p 1 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne varasema kaubamärgiga, mis on saanud õiguskaitse identsete kaupade või teenuste tähistamiseks.

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 § 5 lg 1 p 1 kohaselt saab õiguskaitse kaubamärk, mis on üldtuntud Eestis tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni (RT II 1994, 4/5, 19) artikli 6 *bis* tähenduses.

Pariisi konventsiooni artikli 6 *bis* 1 kohaselt kohustuvad Liidu liikmesriigid *ex officio*, kui antud riigi seadused seda lubavad, või asjast huvitatud isiku taotlusel tagasi lükkama või kehtetuks tunnistama ja keelama kaubamärgi tarvitamise, kui märk kujutab endast teise märgi taasesitust, jäljendit või tõlget, mis võib põhjustada tema äravahetamist, kuivõrd registreerimis- või kasutusriigi pädev organ tunnistab, et märk on selles riigis üldtuntud kui käesoleva konventsiooni eesõigusi kasutava isiku märk ja seda tarvitatakse samasuguste või sarnaste toodete jaoks. Käesolev säte laieneb ka juhtudele, kus märgi oluline osa kujutab endast niisuguse üldtuntud märgi taasesitust või jäljendit, mis võib põhjustada äravahetamist teise märgiga.

KaMS § 11 lg 1 p 1 kohaselt varasem kaubamärk on kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem.

Tulenevalt KaMS § 7 lg 2 - 5 loeb apellatsioonikomisjon kaubamärgi üldtuntuks ainult seoses Patendiameti otsuse peale esitatud kaebuse või kaubamärgi kaitstavusalase

vaidlustusavalduse lahendamise ja üldtuntuse tunnistamisel arvestatakse muuhulgas kaubamärgi:

- 1) tuntuse astet Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas äri sektoris;
- 2) kasutamise ja tutvustamise kestust ja ulatust ning kaubamärgi geograafilist levikut;
- 3) registreerimist, kasutamist ja üldtuntust teistes riikides;
- 4) hinnangulist väärtust.

Üldtuntuse tunnistamiseks piisab, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte käesoleva paragrahvi lõike 3 punktis 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Kaubamärgi üldtuntuse tunnistamine ei oma õigusjõudu hilisemates vaidlustes.

Pooled ei vaidle järgmiste asjaolude üle:

- vaidlustaja toodab ja müüb linnuliha ja linnulihatooteid;
- vaidlustaja toodab ja müüb kanamune, mis on muuhulgas tähistatud tähistega PEREMUNA, PESAMUNA, SUURED MUNAD;
- taotleja ei vaidle selle üle, et vaidlustaja on tähiseid PEREMUNA, PESAMUNA, SUURED MUNAD kasutanud alates 1999. a.;
- taotleja ei vaidle selle üle, et vaidlustaja kasutab tähist PESAMUNA tootepakendite PEREMUNA, PESAMUNA ja SUURED MUNAD sisekaanel;
- taotleja on alustanud oma tegevust 1999. a. liha ja lihasaaduste impordifirma, hilisemalt on äriühingu tootevalik tunduvalt laienenud, hõlmates juustusid, kala, mune jne, alates 2004. a. on äriühing turustanud erinevaid tooteid oma kaubamärkide all;
- vaidlustaja poolt 1999. a. kasutusele võetud tähis PESAMUNA on identne vaidlustatud kaubamärgiga;
- sõna PESAMUNA puhul on tegemist tavakeeles olemasoleva sõnaga, mida valdavalt kasutatakse ülekantud tähenduses (s.t. perekonna noorim laps);
- taotleja on müünud vaidlustaja tooteid;
- taotleja ja vaidlustaja on konkureerivad ettevõtted;
- Kai Rimmel töötas pikema aja jooksul AS-s Tallegg (eelnevalt Tallinna Linnuvabrik) ja oli vaidlustaja äriühingu juhatuse liige, 2003. aasta alguses ta lahkus AS-i Tallegg müügidirektori kohalt, hilisemalt töötas ta müügidirektorina taotleja äriühingus.

Komisjon ei nõustu taotleja väitega selle kohta, et vaidlustaja on tootepakendi sisekaanel kasutanud teksti sees tähist PESAMUNA, mis annab märku sellest, et seda tähist ei kasutata antud toote peal kaubamärgifunktsioonis (ühe tootja kauba eristamiseks teise tootja kaubast). Seaduses ei ole kaubamärgifunktsiooni kitsendatud. Kaubamärgiomanikul on õigus kasutada tähist pakenditel, sh teise kaubaartikli pakendil. KaMS §-s 14 on määratletud kaubamärgiomaniku ainuõiguse ulatus. Tulenevalt § 14 lg 2 p 1 ja 5 kuulub kaubamärgifunktsiooni muuhulgas kauba või pakendi tähistamine tähise ja tähise kandmine reklaammaterjalidele.

Juhul, kui tähist PESAMUNA on kasutatud kaubaartikli PEREMUNA ja SUURED MUNAD pakendite sisekaanel, siis tegemist on üheaegselt pakendi tähistamisega kaubamärgiga ja reklaamiga, see aga näitab kaubamärgi kasutamise ja tutvustamise kestust ja ulatust. Vaidlustaja selline tegevus on arvestatav kaubamärgi üldtuntuse määramisel tulenevalt KaMS § 7 lg 3 p 2.

Taotleja tegeleb toiduainete (sealhulgas munade ja munatoodete) hulgimüübiga. Vaidlustusavaldusele lisatud väljatrükis taotleja veebileheküljelt on näha, et 2004. aastal ulatus firma käive 80 miljoni kroonini. Fimat varustavad umbes 50 erinevat hankijat, kelleks

on enamik suuremaid Põhjamaade, Baltikumi ja mitmete teiste Euroopa riikide toiduainete tootjad. Firma klientide hulka kuuluvad töötlev tööstus, edasimüüjad maakondades ning jaekaubandus, s.h kõik suuremad kaupluseketid Eestis. Seega on taotleja näol tegemist KaMS § 7 lg 3 p 1 nimetatud isikuga.

Vaidlustusavaldusele lisatud ülevaates AS-i Tallegg ajaloost nähtub, et vaidlustaja eelkäija Tallinna Linnuvabrik alustas oma tegevust 1956. aastal. 1991. aasta oli Linnuvabriku suurima toodangu aasta – toodeti 211 miljonit muna ja 1891 tonni liha. 1993. a 1. märtsil asutati AS Tallegg.

Vaidlustusavaldusele lisatud Eesti Päevalehe 11.04.2001 artiklist nähtub, et „AS-i Tallegg müügidirektor Kai Rimmel ütles ETA- le, et kui tavaliselt müüb Tallegg keskmiselt päevas 300 000 muna, siis eile müüdi üle poole miljoni ning täna ja homme peaks see arv veelgi suurenema”. 2000. aastal moodustas Talleggi kanamunade müük 21 protsenti ettevõtte kogumüügist.

Vaidlustusavaldusele lisatud Krediidiinfo faktiraportist nähtub muuhulgas, et AS-i Tallegg 2000. a käive oli 372 miljonit krooni ja 2000. a 9 kuu käive oli 264,9 miljonit krooni, millest 18% protsenti oli toidumunade tootmine siseturule. Siit saab teha järelduse, et 2000. a kanamunade müük oli üle 78 miljoni krooni ja sellest siseturule oli suunatud ca 69,9 miljonit krooni. Statistikaameti avalikel andmetel oli 2000. aasta Eesti rahvaarv 1 372 071. Kui arvestada, et AS Tallegg müüs 2001. aasta alguses ca 300 000 kamamuna päevas, siis ühe elaniku kohta müüs AS Tallegg 0, 2 kamamuna päevas, ehk iga viies Eesti elanik tarbis päevas AS-i Tallegg kanamuna.

Vaidlustusavaldusele lisatud Krediidiinfo faktiraportist nähtub muuhulgas ka, et 2004. a kuue kuu käive on 267 miljonit krooni, mis viitab sellele, et enne taotleja poolt vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamist oli AS-i Tallegg käive 2000. aasta käibest oluliselt suurem.

Vaidlustaja on vaieldamatult Eesti suurim kanamunade, munatoodete, linnuliha ja linnulihatoodete tootja. Vaidlustaja näol on tegemist üldtuntud ettevõttega ja tema toodang on Eestis laialdaselt tuntud.

Komisjon ei pea usaldusväärseks taotleja väidet selle kohta, et kuna vaidlustusavalduse lisas 3 toodud arvetest nähtub, et OÜ Arktik on 2004. a. ostnud AS-lt Tallegg plastkaste, import poolkoiba ja külmutatud broilerifileed, siis ei olnud taotlejal kokkupuudet vaidlustaja tähisega PESAMUNA ja taotlejal puudus võimalus saada teadlikuks tähise PESAMUNA kasutamisest vaidlustaja poolt läbi otsese kontakti vaidlustajaga.

Vaidlustaja taotlejale väljastatud arvetel on viide kanamuna säilitamise tingimuste kohta ning samuti hoiatus vaidlustaja munatoodete hinnamuutuse kohta. Taotleja näol on tegemist toiduainete hulgimüügiga tegeleva suure ettevõttega, kelle klientide hulka kuuluvad töötlev tööstus, edasimüüjad maakondades ning jaekaubandus, s.h kõik suuremad kaupluseketid Eestis. Sellise ettevõtjana pidi taotleja teadma konkureeriva ettevõtte toodangut ja olema oma kaubamärgi valikul hoolas.

Taotleja vastusele on lisatud Muuv Marketing OÜ 02.12.2004. e-mail, kus on toodud tähiste pikk nimekiri, kust pidi taotleja valima, mille kallal edasi töötada. Selles e-mailis ei ole ühtegi viidet sellele, et Muuv Marketing OÜ oleks teinud võimalike tähiste eelnevat uuringut. Seega registreerimiseks esitatava kaubamärgi valiku pidi tegema taotleja.

Taotleja ei vaielnud selle üle, et vaidlustaja kasutab identset tähist PESAMUNA alates 1999. a, ta vaidleb vastu sellele, et see tähis ei olnud üldtuntud.

Alates 1999. a on AS Tallegg kasutanud kaubaartiklite PESAMUNA, PEREMUNA ja SUURED MUNAD pakendite sisekaanel korruga kolme tähist järgnevalt:

Talleggi Pesamunad

Noore ja püüdliku kana munad. Suurustelt teistest veidi väiksemad, kuid see-eest maitssvad.

Talleggi Peremunad

Ostjate lemmikud. Täpselt paraja suurusega kanamunad, mis sobivad hästi igapäevaseks toiduvalmistamiseks.

Talleggi Suured munad

Eeskujuliku suurusega munad, mille üle tunneks uhkust iga endast lugupidav kana.

Seega alates 1999. a kasutatakse PESAMUNA tähist nii kaubaartikli nimena, kui ka teiste kaubaartiklite PEREMUNA ja SUURED MUNAD pakendil (pakendi sisekaanel).

Komisjon nõustub vaidlustajaga, et alates 1999. a kuni 17.12.2004 müüs ja tutvustas vaidlustaja oma kaubamärki PESAMUNA piisavalt selleks, et 17.12.2004 seisuga muutus tähis PESAMUNA üldtuntuks. Vaidlustusavalduse lisas 8 on toodud vaidlustaja munade müügi statistika aastatel 1999-2004, statistikas on kasutatud karpide ja kastide müügi kogust, mitte munade kogust, nagu ekslikult arvab taotleja. PESAMUNA tähisega mune müüdi 1999- 2004 erinevates karpides (10 tk karbis ja 6 tk karbis).

PESAMUNA tähise üldtuntuse juures tuleb arvestada ka vaidlustaja ja tema hea maine üldtuntust. Kui juba 2001. aastal võis iga viies Eesti elanik tarbida vaidlustaja kanamuna, siis on alust arvata, et tarbija oli muutunud tähelepanelikuks vaidlustaja toodangu osas. Asjaolu, et 2003. aastal ei müünud vaidlustaja PESAMUNA kaubaartikli mune, ei tähenda seda, et see tähis ei olnud kasutusel. Seda tähist kasutati laialdaselt kaubaartikli PEREMUNA ja SUURED MUNAD pakendite sisekaanel. Sellist pakendit kasutab vaidlustaja tänini. Asjaolu, et kaubaartikli PESAMUNA mune müüakse võrreldes teiste vaidlustaja kaubaartiklitega vähem, võib seletada sellega, et tarbija eelistab keskmise suurusega mune, kuid see ei vähenda tähise PESAMUNA üldtuntust.

Taotleja soovib registreerida identset kaubamärki PESAMUNA klassis 29 kaupade *liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; munad, piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad* osas. Vaidlustaja kaubamärk PESAMUNA on saavutanud üldtuntuse klassi 29 kuuluva kauba *munad* tähistamisel. Seega esineb KaMS § 10 lg 1 p 1 ettenähtud alus taotleja kaubamärgi registreerimisest keeldumiseks.

Vaidlustaja on üldtuntud ettevõtja kanamunade, munatoodete, linnuliha ja linnulihatoodete tootjana, tema toodete hulgas on erinevad tooted (vorstid, viinerid, erinevad valmistoidud ja poolfabrikaadid), mille valmistamisel on kasutatud muid ained nagu liha, piim, toiduõli, toidurasvad jms. *Liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad* tuleb pidada samaliigilisteks kaubaks, sest üldtuntud tähise PESAMUNA kasutamisel teise isiku poolt kaupade *liha, kala, linnuliha ja ulukiliha, lihaekstraktid; piim ja piimatooted; toiduõlid ja toidurasvad* osas on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga.

Komisjon leiab, et esinevad KaMS § 7, § 10 lg 1 p 1 ja 2, § 11 lg 1 p 1 ettenähtud alused vaidlustatud kaubamärgi registreerimise otsuse tühistamiseks.

KaMS § 9 lg 1 p 10 kohaselt ei saa õiguskaitsset tähis, mille registreerimist taotleb isik (*taotleja*) on esitanud taotluse pahauskselt või mida on hakatud kasutama pahauskselt. Komisjon nõustub, et järjestikune müügidirektori ametikoha täitmine nii AS-s Tallegg kui ka OÜ-s Arktik võib anda töötajale kasutatavate tähistega kohta piisava informatsiooni, kuid vaidlustaja ei ole tõendanud asjaolu, et Kai Rimmel töötas taotleja juures vaidlustatud kaubamärgi väljatöötamise ja Patendiametile kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise ajal. Samuti ei ole vaidlustaja tõendanud, et Kai Rimmel oleks mingil moel seotud vaidlustatud kaubamärgi väljatöötamisega. Komisjon mõnab, et Eesti konkureerivad ettevõtjad ja nende juhtivad töötajad peaksid teadma konkurendi toodangut ja kaubamärke, kuid käesolevas vaidluses ei ole Kai Rimmeli võimalik seotus ilmselgelt tõendatud. See aga ei tähenda, et hilisemas vaidluses ei saaks pooled selle asjaolu juurde tagasi tulla.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 61 lg 1, § 41 lg 2 ja 3 komisjon,

o t s u s t a s :

rahuldada AS-i Tallegg vaidlustusavaldus, tühistada Patendiameti 29. septembri 2005. a otsus nr 7/M200401774 kaubamärgi PESAMUNA (taotlus M200401774) registreerimise kohta OÜ Arktik nimele klassis 29 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, kes soovib komisjoni otsuse peale edasi kaevata menetlusnormide rikkumise tõttu, võib esitada kaebuse komisjoni otsuse peale Harju Maakohtusse kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates. Kohus vaatab kaebuse läbi hagita menetluses.

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda apellatsioonikomisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagimenetluse korras, võib esitada hagi teise menetlusosalise vastu kaubamärgi õiguskaitsset välistava asjaolu või selle puudumise kindlakstegemiseks kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates.

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

Allkirjad:

E. Sassian

K. Ausmees

T. Kalmet