

JUSTIITSMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

**OTSUS nr 1316-o**

Tallinnas 22. märtsil 2013. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Edith Sassian (eesistuja), Margus Tähepõld ja Kerli Tillberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi AS Tea Kirjastus ja AS Tea Keeleõpetus vaidlustusavalduse kaubamärgi KEA + kuju (taotlus nr M200500797) registreerimise kohta AS Kesk-Eesti Arenduskeskus nimele.



**Asjaolud**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või apellatsioonikomisjon) laekus 03.03.2011 AS Tea Kirjastus ja AS Tea Keeleõpetus (edaspidi ka vaidlustaja või vaidlustajad) vaidlustusavaldus kaubamärgi KEA + kuju (taotlus nr M200500797) registreerimise kohta AS Kesk-Eesti Arenduskeskus (edaspidi ka taotleja) nimele. Vaidlustusavalduse esitas patendivolinik Raivo Koitel. Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 1316 all ja eelmenetlejaks määrati Edith Sassian.

**Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult**

AS Kesk-Eesti Arenduskeskus on 15.06.2005 esitanud Patendiametile registreerimiseks kaubamärgitaotluse nr. M200500797 KEA + kuju klassides 9, 16, 35, 41 ja 42. Kaubamärgitaotlus M200500797 avaldati 03.01.2011 Kaubamärgilehes nr. 1/2011 (lisa 1).

Vaidlustajad on alljärgnevate varasemate Eestis õiguskaitsset omavate kaubamärkide ja muude õiguste omanikud:

- kaubamärgiregistreering nr. 14740 TEA klassides 35, 36, 41 ja 42, taotluse esitamise kuupäev 15.12.1992 ja registreerimiskuupäev 07.02.1995 (lisa 2a);
- kaubamärgiregistreering nr. 42667 TEA klassides 9 ja 16, taotluse esitamise kuupäev 08.10.2004 ja registreerimiskuupäev 29.06.2006 (lisa 2b);
- üldtuntud kaubamärgid värvilises kujunduses  ja  ;
- kaubamärgiregistreering nr 43416 DEA klassides 35, 36, 41 ja 42, taotluse esitamise kuupäev 08.10.2004 ja registreerimiskuupäev 08.01.2007 (lisa 2c);
- kaubamärgiregistreering nr 45700 CEA klassides 9, 16, 36 ja 41, taotluse esitamise kuupäev 08.10.2004 ja registreerimiskuupäev 06.11.2008 (lisa 2d);
- kaubamärgiregistreering nr 45701 GEA klassides 9, 16, 35, 36 ja 41, taotluse esitamise kuupäev 08.10.2004 ja registreerimiskuupäev 06.11.2008 (lisa 2e);
- Äriregistrisse varasemalt kantud ärinimed aktsiaselts TEA Kirjastus (reg nr 10403710, varasem ettevõttere registri number 01035681) ja aktsiaselts TEA Keeleõpetus (reg nr 10305717, varasem ettevõttere registri number 01391853) – lisad 2f, 2g.

Vaidlustaja on arvamisel, et kaubamärgitaotluse M200500797 KEA + kuju registreerimine on vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 10 lg 1 p-dega 2, 3 ja 4 ning § 9 lg 1 p-ga 10.

KaMS § 7 lg 2 kohaselt loeb tööstusomandi apellatsioonikomisjon kaubamärgi üldtuntuks ainult seoses Patendiameti otsuse peale esitatud kaebuse või kaubamärgi kaitstavusalase vaidlustusavalduse lahendamisega.

Adress:  
Tõnismägi 5a  
15191 Tallinn

Telefonid:  
6208201, 6208276  
e-mail: [toak@just.ee](mailto:toak@just.ee)

Faks:  
6208109  
<http://toak.just.ee/>

KaMS 7 lg 4 kohaselt piisab üldtuntuse tunnistamiseks, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte käesoleva paragrahvi lõike 3 punktis 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Lisaks sätestab KaMS § 12 lg 1 p 1, et kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks üldtuntud kaubamärgi puhul on õiguskaitse ulatuse aluseks kaubamärk kujul, millisena ta üldtuntuse omandas.

Vaidlustajad ei ole väljastanud KaMS § 10 lg-s 2 ettenähtud omapoolset kirjalikku nõusolekut kaubamärgitaotluse nr M200500797 KEA + kuju registreerimiseks.

Vaidlustajad on arvamisel, et pikaajalise ning väga laialdase kasutamise tulemusena alates 1988. aastast on kaubamärk TEA nii sõnalise kui ka kombineeritud kaubamärgina omandanud Eestis klasside 9, 16, 35, 41 ja 42 valdkondades üldtuntud kaubamärgi staatuse. Vaidlustaja põhjendab ja tõendab seda alljärgnevat.

1. Esimene AS-i TEA Kirjastus kaubamärk TEA registreeriti Eestis klassides 16 ja 41 juba 3. augustil 1992. a. (prioriteet 09.07.1991). Kaubamärk registreeriti küll NSV Liidu Riiklikus Leiutiste ja Avastuste Komitees, kuid kuna taotlus esitati veel siis, kui Eesti kuulus Nõukogude Liidu koosseisu, siis kehtis see kaubamärk juba ka Eesti territooriumil. 1995. a. registreeriti kaubamärk nr 14740 TEA juba Eesti Patendiametis klassides 35, 36, 41 ja 42 (taotluse esitamise kuupäev 15.12.1992). Hiljem registreeriti kaubamärk nr 42667 TEA klassides 9 ja 16 (taotluse esitamise kuupäev 08.10.2004), kusjuures see kaubamärk registreeriti Patendiameti poolt kasutamise tulemusena omandanud eristusvõime või üldtuntuse alusel, mis on tõendus selle kohta, et kaubamärk TEA on üldtuntud ja suure eristusvõimega tähis (lisa 3 ja 2a, 2b).
2. AS TEA Kirjastus ning AS TEA Keeleõpetus (AS TEA Keeleõpetus on Eesti esimene eraettevõtte, mis registreeriti juba 04.07.1988) on üks Eesti Vabariigi vanimaid ning edukamaid kirjastus- ja koolituskeskusi, mis on juba aastaid Eesti kirjastus- ja koolitus- ning trükiste, s.h elektrooniliste (sõnaraamatute, käsiraamatute, lasteraamatute, õpikute jms) koostamise ja väljaandmise valdkonnas turuliider. Ühise kaubamärgi TEA all tegutsetakse Eesti turul alates 1988. aastast, mil ettevõttest sai täiskasvanute ja noorte kvaliteetse võõr- ja eestikeelse koolituse arvestatav keskus, kes koolitab lisaks tavaõppijatele ka ministeeriumide, kohalike omavalitsuste ja riigiametite spetsialiste. 1989. aastal töötas TEA Keelekeskus välja oma eesti keele õpetamise metoodika ja avaldas keeleõpetajatele mõeldud ajakirjas "Lingua" regulaarselt oma eesti keele tundide materjale koos spetsialistide kommentaaridega. 1990-ndatel aastatel arenes TEA keelekeskus jõuliselt edasi, saavutades õppijate arvuks 1800-2000 inimest aastas, laiendades samal ajal keelekursuste korraldamist ka väljaspool Tallinna Eesti erinevais paigus, s.h. Lõuna-Eestis, Saaremaal ja ka Soomes. Aastatel 1991 ja 1992 pani TEA aluse mitmekeelsete majandus-sõnaraamatute kirjastamisele (lisa 4).
3. Kaubamärk TEA on Eestis üldmääratud valdkondades aastaid laialdaselt kasutusel olnud (lisa 4).
4. Nimekiri Internetist aadressil [www.tea.ee](http://www.tea.ee) ning ESTER Tallinna täielikust kataloogist (884 kirjet alates 1990. aastast) TEA kirjastuse poolt loodud ja kirjastatud sõnaraamatutest, grammatika- ja keeleõpikutest, kooliõpikutest ja töövihikutest, teatmekirjandusest ning lasteraamatutest.
5. Väljavõtte Internetist aadressilt [www.tea.ee](http://www.tea.ee) TEA keeltekoolis õpetatavatest keeltest ning erinevatest kursustest.
6. Artiklid Eesti ajakirjandusest, mis käsitlevad TEA kirjastuse laialdast tegutsemist Eesti turul. TEA Kirjastus võitis 2000. aastal riigihanke PHARE õppematerjalide väljaandmiseks, mis on olnud üks suuremaid PHARE egiidi all toimunud projekte. Esitame ka väljavõtte üleriikliku tähtsusega programmi „Tiigrihüpe“ nõukogu otsusest 11. 06. 2004, millega õpitarkvaraprojektide raames ostetakse TEA Kirjastuselt õppematerjal „Eesti keel arvutil“, mida siis kasutatakse „Tiigrihüpe“ programmi raames üle-Eestiliselt.
7. TEA keeleõppijaid, kes kasutavad TEA õpikuid, töövihikuid jms on alates 1988. aastast (mil alustati keeleõpetusega) olnud üle 35 000.

8. Oluline mõõdupuu ettevõtte ja tema kaubamärgi tuntuse ja edukuse kohta on kindlasti ka tema majandusnäitajad, mis vaidlustajate puhul on alates 2005. aastast teinud olulise arenguhüppe (lisa 4).
9. TEA kaubamärgi tuntust on viimastel aastatel olulisel määral suurendanud nende vaieldamatult kõige tuntum toode „TEA entsüklopeedia“, mis on praegu ainus ilmuv rahvusentsüklopeedia (24 köidet tiraažiga 8600 eks. ja e-Entsüklopeedia Internetis, millel on üle 20 000 kasutaja) (lisa 4). TEA kaubamärk on üldtuntud Eestis kõikides kaubamärgitaotluse M200500797 klassides 9, 16, 35, 41 ja 42 märgitud kaupade/teenuste osas.

Vastuolu KaMS § 10 lg 1 p-ga 2

Vaidlustaja hinnangul on kaubamärgi registreerimine vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. Kaubamärkide segiajamise tuvastamise asjaolud on tuntud Euroopa Kohtu otsustest *C-251/95 Sabel (11. 11. 1997, SABEL vs Puma)* ja *C-39/97 Canon (29. 09. 1998, Canon Kabushiki Kaisha vs Metro-Goldwyn-Mayer Inc)*. Euroopa Kohus on öelnud järgmist: „Õiguskaitse täpsed tingimused sisustab segiajamise tõenäosus, mis sõltub mitmetest asjaoludest, eriti kaubamärgi tuntusest turul, kasutatud või registreeritud kaubamärgiga seotud assotsiatsioonidest, kaubamärgi ja võrreldava tähise ning vastavate kaupade ja teenuste sarnasusest“.

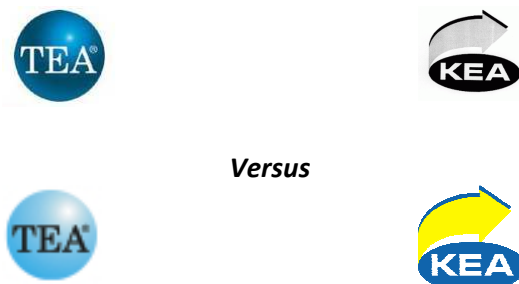
Vaidlustaja arvates on käesolevas vaidluses esitatud tõendite ja alljärgnevate selgituste valguses ilmselge, et vaidlustaja kaubamärkidel on tugev loomupärane eristusvõime ning nende kasutamise, tuntuse, maine ja staatuse tõttu omandatud suurenenud eristusvõime.

Võrreldavad vaidlustajate registreeritud põhikaubamärk ja registreerimiseks esitatud kaubamärk on:



Lisaks on vaidlustajate poolt registreeritud kaubamärgid DEA, CEA, GEA.

Võrreldavad vaidlustajate üldtuntud kaubamärgid ja registreerimiseks esitatud ning realselt kasutusel olev kaubamärgitaotlus on (lisa 5):



Vaidlustaja registreeritud kaubamärgid on sõnamärgid ning kaubamärgitaotleja kaubamärgitaotlus on kombineeritud kaubamärk, kuid mille ainus sõnaline osa „KEA“ on selgelt esile toodud.



Vaidlustaja hinnangul on võrreldavad registreeritud ja registreerimiseks esitatud kaubamärgid visuaalselt äravahetamiseni sarnased.

Vaidlustajad rõhuvad TEA- KEA kaubamärkide sarnasusele, kuid samas ei jätta ka tähelepanuta ka teisi vaidlustaja kaubamärke DEA, CEA, GEA ning nende sarnasust tähisega KEA.

Võrreldavate kaubamärkide sõnalised osad koosnevad peajasjalikult identsetest tähtedest – mõlema kaubamärgi sõnaline osa koosneb 3-tähelisest täheühendist, kusjuures kaks tähte – EA – on neis identsed ja ka identse paigutusega.

Võrreldavate kaubamärkide esitähed T vs K erinevus on vähedomineeriv, kuna võrreldavad kaubamärgid algavad mõlemad kaashäälikutega, täpsemini helitu klusiiliga, mis foneetiliselt on sõnaalguliselt väga väikese eristusvõimega. Ühtlasi jääb erinev algustäht võrreldavate kaubamärkide tajumisel vähemärgatavaks, kuna rõhk langeb enamuses olevatele identsetele osadele e. identsele tähekombinatsioonile EA.

Samuti on võrreldavad sõnalised tähised ühesilbilised.

Visuaalsest aspektist on võrreldavad kaubamärgid sarnased. Üldtunnustatud praktika on, et kuigi kaubamärk on registreeritud sõnamärgina, kasutatakse neid siiski reaalses turusituatsioonis stiliseeritult või siis koos muude kujunduslike elementidega (s.h värvid). Ka käesoleval juhul kasutavad vaidlustajad oma TEA kaubamärke kombinatsioonis sinisevärvilise geomeetriselise kujundiga. Ka kaubamärgitaotleja kasutab reaalses turusituatsioonis oma kombineeritud kaubamärki värvilisena, mitte aga must-valgena, nagu on esitatud kaubamärgitaotlus.

Võttes arvesse, et võrreldavate tähiste reaalne kasutusviis on kontseptuaalselt väga lähedane, on suurem ka kaubamärkide segiajamise tõenäosus, kuna üldmuljelt on võrreldavad kaubamärgid väga sarnased.

Kaubamärgitaotlus M200500797 on esitatud registreerimiseks kombineeritud must-valge kaubamärgina. Kaubamärk koosneb tumeda ümara kujundi sisse pandud valgest sõnakombinatsioonist KEA ning nende peale lisatud stiliseeritud heledamast noole kujutisest.



Reaalselt on värvilahenduseks kasutatud sinist ümarat kujundit, tekstiosa on valge ning stiliseeritud nool on sinise-kollase kombinatsioonis (lisa 5).



Leiame, et kaubamärgitaotluse esitatud kujundus ning reaalselt kasutatud värvilahendus on täiendavaks võrreldavaid kaubamärke sarnaseks ja omavahel assotsieeruvaks muutvaks asjaoluks. Põhjendame seda järgmiselt.

Nimelt, ka vaidlustaja üldtuntuse tulemusena õiguskaitse saanud reaalselt kasutatav kombineeritud kaubamärk TEA koosneb tumesinise ümara kujundi sisse pandud valgest sõnakombinatsioonist TEA.



Ühe variatsioonina on kasutusel ka heledama sinise tausta ning musta tähekombinatsiooniga kombineeritud kaubamärk.



Võrreldavate tähiste ühiseks domineerivaks kujunduslikuks elemendiks on sinise ümara kujundi kasutamine, mille sisse on siis paigutatud valgete trükitähtedega kolmetäheline tähis. Asjaolu, et kaubamärgitaotluses on veel kasutusel ka stiliseeritud noole kujutis, ei ole vaidlustaja arvates oluline, sest see ei muuda kaubamärgi üldiseloomu.

Teadaolevalt on võrreldavate sõnaliste osade puhul tegemist otsest tähendust mitteomavate tehissõnadega, seega semantilise aspektist lähtuvalt on need neutraalsed tähised.

Võib küll väita, et kaubamärk TEA on tuletatud omadussõnast „teadlik“ või tegusõnast „teadma“, kuid siiski puudub tähisel TEA otsene/assotsieeruv tähendus klasside 9, 16, 35, 41 ja 42 kaupade/teenustega.

Teadaolevalt puudub ka tähisel KEA otsene/assotsieeruv tähendus klasside 9, 16, 35, 41 ja 42 kaupade/teenustega.

Käesoleval juhul on tegemist otsest tähendust mitteomavate e. väljamõeldud sõnadega, millel puudub assotsieeruv tähendus kaitstavate kaupade/teenustega ja järelikult on olemas suurem tõenäosus nende kaubamärkide segiajamiseks.

Võrreldavate kaubamärkide sõnalised osad on foneetiliselt väga sarnased.

Mõlemate kaubamärkide sõnaline osa koosneb kolmest tähest, kusjuures kaubamärkide 2 tähte on identsed ning ka identse paigutusega. Võrreldavate kaubamärkide TEA ja KEA esitäheks on heliline kaashäälik, täpsemini helitu klusiil, mis foneetiliselt on sõnaalguselisel väga väikese eristusvõimega. Võrreldavate kaubamärkide esitähed T vs K erinevus on eriti vähedomineeriv ka foneetilisest aspektist lähtuvalt. Algushäälik jääb võrreldavate kaubamärkide foneetilisel tajumisel vähemärgatavaks, kuna tegemist on ühesilbilise sõnaga ja hääldamisel domineerib diftong – „ea“, mis on ainus heliline osis ja on identne TEA kaubamärgiga. Seega on võrreldavad kaubamärgid kõnes väga sarnased, teatud kontekstis eristamatud.

Võrreldavad tähised GEA, CEA ja KEA ei oma eesti keele foneetilisest süsteemis üldse eristusvõimet, sest nõrk ja tugev klusiil häälduvad identselt (K, G); ladina keele seisukohalt hääldub ka C(EA) samuti.

Kuna võrreldavate kaubamärkide hääldused on väga sarnased, siis see oluliselt suurendab kaubamärkide äravahetamise tõenäosust, s.h omavahelist assotsieerumist.

Kaubamärgitaotleja on esitanud oma kaubamärgi registreerimiseks klassides 9, 16, 35, 41 ja 42 (lisa 1). Vaidlustaja registreeritud ja üldtuntud kaubamärkide kaupadeks ja teenusteks on samuti klassidesse 9, 16, 35, 41 ja 42 kuuluvad kaubad ja teenused ( lisad 2a ja 2b).

Võrreldavate kaubamärkide kaubad ja teenused on tervikuna oma olemuselt identsed ja sama-liigilised. Kuna võrreldavad tähised hõlmavad endas identsid kaupu ja teenuseid, siis võib eeldada, et lõpptarbijad on võrreldavatel kaupadel ja teenustel samad ja järelikult on tarbijate eksitamise tõenäosus märgatavalt suurem, mistõttu on ka võimalik majanduslik kahju vaidlustajatele oluliselt suurem.

Taotleja kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 3.

Vaidlustaja kaubamärgid on registreeritud või omandanud õiguskaitse üldtuntuse alusel, neil on turul tugev maine ja nad on varasemad võrreldes kaubamärgitaotlusega M200500797. Samuti on eelnevalt tõendatud, et võrreldavad kaubamärgid on omavahel sarnased.

Kuivõrd taotleja klasside 9, 16, 35, 41 ja 42 kaupade/teenuste loetelu hõlmab endas muuhulgas ka klassi pealkirjasid, võib juhtuda, et nendes pealkirjades sisalduvad ka kaubad/teenused ei ole otseselt kaetud vaidlustajate varasemate kaubamärgiõigustega. Sellisel juhul võib vastaspool ka väita, et tegemist on eriliigiliste kaupade/teenustega ning kokkupuutumus võrreldavate kaubamärkidega tähistatud kaupade/teenuste vahel puudub. Sellise vastuargumendi aga välistab KaMS § 10 lg 1 p 3.

Vaidlustajad on arvamusel, et tulenevalt nende kaubamärgi üldtuntusest, on sellel laienenud õiguskaitse, mis laieneb ka nendele võimalikele eriliigilistele, kuid samades klassides figureerivatele kaupadele/teenustele.

Vaidlustajad leiavad, et nende kaubamärkide mainet kasutatakse ebaausalt ära.

Vaidlustaja kaubamärkidel on hea maine vastavates õiguskaitsesevaldkondades. Taotleja kaubamärgi registreerimisel võib aga tekkida olukord, kus varasemate tuntud vaidlustaja kaubamärkide tunnus ja hea maine hakkab n.ö töötama taotleja kasuks, reklaamides kaudselt ka tema kaupu/teenuseid ning ülekantuna kaubamärgitaotleja kaubamärgile KEA + kuju võib hakata tarbijaid mõjutama positiivselt valima kaubamärgitaotleja kaupu ja teenuseid ning ühtlasi tekitada tarbijates segadust. Selline tegevus on aga ebaaus ning vastuolus ausate kaubandustavadega.

Tsiteerides SPA FINDERS kohtukaasust (T67/04) märgitakse: „kahjustamine leiab aset, kui varasem kaubamärk ei tekitata otsekohest assotsiatsiooni kaupade/teenustega, mille osas on ta registreeritud“. Tsiteerides ka OHIM vaidlustamisejuhendit, märgime „seda võimet võib vähendada või üldse selle kaotada asjaolu, et lisaks kaubamärgiomanikule kasutavad sama või sarnast tähist ka teised isikud kaupade osas, mis ei ole esialgses kaubamärgiregistreeringuga kaetud. See asjaolu viib kaubamärgi eristusvõime vähenemiseni ning n.ö parasit märkide vohamiseni, mis küll ei halvusta algset kaubamärki, kuid tulenevalt oma arvukusest jätavad selle kaubamärgi ilma eristusvõimest ja seega ka atraktiivsusest“.

Vaidlustajale teadaolevalt on turul aset leidnud juhtumid, kus vaidlustajat ja kaubamärgitaotlejat on tarbijate poolt segi aetud. Nimelt on AS-i Kesk-Eesti Arenduskeskus poolt olnud kasutusel kontaktmeiliaadress [tea@kea.ee](mailto:tea@kea.ee). Võimalik põhjendus, et nimetatud meiliaadress võib olla kellegi firmas töötava isiku eesnimi, ei ole käesoleval juhul asjakohane, sest nimetatud meiliaadressi kasutamisega eksitatakse otseselt tarbijaid, kahjustatakse vaidlustaja kaubamärkide eristusvõimet ja tekitatakse vaidlustajale võimalikku majanduslikku kahju järelepärimistega vaidlustajate asemel AS-i Kesk-Eesti Arenduskeskus meiliaadressile. Teadaolevalt saab selliste eksitamiste vältimiseks kasutada meiliaadressi kujul [eesnimi.perekonnanimi@firmanimi.ee](mailto:eesnimi.perekonnanimi@firmanimi.ee), mis antud juhul oleks AS-i Kesk-Eesti Arenduskeskus poolt eksituste vältimiseks kooskõlas hea usu ja heade tavade põhimõtetega. Samuti on toimunud ka segiajamisi stiilis, kus elektrooniline järelepärimine on saadetud korraga meiliaadressidele [tiina@tea.ee](mailto:tiina@tea.ee) ja [tiina@kea.ee](mailto:tiina@kea.ee) (lisa 7). Samuti on teada juhtum, kus taotleja on koos tähise KEA kasutanud oma nime reklaamimisel ka tähist TEA (lisa 7). Ainuüksi see fakt on tõend asjaolust, kaubamärgitaotleja tegevuse tulemusena võib saada kahjustatud kaubamärgi TEA eristusvõime ning seda kaubamärki on kaubamärgitaotleja enda huvides ka ära kasutatud.

Kui ka kaubamärgitaotleja kaubamärgitaotluse tähe kombinatsioon oleks tuletatud tema nime eraldi tähendust omavate sõnade esitähedest, peaks AS Kesk-Eesti Arenduskeskus nimes olevate eraldi tähendust omavate sõnade esitähedest moodustatud lühend olema **KEAK**. Kuna põhisõnaks on „Keskus“ ning täienditeks on „Kesk-Eesti“ ja „Arendus“, on arusaamatu, miks („Keskus“) K peaks lühendist puuduma. Kuna tähis KEA ei ole AS Kesk-Eesti Arenduskeskuse täpne lühend, vaid on tehnilikult loodud ning mugandatud KEA-ks, on alust arvata, et sellise tähise kasutuselevõtmisel on püütud jäljendada TEA varasemat samas valdkonnas kasutatavat – üldtuntud ja hinnatud – kaubamärki.

Isikud peavad nii firmanimedega registreerimisel kui ka kõikvõimalike tähistega (eriti tehnilikult moodustatud tähistega) kasutamisel ning kaubamärkidenä registreerimisel juhendama ühiskonnas väljakujunenud tavade ning õigusnormidest. Tähistega kasutamisel/registreerimisel kaubamärkidenä tuleb lähtuda eelkõige kaubamärgiseaduse ja äriseadustiku vastavatest sätetest. Teisisõnu, paratamatult tuleb arvestada teiste isikute varasemate õigustega (s.h registreeritud ja ka üldtuntud kaubamärkide ning ärinimedega). Käesoleval juhul on AS-i Kesk-Eesti Arenduskeskus poolt registreerimiseks esitatud tähis KEA äravahetamiseni sarnane ning assotsieeruv juba aastaid varasemalt Eestis samas tegevusvaldkonnas kasutusel olnud ning üldtuntuks saanud kaubamärgiga TEA.

Kokkuvõttes võidakse hilisema kaubamärgiga ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi mainet või eristusvõimet, mistõttu sellise tähise registreerimine kaubamärgina on lubamatu.

Taotleja kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 4.

Vaidlustajad on arvamisel, et kaubamärgitaotleja kaubamärk nr. M200500797 KEA + kuju on eksitavalt sarnane vaidlustaja ärinimedega AS TEA Kirjastus ja AS TEA Keeleõpetus ning kaubamärgitaotluse kaubad/teenused kuuluvad samasse valdkonda äriühingute tegevusaladega.

Vaidlustajate ärinime olulisim ja domineerivaim osa on tähekombinatsioon TEA. Äriühingute nimede laiendid Kirjastus ja Keeleõpetus on ettevõtete tegevuse liiki näitavad tähised ning eraldi õiguskaitset äriseadustiku ega ka kaubamärgiseaduse mõttes ei oma. Tegemist on laienditega, millega nn TEA ettevõtted on oma tegevusalade lõikes teineteisest eraldatud.

Kaubamärgitaotlus sisaldab endas tähekombinatsiooni KEA. Tähekombinatsioonide TEA ja KEA sarnasust on käsitletud ülalpool ning sellest tulenevalt on vaidlustajad arvamisel, et eksisteerib suur äravahetamise tõenäosus vaidlustajate ärinimede ning kaubamärgitaotluse vahel.

KaMS § 38 lg 1<sup>1</sup> sätestab, et kaubamärgi kontrollimisel § 10 lõike 1 punkti 4 suhtes arvestab Patendiamet ettevõtja tegevusaladena neid lõppenud aruandeaasta tegevusalasid ja uude aruandeaastasse kavandatud tegevusalasid, mis olid äriregistrile teatatud või majandusaasta aruandes näidatud enne taotluse esitamise kuupäeva, rahvusvahelise registreerimise kuupäeva või prioriteedikoopäeva. Seega lähtuda tuleb siinjuures vaidlustajate 2003 aasta majandusaasta aruannetest, kuivõrd 2004. aasta aruanded esitati Äriregistrile 01.07.2005, s.t peale kaubamärgitaotluse M200500797 esitamist Patendiametile.

Äriregistrile esitatud majandusaasta aruannete väljavõtetest nähtub, et vaidlustajate tegevusalad kaubamärgitaotluse esitamise hetkel olid:

- AS TEA Kirjastus – trükitud ja elektrooniliste sõnaraamatute, teatmeteoste, õpikute lastekirjanduse kirjastamine ja turustamine (müük). Samuti tegutseti kirjastusõiguste müügi ning kirjastusõiguste müügi vahendamise valdkonnas. Raamatute kirjastamise ja müügiga kaasneva tegevusega on paratamatult ka nt kohtumiste, raamatuesitluste ja ka näituste korraldamine, samuti raamatute kujundamine (tööstusdisain). Lisaks planeeriti järgnevateks aastateks arengu- ja uurimisväljaminekuid seoses loodava konsortsiumiga Keelevara. Need tegevusvaldkonnad ühtivad KEA + kuju kaubamärgitaotluse klasside 9, 16, 35, 41 ja 42 kaupade/teenustega (vt lisa 8).
- AS TEA Keeleõpetus – keeleõppekursuste ja koolituste läbiviimine. Need tegevusvaldkonnad ühtivad KEA + kuju kaubamärgitaotluse klassi 41 teenustega (vt lisa 9).

Vaidlustajate ärinimedega kaetud tegevusalad ja kaubamärgitaotleja kaubamärgiga tähistatud kaubad/teenused kuuluvad samasse valdkonda, kaubamärgitaotluse sõnaline osa KEA on eksitavalt sarnane vaidlustajate ärinimede eristusvõimelise ja domineeriva osaga TEA, mistõttu on kaubamärgitaotluse M200500797 registreerimine vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 4.

Taotleja kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 9 lg 1 p-ga 10.

Vaidlustaja leiab, et kaubamärgitaotleja on esitanud kaubamärgi nr. M200500797 KEA + kujutis registreerimistaotluse pahauskselt. Asjaoludel, mis annavad alust arvata, et taotleja püüab saavutada kaubamärgile õiguskaitset viisil, mida ühiskonnas valitsevate arusaamade järgi ei saa tunnustada, võib kaubamärgitaotlust pidada vastuolus olevaks hea usu põhimõttega ja seega lubamatuks.

Pahausksena võib käsitleda seda, kui isik püüab omandada mingit vara või õigust, olles teadlik, et tema talitlusviis ei ole õige ega aus ning rikub teiste õigusi.

Kuna Eesti on üsna väike ja tiheda konkurentsiga turg, peavad ettevõtted selleks, et oma turuosa mitte kaotada, konkurentide igat sammu jälgima. Seega on tõenäoline, et ka kaubamärgitaotleja tegi sedasama ning oli teadlik vaidlustusavalduse pikaajalisest ja edukast TEA kaubamärgist. Selle tegevuse eesmärgiks on konkurenti kahjustamine ebaausa konkurentsi läbi, et kasutada ära varasema kaubamärgiomaniku kulutusi reklaamile ning kaupade/teenuste väljatöötamisele ja turuletoomisele.

Tõendamaks seda, et KEA tähise kasutuselevõtmisega on püütud taotluslikult jäljendada vaidlustaja varasemaid registreeritud ning üldtuntud kaubamärke, on muuhulgas juba varasemalt käsitletud asjaolud:

- kasutusele on võetud tehnilikult loodud ning mugandatud tähis KEA, kuigi arvestades kaubamärgitaotleja tähendust omavate sõnade esitähete õiget kombinatsiooni, peaks selleks tähiseks olema KEAK;
- ilmselt mitte juhuslikult on kasutusele võetud sarnane kaubamärgi kujundus ja värvilahendus, mis muudab võrreldavad kaubamärkide kujutised kontseptuaalselt äravahetamiseni sarnasteks ja omavahel assotsieeruvateks;
- kasutusel on olnud meiliaadress tea@kea.ee;
- teada on juhtum, kus kaubamärgitaotleja on koos tähisega KEA kasutanud oma nime reklaamimisel ka tähist TEA – see on tõend asjaolust, kaubamärgitaotleja tegevuse tulemusena võib saada kahjustatud kaubamärgi TEA eristusvõime ning seda kaubamärki on kaubamärgitaotleja enda huvides ka ära kasutatud;
- samuti ei ole väheoluline asjaolu, et vaidlustaja on olulise haardega turuosaline – see tekitab kiusatust varasemat üldtuntud ja edukat kaubamärki jäljendada ning selle abil saavutada minimaalsete jõupingutustega ka ise ärilist edu ja lõigata kasu juba turule toodud, tuntuks tehtud ning tarbijate poolt hästi vastu võetud kaubamärgi arvelt.

Lähtudes eeltoodust, paluvad vaidlustajad tunnistada varasemate kaubamärkide TEA üldtuntust ja laienund õiguskaitset Eestis, tühistada Patendiameti otsus registreerida kaubamärk KEA + kuju (taotlus nr M200500797) AS-i Kesk-Eesti Arenduskeskus nimele ning kohustada Patendiametit uue ekspertiisi käigus arvestama apellatsioonikomisjoni seisukohtadega.

Vaidlustusavaldusele on lisatud:

- 1 – Kaubamärgilehes nr. 1/2011 03.01.2011 avaldatud kaubamärgitaotlus M200500797;
- 2a, 2b – kaubamärgiregistreeringud nr. 14740 „TEA“ ja 42667 „TEA“;
- 2c, 2d, 2e – kaubamärgiregistreeringud nr. 43416 DEA, 45700 CEA ja 45701 GEA;
- 2f, 2g – Äriregistri väljavõtted aktsiaselts TEA Kirjastus (reg. nr 10403710) ja aktsiaselts TEA Keeleõpetus (reg. nr 10305717) kohta;
- 3 – kaubamärgiregistreering nr SU-106921 „TEA“;
- 4 – väljavõtted aadressilt www.tea.ee vaidlustajate ajaloo ja laiaulatusliku tegevuse kohta;
- 5 – väljavõtte aadressilt www.kea.ee;
- 6 – väljavõtte WIPO käsiraamatust Introduction to Trademark Law & Practice. The Basic Concepts. A WIPO training manual.
- 7 – tõendid KEA ja TEA kooskasutamise kohta;
- 8 – osaline väljavõtte AS TEA Kirjastus 2003 majandusaasta aruandest;
- 9 – osaline AS TEA Keeleõpetus väljavõtte 2003 majandusaasta aruandest);
- 10 – maksekorraldus;
- 11 – volikirjad.

**Taotleja (keda volikirja alusel esindab patendivolnik Urmas Kauler) esitas oma seisukohad 17.juunil 2011.** Vaidlustusavaldusega ta ei nõustunud alljärgnevatel põhjendustel (kokkuvõtlikult):

- 1) puuduvad alused ning põhjendused vaidlustusavalduses toodud kaubamärkide üldtuntuks lugemiseks;
- 2) kaubamärgid ei ole identsed ega eksitavalt sarnased;
- 3) vaid osad märkidega tähistatavad kaubad/teenused on identsed või samaliigilised;
- 4) kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt ega kaubamärgi assotsieerumine varasema kaubamärgiga ei ole tulenevalt eeltoodust tõenäoline;
- 5) väidetav taotleja poolne pahauskus registreerimistaotluse esitamisel on otsitud ja paljasõnaline;



6) kaubamärk ja vaidlustajate ärinimed ei ole ei identsed ega sarnased, samuti ei ole kattuvad tegevusvaldkonnad.

Vaidlus puudub küsimuses, et registreeringute nr 14740, 42667, 43416, 45700 ja 45701 registreerimiseks esitamise kuupäevad on varasemad võrreldes vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise kuupäevaga. Küll aga soovib taotleja esitada sisulisi vastuargumente vaidlustajate väidetavate üldtuntud kaubamärkide suhtes.

#### Vaidlustajate varasemate õigustega seonduvalt

Nimelt on vaidlustajad esitanud vaidlustusavalduses kahe kaubamärgi reproduktsioonid, millised mõlemad, koos sõnalise tähisega TEA on väidetavalt saavutanud üldtuntuse klassides 9, 16, 35, 41 ja 42.

Taotleja vaidleb osundatud kaubamärkide väidetavale üldtuntuse aspektile vastu ning juhib apellatsioonikomisjoni tähelepanu, et vaidlustajad on esitanud vaidlustusavalduse esitajate varasemate õigustena kahe kaubamärgi reproduktsioonid: tumesinine kera, millel valget värvi trükitähtedega kirje TEA ning tähis ® (all vasakul) ning helesinist värvi kera, mille paremas ülemises osas heledam laik ning keral musta värvi kirje TEA ning tähis ® (all paremal). Vaidlustajate hinnangul on üldtuntuse saavutanud mõlemad osundatud kaubamärgid.

Taotleja esitab alljärgnevalt ka vaidlustajate poolt esitatud kujutiste reproduktsioonid:



Esitatud kaubamärkide väidetava üldtuntusega seonduvalt viitavad vaidlustajad ka kaubamärgiseaduses sätestatud üldtuntuks tunnistamise kriteeriumitele. Nimetatuga seonduvalt soovib taotleja esile tõsta, vaidlustajate poolt tuginetud, KaMS § 7 lg 4 sätestatud, millise kohaselt piisab kaubamärgi üldtuntuse tunnistamiseks, kui kaubamärki tunneb valdav enamuse vähemalt ühte käesoleva paragrahvi lõike 3 punktis 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest.

Taotleja hinnangul ei anna vaidlustusavaldusele lisatud materjalid alust eelnimetatud normis sätestatud valdava enamuse teadlikkuse tõendamiseks, s.o käesoleval juhul esitatud tõendid ei kinnita kaubamärgi tundmist KaMS § 7 lg 3 p 1 toodud sektorite valdava enamuse poolt. Esitatud on üksnes koopiad tellimuslehtedest, nimekirjad raamatute pealkirjadest, 5 artiklit trükimeediast ning väljatrükk vaidlustajate kodulehelt. Puuduvad mistahes andmed, turuuringud, turusegmendi analüüsid või mistahes muu vastav info kinnitamaks KaMS § 7 lg 3 p 1 toodud sektoritesse kuuluvate isikute teadlikkust vaidlustajate kaubamärkidest.

Hinnates vaidlustusavaldusele lisatud tõendeid, millised on küll must-valged koopiad ning äärmiselt halva kvaliteediga, ei nähtu osundatuist vasakul kujutatud kaubamärgi kasutamist üldse, s.o tumesinise kera ja valge teksti osaga kaubamärgi kasutamist. Tõenditel on kajastatud vähesel määral üleval paremal esitatud reproduktsiooniga kaubamärk, mistõttu saab võimalikku üldtuntust ning vastuolu vaidlustatud kaubamärgiga vaadelda üksnes paremal esitatud reproduktsiooni alusel.

Samas hinnates vaidlustusavaldusele lisatud tõendeid kogumis ei anna need taotleja hinnangul alust mistahes tähise üldtuntuks tunnistamiseks. Järgnevalt analüüsib taotleja nimetatud tõendeid:

lisa 3 – tõlkimata võõrkeelne dokument (vastuolu tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 41 sätestatuga), millise halvast kvaliteedist tulenevalt võib üksnes oletada seal kajastavat infot. Nimetatust hoolimata ei nähtu lisast kumbagi ülalesitatud reproduktsiooniga kaubamärki;

lisa 4 – väljatrükkidel veebilehelt [www.tea.ee](http://www.tea.ee) on kajastatud ülal paremal esitatud kujutis ning seegi mõnevõrra erinevalt kui vaidlustusavalduses toodud. Sisulise poole pealt kajastatakse vaidlustajate tegevust kirjastustegevuse ning keeleõppe sektoris. Tea Keeltekooli tegevusaladena tuuakse keeleõppe alane tegevus;

Tea Kirjastuse tegevuse kohta on esitatud trükiste loend. Puudub info, milliseid kaubamärke nimetatud trükistel on kasutatud, et osundatu alusel võiks otsustada kaubamärgi võimalikku üldtuntust;

Kokkuvõtte Tea tegevusest Eestis – osaliselt kattuv informatsioon eelnevalt analüüsitud trükiste loeteludega. Kokkuvõttest nähtub, et ajakirjanduses on nelja aasta jooksul avaldatud üksnes neli artiklit ning kümne aasta jooksul on avaldatud ainult seitse reklaami. Loetelust ei nähtu, milline kaubamärk kõikidel esitletud juhtudel kasutusel oli. Samas on taotleja hinnangul esitatud loetelus toodu selgelt ebapiisav järeldamiseks mistahes kaubamärgi üldtuntust.

Eelnimetatud loetelule järgneb taaskord võõrkeelne tõlkimata artikkel, millisest ei nähtu vaidlustajate poolt rõhutatud ülalesitatud reproduktsioone. Ka Postimehes ning Õpetajate Lehes avaldatud artiklites ei nähtu osundatud reproduktsioone. 1995. aasta kataloogi esikaas ning koopiad tellimislehtedest ei tõenda isegi mitte kaubamärgi kasutamist. Teatavasti peab kaubamärk KaMS § 17 lõike 1 kohaselt olema tegelikult kasutatud registreeringus märgitud kaupade/teenuste tähistamiseks. Ka üldtuntuse tuvastamisel saab ja tuleb kasutada sama printsiipi, s.o kaubamärgi võimaliku üldtuntuse tõendamiseks peab kaubamärk olema kasutatud ning nimetatud aluseks olevad materjalid peavad kajastama tegelikku kaubamärgi kasutamist ning üksnes reklaamlehtedest või tellimisvormidest ei piisa kinnitamaks mainitud kasutamist ja ka võimalikku üldtuntust.

Tea Kirjastuse ekspordiplaanist ei nähtu, millal ja kelle poolt osundatud kokkuvõtte on koostatud. Teisalt on toodud perioodi 1998-2002 väidetavalt kajastavad andmed, samas kui vaidlustatud taotlus on esitatud 15.06.2005.a. Taotleja hinnangul ei kajasta 1998-2002 andmed võimalikku kaubamärgi üldtuntust vaidlustatud kaubamärgi registreerimiseks esitamisel, s.o 2005. aastal. Isegi kui võiks väita tõendi asjakohasust ei nähtu, millise kaubamärgi väidetavat kasutamist nimetatud materjal tõendab. Ekspordiplaanist nähtub äriühingu tegevus mitte kaubamärgi kasutamine, sh. kirjastusõiguste müügi tegevus. Sisuliselt tähendab see, et vaidlustaja ise ei tegelenudki kirjastustegevusega, vaid üksnes müüs vastavaid õiguseid. Samadel alustel ei oma tõenduslikku sisu ega väärtust ka järgnev kirjavahetus ning 2000. aasta eksporditaotlus, milline samuti kajastab üksnes kirjastusõiguste müüki, mitte vaidlustaja poolset kirjastustegevust ning kaubamärgi kasutamist. Kusjuures puudub igasugune informatsioon, et osundatud taotlus üldse kellelegi esitati ja/või rahuldati.

Tea Keeltekooli tegevust kajastavatel väljatrükkidel on toodud keeltekooli tegevus, s.o keelekursuste valik ning kontaktandmed. Kasutatud kaubamärgid erinevad reproduktsioonidelt tähistest, milliste üldtuntust vaidlustusavalduses taotletakse.

Eesti Päevalehes ilmunud artiklites ja ka esitatud trükiste loeteludest ei leia samuti kaubamärkide kasutamist, milliste üldtuntust taotletakse.

Tõlkimata kirjavahetus, millisel kajastatust nähtub, et Keelefirma TEA on avaldanud soovi avaldada Eestis erinevate välisriikide trükiseid. Puuduvad andmed, et kirjavahetuses mainitud trükised ka avaldati ning juhul, kui avaldati, milliseid kaubamärke seal kasutati, et võiks järeldada kirjavahetuse tõenduslikku seost käesoleva kaasusega.

Vaidlustajad viitavad vaidlustusavalduses küll põgusalt KaMS § 12 lõikele 1, kuid jätavad vaidlustusavalduses osundatud normi sisu täielikult tähelepanuta. Nimelt sätestab § 12 kaubamärgi õiguskaitse ulatuse alused, millisteks üldtuntud kaubamärgi puhul on kuju, millisena ta üldtuntuse omandas ning kaupade/teenuste osas on kaitse ulatuseks kaubad/teenused, mille tähistamisega kaubamärk üldtuntuse omandas.

Vaidlustajate esitatud tõendeid analüüsides ei saa ka nõustuda vaidlustajate meelevaldsete järeldustega, et nende kaubamärgid on saavutanud üldtuntuse kõigis vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse nr M200500797 taotletud klassides.

Lisatud materjalidest nähtub mitmete erinevate kaubamärkide kasutamine, s.o puudub kaubamärk, mida on läbivalt ühesuguses kujunduses ja värvilahenduses kasutatud, et saaks väita pikaajalist aktiivset kasutamist ning võimalikku üldtuntust.

Isegi kui nõustuda vaidlustajate kaubamärkide üldtuntusega, siis võiks hüpoteetiliselt üldtuntus esineda üksnes kirjastamise ja keeleõppe osas, kuivõrd nimetatud teenused on ainsad, millised kajastuvad lisatud materjalidel. Samas on endiselt selgusetu milline kaubamärk üldtuntuse on saavutanud, arvestades, et argumentatsioonis on esitatud mitmeid erinevate reproduktsioonidega kaubamärke, millised tõenditel ei esine või on kajastatud üksnes osaliselt.

Enne kaubamärkide võrdlemist soovib taotleja veel remargina komisjoni tähelepanu juhtida vaidlustusavalduses varasemate õigustena toodud registreeringutele nr. 43416, 45700 ja 45701. Nimelt on Tea Kirjastuse AS registreerinud lisaks kaubamärgile TEA ka kaubamärgid „DEA“, „CEA“ ja „GEA“. Nimetatud kaubamärkide registreerimise eesmärki on vaidlustaja selgitanud kaubamärgi „KEA“ registreerimismenetluses ning registreerimise tausta on selgitatud vaidlustaja poolt ka vaidlustusavalduse nr 1002 menetluse jooksul. Kokkuvõtlikult olgu märgitud, et vaidlustaja esitas kaubamärgi registreeringutes nr 43416, 45700 ja 45701 toodud kaubamärgid registreerimiseks eesmärgiga takistada AS Kesk-Eesti Arenduskeskus tegevust.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni oma 19.10.2009.a. otsuses nr 1002-o tuvastas, et *nii Patendiameti ekspertiisis kui ka käesolevas asjas esitatud seisukohtades on taotleja läbivalt põhjendanud kaubamärgi „KEA“ registreerimise taotlemist seoses vajadusega takistada oma (registreeritud ja väidetavalt üldtuntud) kaubamärgiga „TEA“ äravahetamiseni sarnase tähise kasutamist vaidlustaja poolt. Nimetatu ei jäta kahtlust, et kaubamärgitaotluse nr M200401500 esitamisel taotleja mitte ainult ei olnud teadlik kaubamärgi „KEA“ kasutamisest vaidlustaja poolt, vaid taotlus esitatigi ainult eesmärgiga kaubamärgi enda nimele registreerimise kaudu keelata selle kaubamärgi kasutamist vaidlustaja poolt.* Toodu valguses on eriti kummastavad vaidlustusavalduse väited taotleja väidetava pahausksuse kohta.

Taotleja mõõnab, et seni kuni kaubamärk on kehtiv ning kaubamärgi omaniku ainuõigust ei ole tühiseks tunnistatud, tuleb registris olevate kaubamärkidega arvestada, kuid eeltoodu näitab ilmekalt käesoleva vaidlustusavalduse sisu ning eesmärki, so. vaidlustusavalduse esitamise eesmärki ei olnud mitte kaitsta oma õigusi väidetavalt konfliktis oleva AS Kesk-Eesti Arenduskeskus kaubamärgi vastu, vaid pahatahtlikult takistada AS-il Kesk-Eesti Arenduskeskus alates 1993. aastast kasutusel olnud kaubamärgile kaitset saavutada. Nii nagu ka tööstusomandi apellatsioonikomisjon ülaltsiteeritud otsuses sedastas, ei saa kaubamärgi registreerimiseks esitamise ning ka käesoleval juhul vaidlustusavalduse esitamise eesmärki olla takistada taotlejal oma kaubamärgile kaitse saavutamist.

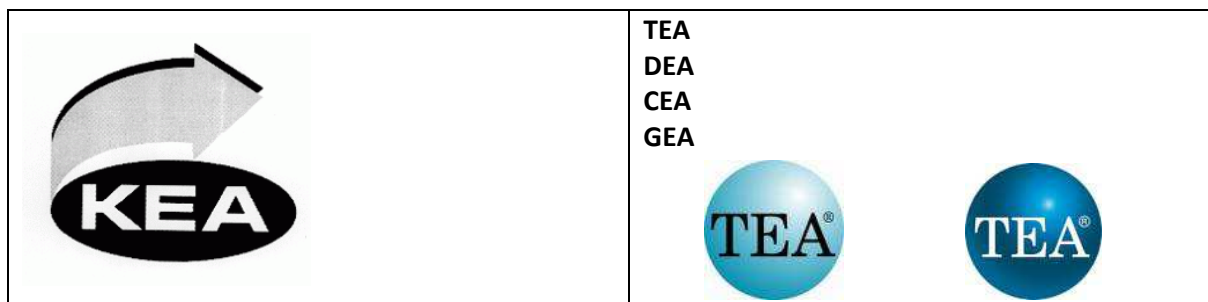
#### Väidetav vastuolu KaMS § 10 lg 1 p 2 ja p 3 sätestatuga

Lisaks varasemate õiguste esinemise aspektile peavad KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamiseks vaadeldavad kaubamärgid olema kas identsed või sarnased ning nimetatud sarnasuse või identsusega peab kaasnema tarbijate poolne kaubamärkide äravahetamise oht, sh. hilisema kaubamärgi assotsieerumine varasemaga. KaMS § 10 lõikes 3 sätestatu kohaldamiseks peab lisaks eeltoodule esinema ka tõenäosus, et hilisema kaubamärgiga võidakse ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet.

Käesoleval juhul ei ole tegemist ei identsete, sarnaste ega ka assotsieeruvate kaubamärkidega, mistõttu puudub ka tõenäosus tarbija eksitamiseks.

Osundatud normide kohaldamiseks tuleb KaMS § 12 kohaselt aluseks võtta kaubamärgi registrisse kantud reproduktsioonid ning kuju, millisena kaubamärk üldtuntuse on saavutanud. Järgnevas tabelis on toodud vaidlustatud kaubamärgi ja vastandatud kaubamärkide reproduktsioonid:

Registreerimistaotlus nr M200500797	Vastandatud kaubamärgid
-------------------------------------	-------------------------



Ülaltoodud kaubamärkide reproduktsioonidest nähtub, et tegemist on täiesti erinevate kaubamärkidega.

Registreerimiseks esitatud kaubamärk koosneb sõnalise osa ja kujundusliku elemendi kombinatsioonist. Sõnalise osa moodustavad akronüüm „KEA“, milline moodustub taotleja ärinime AS Kesk-Eesti Arenduskeskus esitähedest. Seega on kaubamärgil tarbijale mõistetav seos. Kujunduslikult on kasutaud paremale suunatud noole ning ovaali kujutist.

- Vaidlustajate poolsed väited „tähise KEA tungiva põhjusega kasutamise kohta“ on selgelt otsitud ning meelevaldsed. Nimelt väidavad vaidlustajad, et tegemist ei ole ärinime esitähede kombinatsiooniga vaid taotluslikult nende kaubamärgiga sarnase tähise moodustamisega, eesmärgiga kahjustada vaidlustajate kaubamärkide mainet ning eristusvõimet. Tegemist on selgelt ekslike seisukohtadega, millised on muuhulgas ümber lükanud nii Patendiamet oma 14.07.2005.a. teates nr 7/M200401500 (lisa 1), kui ka tööstusomandi apellatsioonikomisjon 19.10.2009.a. otsuses nr 1002-o, s.o *asjas esitatud materjalidest nähtuvalt on vaidlustaja, s.o AS Kesk-Eesti Arenduskeskus 1993. a detsembrist peamiselt koolituse ja konsultatsiooni valdkondades tegutsev ettevõtte. Oma tegevuses on vaidlustaja kasutanud ärinime esitähedest moodustatud lühendit „KEA“, sh osana vaidlustaja logost.*

Vaidlustajate poolt vastandatakse nii sõnalisi kui ka kombineeritud kaubamärke. Kombineeritud märgid, millistele tuginetakse tulenevalt väidetavast üldtuntusest, on esitatud kahes erinevas reproduktsioonis: esimesel on kujutatud tumesinine kera, millel valget värvi trükitähedega kirje TEA ning tähis ® ning teisel helesinist värvi kera, mille paremas ülemises osas heledam laik ning keral musta värvi kirje TEA ning tähis ®.

Võrreldes registreerimiseks esitatud märki esiteks sõnaliste tähistega selgub, et tegemist on erinevate kaubamärkidega. Registreerimiseks esitatud kaubamärk koosneb akronüümist KEA. Kuigi vastandatud kaubamärgid koosnevad ühest sõnast, on sõnaliste osade algusosade erinevus piisav välistamiseks kaubamärkide vahelist kollisiooni. Oluline on märkida, et käesoleval juhul on tegemist äärmiselt lühikeste sõnadega, mistõttu tuleb esinevatele erinevustele eriti suurt rõhku pühendada.

Ka kujunduslike elementide võrdlemisel ilmnevad olulised erinevust tekitavad aspektid. Nimelt kasutatakse registreerimiseks esitatud kaubamärgi puhul tähise kui terviku üldproportsioonidelt olulist kaarjat noole kujutist, milline saab alguse ovaali vasakust servast. Vastandatud kaubamärkidel ei nähtu ükski loetletud element, s.o tähise kujundus koosneb sinist värvi kerast, millel vastavalt kas musta või valget värvi stiliseeritud kirje TEA ning sümbol ®.

Võrreldes kaubamärke häälduslikult, ilmneb selgelt märkide foneetiline erinevus, mida eriliselt rõhutab tähiste KEA ja TEA esitähede erinevus. Nimelt häälduvad tähed T ja K täiesti erinevalt ning tarbijale on see erinevus tajutav ning eristatav.

Semantilistelt kaubamärke võrreldes on vaidlustajad vasturääkivalt enda poolt esitatule märkinud, et kaubamärkide osadel TEA ja KEA puuduvad tähendused. Sõna TEA tähendus on Eesti tarbijale üheselt arusaadav kui sõna „teadma“ vorm (lisa 2). Nimetatud vorm on ka Eesti igapäevases keelekasutuses laialt levinud. Seega on tarbijale see koheselt arusaadav ning mõistetav. Ka vaidlustatud kaubamärgi osa KEA tähendus on tarbijale koheselt tajutav – **KESK-EESTI ARENDUSKESKUS** akronüümina.

Mõnevõrra haritumale tarbijale on KEA mõistetav ka kui teatav linnu liigi nimetus. Seega on ka semantilisest aspektist vaadatuna tegemist täiesti erinevate kaubamärkidega.

#### Kaubamärkide äravahetamine ning võimalik assotsieerumine

Taotleja hinnangul ei esine käesoleval juhul ei kaubamärkide tarbija poolset äravahetamise tõenäosust ega ka kaubamärkide assotsieerumist.

Taotleja viitab ka Patendiameti poolt registreerimistaotluse nr M200401500 ekspertiisi käigus väljendatud seisukohtadele. Nimelt on Patendiamet oma 21.10.2005.a. kaubamärgi registreerimise taotluse puuduste kõrvaldamise ja selgituste andmise teates (lisa 3) TEA KIRJASTUS AS tähelepanu juhtinud asjaolule, *et antud juhul on tegemist tähisega KEA ning seega jääb ebaselgeks, mis põhjusel peaks Patendiamet arvestama antud olukorras ettevõtte TEA Kirjastus või kaubamärgi TEA tuntust. Registreerimiseks on esitatud täiesti uus ja iseseisev, kaubamärgist TEA sõltumatu tähis KEA.*

Seega on ka Patendiamet sedastanud, et ka sõnaliste kaubamärkide TEA ja KEA näol on tegemist täiesti erinevate, üksteisest sõltumatute tähistega.

Võimalikku assotsieerumist ning tarbijapoolset eksitamist välistavaks argumendiks on ka kontseptuaalse sarnasuse puudumine vaadeldavate kaubamärkide vahel. Taotleja rõhutab täiendavalt registreerimiseks esitatud kaubamärgis sisalduvale kontseptuaalsele seosele sõnaliste elementide vahel. Akronüüm KEA on tuletatud Kesk-Eesti Arenduskeskus esitähedest ning tarbijale on see kaubamärgiga kokku puutudes ka koheselt tajutav. Samuti on Eesti tarbijale koheselt tajutav ning mõistetav vastandatud kaubamärkide sõna TEA. Eesti tarbija jaoks ei ole tegemist sõnavaralise leiutise või neologismiga, vaid selgelt sõna TEADMA vormiga. Ka Patendiamet on vastandatud kaubamärgile TEA (reg. nr. 42667) (vaidlustusavalduse lisa 2b) ekspertiisi tehes samale järeldusele jõudnud. Nimelt on kaubamärk registreeritud „kasutamise tulemusena omandatud eristusvõime või üldtuntuse alusel“. Eristusvõimelise kaubamärgi puhul puudub nimetatud kaitse omandamise viisiks vajadus ning põhjus.

Vaidlustajad on esitanud meilivahetuse ning Lõunalehes avaldatud artikli väites, et osundatud materjalid kinnitavad kaubamärkide äravahetamist tarbija poolt. Tegemist on selgelt eksliku seisukohaga kuivõrd meiliaadressides ei kasutata kaubamärke, veel vähem kombineeritud kaubamärki (milline on antud juhul vaidlustatud). Samas ei saa ka ühe meilivahetuse alusel 17 aasta jooksul teha mingeid põhjanevaid järeldusi kaubamärkide võimaliku kollisiooni suhtes.

Samuti on täielikult meelevaldne vaidlustajate järeldus, et meiliaadress [tea@kea.ee](mailto:tea@kea.ee) on selgelt tarbija eksitamise ning vaidlustajate kaubamärkide eristusvõime ning maine kahjustamise eesmärgil loodud ning kasutatud aadress.

#### Väidetav vaidlustajate kaubamärkide maine ebaaus ärakasutamine

Taotleja hinnangul on vaidlustajate viited võimalusele, et *tulevikus võib tekkida olukord, kus varasemate tuntud vaidlustaja kaubamärkide tuntus ja hea maine hakkab n.ö töötama kaubamärgitaotleja kasuks, reklaamides kaudselt ka tema kaupu/teenuseid ning ülekantuna kaubamärgitaotleja kaubamärgile KEA + kuju võib hakata tarbijaid mõjutama positiivselt valima kaubamärgitaotleja kaupu ja teenuseid ning ühtlasi tekitades tarbijates segadust, selgelt liialdatud ning meelevaldsed. On selge, et kui juba alates 1994. aastast ei ole vaidlustajate poolt kirjeldatud olukordi esinenud, ei ole tarbija eksitamine ning väidetava maine ning eristusvõime kahjustamine või ära kasutamine tõenäoline ka tulevikus.*

Taotleja rõhutab, et nii taotleja kui ka vaidlustajad on tegevad erinevates turusegmentides, s.o vaidlustajad tegelevad kirjastamise ja keelekursuste läbiviimisega, samas kui taotleja tegeleb üksnes täiskasvanute täiendus- ja ümberõppega. Juba toodu annab kinnitust konflikti puudumiseks vaadeldavate kaubamärkide vahel.

#### Väidetav vastuolu KaMS § 10 lg 1 p 4 sätestatuga

Vaidlustajad tuginevad vaidlustusavalduses KaMS § 10 lg 1 p 4 sätestatule. Nimetatud normi kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või eksitavalt sarnane enne taotluse esitamise kuupäeva, rahvusvahelise registreerimise kuupäeva või prioriteedi kuupäeva äriregistrisse kantud ärinimega ning vastava ettevõtja tegevusala kuulub samasse valdkonda kauba või teenusega, mille tähistamiseks kaubamärki kasutatakse või kavatsetakse kasutada.

Osundatud kaubamärgiseaduse normi võimalikul kohaldamisel on vaatluse all alljärgnevalt toodud kaubamärk ja ärinimed:

#### AS TEA KIRJASTUS



#### AS TEA KEELEÕPETUS

Äriseadustiku kohaselt on ärinimi äriregistrisse kantud nimi, mille all ettevõtja tegutseb.

Samuti peab aktsiaseltsi ärinimi sisaldama täiendit "aktsiaselts". Seega on KaMS § 10 lg 1 p 4 kohaldamiseks vastandatud ärinimedeks AS TEA KIRJASTUS ja AS TEA KEELEÕPETUS kui tervikud. Esitatud kaubamärgi reproduktiooni ja ärinimede võrdlemisel selgub, et tegemist ei ole KaMS § 10 lg 1 p 4 tähenduses ei identsete ega ka eksitavalt sarnaste kaubamärgi ja ärinimedega, nagu ekslikult üritavad korduvalt väita vaidlustajad. Registreerimiseks esitatud kaubamärk koosneb sõnalise osa ja kujundusliku elemendi kombinatsioonist. Sõnalise osa moodustab taotleja ärinime esitähedest moodustatud akronüüm „KEA“. Seetõttu on kaubamärgil ka tarbijale mõistetav seos.

Vastandatud ärinimed koosnevad kolmest sõnalisest osast, so. lühendist AS ning sõnadest vastavalt TEA KIRJASTUS ja TEA KEELEÕPETUS.

Ekslik on vaidlustajate väide nagu ärinimede hulka ei kuulu sõnad KIRJASTUS ja KEELEÕPETUS ning neid ei saa ka väidetavalt KaMS § 10 lg 1 p 4 kohaldamisel arvestada, . Nagu eelnevalt viidatud äriseadustik selgelt sätestab, on ettevõtte ärinimi äriregistrisse kantud nimi, mitte selle üksik osa või osad. Seega tuleb hinnata äriregistrisse kantud nime kui terviku võimalikku kollisiooni vastandatud kaubamärgiga.

Käesoleval juhul kaubamärk ja ärinimed ei ole ei identsed ega ka eksitavalt sarnased. Erinevused tulenevad nii kaubamärgi puhul kasutatavast kujunduslikust elemendist kui ka täiendavatest sõnalistest osadest. Ärinimedes on samuti kasutatud selgelt äriühingu tegevusele viitavaid täiendavaid sõnalisi osi viidates, et tegeletakse vastavalt kirjastustegevuse ning keelõppega.

Ka tegevusaladega seonduvalt on vaidlustajad meelevaldselt tegevusalade ulatust laiendanud mitte lähtudes vaidlustajate poolt äriregistrile teatatud tegevusaladest. Äriregistrile on vaidlustajad teatanud, et tegeletakse kirjastamise ja keelõppega. Sisuliselt võiks öelda, et mõlemal juhul on tegemist klassi 41 kuuluvate teenustega. Vaidlustajad aga üritavad ekslikult jätta muljet, et kirjastamine ja keelõpe katavad automaatselt ka kõik ülejäänud registreerimistaotluses nr M200500797 toodud kaubad ja teenused.

#### Väidetav taotluse pahauskne esitamine

Taotleja hinnangul on vaidlustajad pahausksuse hindamise kriteeriumeid hinnanud üksnes osaliselt. Siinkohal viitab taotleja nii apellatsioonikomisjoni kui ka kohtu praktikale, millistes on välja kujunenud seisukoht, et pahauskne on selline registreerimistaotlus, mille esitaja teadis teisele isikule kuuluvast kasutusel olevast kaubamärgist ning taotlus on esitatud eesmärgiga saada enda omandusse teise isiku poolt välja töötatud ja kasutusel olev kaubamärk.

Pahausksuse sisustamisel tuleb lähtuda ka kaubamärgi funktsioonist ning seaduses sätestatud kaubamärgi registreerimise eesmärgist. Kaubamärgi funktsiooniks on tulenevalt KaMS § 3 eristada isiku kaupu ja teenuseid teiste isikute samaliigilistest kaupadest ja teenustest.

Arvestades, et käesoleval juhul on tegemist taotleja poolt välja töötatud, taotleja ärinime sisaldava ning alates 1993. aastast kasutusel oleva kaubamärgiga, on selgelt sisutud vaidlustajate väited nagu oleks seesama 17 aastat probleemideta kasutusel olnud kaubamärgi registreerimiseks esitamine taotleja poolne pahatahtlik tegevus. Mistahes taotleja poolset väidetavat pahatahtlust puudutavad argumendid antud kaasuses on selgelt otsitud, väited paljasõnalised ning järeldused meelevaldsed.

#### Taotleja kaubamärgi üldtuntus

Taotleja kaubamärk "KEA" on Eesti tarbijate seas üldtuntud kaubamärk ning seda on aktiivselt kasutatud juba alates 1993. aastast. 1998. aastal loodi AS Kesk-Eesti Arenduskeskuse juurde KEA Erakool, kus viiakse läbi ümberõppekursuseid, tööalast täiendkoolitust ja vabahariduskoolitust. KEA Erakool pakub kõrgel tasemel koolitust, arvestades sihtgruppide probleeme, taotlusi ja huve. Sihtgruppideks on töötajad ja töötud, ametiõppijad, haridustöötajad, ettevõtjad, kohalike omavalitsuste ja riigiasutuste töötajad jt koolitushuvilised. Praeguseks on KEA-l 14 õppekeskust üle Eesti. Haridus- ja Teadusministeerium on AS-ile Kesk-Eesti Arenduskeskus väljastanud täiskasvanute koolitamiseks mitu koolitusluba (Lisa 4).

Kesk-Eesti Arenduskeskus AS on olnud aastatel 1998 ja 2003-2005 ja on ka praegu Eesti Kaubandus-Tööstuskoja Liige (Lisad 5-8). 1996. aasta Paide ettevõtete TOP '96 saavutas KEA esikoha (Lisa 9). 1997 aasta majandusnäitajate põhjal pälvis AS Kesk-Eesti Arenduskeskus ajalehe Äripäev Koolituse TOP 30-s III koha (Lisa 10). 1999. aastal pälvis AS Kesk-Eesti Arenduskeskus Paide ettevõtete seas I koha (Lisa 11). KEA on valiti 2002. aastal Paide majandusruumi ettevõtete TOP-is esikohale (Lisa 12). KEA on alates 30.05.2003.a. Eesti Täiskasvanute Koolitajate Assotsiatsiooni ANDRAS liige (Lisa 13). KEA-le on omistatud mitmeid tänukirju meeldiva ja tulemusrikka koostöö eest (Lisad 14-17). Kõik nimetatud ning lisatud tõendid aga ka Interneti portaalis NETI, DELFI ja GOOGLE teostatud KEA Kesk-Eesti Arenduskeskus otsingu tulemused, erinevad artiklid, näitavad ilmekalt taotleja kaubamärgi KEA katkematut pikaajalist kasutamist, üldtuntust ning kõrget renomeed Eesti tarbijate seas (lisad 18-19).

Käesolevale vastusele on lisatud ka arvukalt väljatrükke erinevatest artiklitest nii Internetist kui ka koopiaid trükimeediast (lisa 20-34). Kõik lisatud tõendid kinnitavad, et KEA on AS Kesk-Eesti Arenduskeskus esitähedest moodustatud akronüüm; tarbijad teavad tähist KEA kui taotlejale kuuluvat kaubamärki; kaubamärk KEA on seostatav üksnes ja ainult taotlejaga; tarbijapoolne eksitamine vaidlustajate kaubamärkide ja ärinimedega on välistatud.

Antud juhul on taotleja kaubamärk omandanud Eesti tarbijate seas üldtuntud kaubamärgi staatuse, milline asjaolu ühtlasi võimaldab tarbijale mistahes kujul kaubamärgiga KEA kokku puutudes seostada seda üksnes ja ainult taotlejaga. Osundatu välistab võimaluse, et tarbija võiks vaidlustatud kaubamärki seostada vaidlustajatega või nende kaubamärkidega. Seega on esitatud vaidlustusavaldus ainetu ning selle rahuldamiseks puuduvad argumendi ja tõendid.

Taotleja palub lugeda kaubamärk „KEA + kuju“ üldtuntuks AS Kesk-Eesti Arenduskeskus kaubamärgiks ning jätta vaidlustusavaldus nr 1316 rahuldamata ning Patendiameti otsus nr 7/M200500797 kaubamärgi „KEA + kuju“ AS Kesk-Eesti Arenduskeskus nimele registreerimise kohta muutmata.

Seisukohtadele oli lisatud:

1. Koopia Patendiameti 14.07.2005.a. teatest nr. 7/M200401500;
2. Väljatrükk EKI veebilehelt sõna „tea“ tähenduse kohta;
3. Koopia Patendiameti 21.10.2005.a. teatest nr 7/M200401500;
4. Väljatrükk veebilehelt [www.kea.ee](http://www.kea.ee);
5. Koopia Kesk-Eesti Arenduskeskusele 1998. aastal väljastatud tunnistusest;
6. Koopia Kesk-Eesti Arenduskeskusele 2003. aastal väljastatud tunnistusest;
7. Koopia Kesk-Eesti Arenduskeskusele 2004. aastal väljastatud tunnistusest;
8. Koopia Kesk-Eesti Arenduskeskusele 2005. aastal väljastatud tunnistusest;



9. 29.10.1997.a. välja antud tunnustus Paide Ettevõtete TOP 96 võitja kohta;
10. 28.10.1998.a. välja antud tunnustus Äripäeva Koolituse TOP 30 III koha saavutamise kohta;
11. Tunnustus Paide majandusruumi ettevõtete TOP 2002 hulka kuulumise kohta;
12. Tunnustus Paide ettevõtete TOP 99 I koha saavutamise kohta;
13. Tunnustus 30.05.2003.a. Eesti Täiskasvanute Koolitajate Assotsiatsiooni ANDRAS liikmelisuse kohta;
14. Paide Shanty 2002 tänukiri AS-ile KEA;
15. Paide Shanty 2003 tänukiri AS-ile KEA;
16. Tänu kiri 1999-2000 koostöö eest Euroopa Liidu Phare programmiga;
17. Tänu kiri Mitte-Eestlaste Integratsiooni Sihtasutusega koostöö eest;
18. Väljatrükk veebikeskkonnas [www.neti.ee](http://www.neti.ee) teostatud otsingu tulemustest;
19. Väljatrükk veebikeskkonnas Google teostatud otsingu tulemustest;
20. Väljatrükk Delfi otsingusüsteemis teostatud otsingu tulemuste kohta;
21. Väljatrükk Äripäev Online 01.02.2005.a. artiklist „Tööturuamet koolitab ümber 4000 töötut“;
22. Väljatrükk 15.09.2005.a. ajalehe Valgamaalane elektroonilisest väljaandest artikli „Selver koolitab müüjaid tööhõiveameti vahendusel“;
23. Väljatrükk ajakirja LUUP 25.01.1999.a. avaldatud artiklist „Suurmaaomanik äratas surnud hingi“;
24. Koopia artiklist „Koolitusfirma areneb edasi“;
25. Koopia artiklist „Seminar rõhutas koostöövajadust“;
26. Koopia artiklist „Jõuluaeg on teeb inimesed heldeks“;
27. Koopia 28.08.2004.a. ajalehes Järva Teataja ilmunud artiklist;
28. Koopia 21.08.2004.a. Õpetajate Lehes ilmunud artiklist;
29. Koopia Võru Teatajas avaldatud artiklist;
30. Koopia 26.01.2005.a. Virumaa Teatajas avaldatud artiklist;
31. Koopia 18.12.2003.a. ajalehes Vooremaa avaldatud artiklist;
32. Koopia 14.04.2004.a. ajalehes Põhjarannik avaldatud reklaamist;
33. Koopia Äripäevas 27.01.1999.a. avaldatud artiklist;
34. Koopia artiklist „Täiendõpe sisendab kindlust“.

06.07.2011 esitas taotleja tõendid, et ta on piiranud oma kaubamärki teenustega klassis 41 - *haridusteenused, koolitusteenused; täiskasvanute täiend- ja ümberõpe; kutsenõustus.*

18.01.2012 esitas vaidlustajate esindaja vastuse taotleja seisukohtadele ja esitatud tõenditele, milles ta jäi vaidlustusavalduses esitatud seisukohtade juurde.

23.04.2012 esitas vaidlustaja oma lõplikud seisukohad.

22.05.2012 esitas taotleja oma lõplikud seisukohad.

**Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas 02.07.2012.**

#### **Komisjoni seisukohad ja otsus**

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

Patendiamet on vastu võtnud otsuse registreerida taotleja kaubamärk KEA+ kuju (taotlus nr

M200500797, taotluse kuupäev 15.06.2005)



klassides 9, 16, 35, 41, 42.



28.06.2011 piiras taotleja kaubamärgi taotluses nr M200500797 esitatud kaupade ja teenuste loetelu ning nüüdseks hõlmab kaubamärgitaotlus järgmisi teenuseid: klass 41 - *haridusteenused, koolitusteenused; täiskasvanute täiend- ja ümberõpe; kutsenõustus.*

Vaidlustajale AS TEA Kirjastus kuuluvad kõik vaidlustusavalduses märgitud registreeritud kaubamärgid. Vaidlustajale AS TEA Keeleõpetus ühtegi registreeritud kaubamärki ei kuulu.

Vaidlust ei ole selles, et kõik vaidlustaja registreeritud kaubamärgid on taotleja kaubamärgi suhtes varasemad.

Vaidlustajad leiavad, et vaidlustatud kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 punktidega 2, 3, 4 ja § 9 lg 1 p-ga 10.

KaMS § 10 lg 1 punktide 2, 3 kohaselt ei saa kaubamärk õiguskaitset, mis on identne või sarnane (sh assotsieeruv) varasema kaubamärgiga.

KaMS § 10 lg 1 p 4 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis on identne või eksitavalt sarnane enne taotluse esitamise kuupäeva äriregistrisse kantud ärinimega ning vastava ettevõtja tegevusala kuulub samasse valdkonda kauba või teenusega, mille tähistamiseks kaubamärki kasutatakse või kavatakse kasutada.

Komisjoni hinnangul ei ole taotleja kaubamärk vaidlustajate kaubamärkidega identne või sarnane (sh assotsieeruv), samuti ei ole see identne või eksitavalt sarnane enne taotluse esitamise kuupäeva äriregistrisse kantud vaidlustajate ärinimega.



Vaidlustaja TEA Kirjastus AS kaubamärgid koosnevad üksikutest ja lühikestest sõnadest TEA, DEA, GEA, CEA, millest TEA omab tähendust vastavalt tegusõna teadma ühe vormina ja DEA ning GEA naisterahvaste nimedena. Semantilise aspektist vaadatuna on need tähised vaidlustatud kaubamärgist seega erinevad, kuivõrd tähisel KEA puudub eesti keeles enamusele elanikkonnast tähendus (väike osa võib seda sõna seostada papagoide perekonda kuuluva linnuliigiga) ning tegemist on lühendiga taotleja ärinimest. Kuna võrdlusaluste tähiste sõnaliste osade puhul on tegemist lühikeste sõnadega, siis omab nende eristamisel suurt tähtsust ka erinev algustäht.

Taotleja kaubamärk on kombineeritud kaubamärk. Kaubamärk koosneb kujundist ja sõnast KEA. KEA on ettevõtte nime KESK-EESTI ARENDUSKESKUS esitähedest moodustatud akronüüm. Komisjoni hinnangul on kaubamärk KEA + kuju tervikuna eristusvõimeline. Komisjon nõustub taotleja väidetega, et võrreldavad kaubamärgid ei ole äravahetamiseni sarnased (sh assotsieeruvad) foneetiliselt, semantiliselt ega visuaalselt ning ei pea vajalikuks neid korrata

Vaidlustaja ärinimed on TEA Kirjastus AS ja TEA Keeleõpetus AS. Taotleja kaubamärk koosneb kujundist ja sõnast KEA. Taotleja kaubamärk sisaldab muuhulgas taotleja ärinime akronüümi ja ei ole identne ega eksitavalt sarnane vaidlustajate ärinimedega.

KaMS § 9 lg 1 p 10 kohaselt ei saa õiguskaitset tähis, mille registreerimist taotlev isik on esitanud taotluse pahauskselt või mida on hakatud kasutama pahauskselt.

AS Kesk-Eesti Arenduskeskus on kantud ettevõtlusregistrisse 10.12.1993 ning äriregistrisse 08.09.1997 ning on kasutanud tähist KEA (ettevõtte nime esitähedest moodustatud akronüüm) alates 1993.a. Vaidlustajad ei ole taotleja pahausksust tõendanud, küll on aga tõendatud vaidlustajate pahausksus TOAK 19.10.2009 otsusega nr 1002-o, milles leiti, et TEA Kirjastus AS on 08.10.2004 esitanud taotluse kaubamärgi KEA registreerimiseks pahauskselt.

Vaidlust ei ole selles, et vaidlustajad kasutavad registreerimata kaubamärke  ja .

Esitatud tõenditest ei selgu, mis ajast need kaubamärgid kasutusel on ja mis ajast ning mille alusel on need väidetava üldtuntuse omandanud. Seega ei saa komisjon käesolevas asjas nende märkide üldtuntust hinnata.

Komisjon, analüüsinud esitatud materjale, leiab, et vaidlustaja registreeritud sõnamärkide TEA (reg nr 14740 ja 42667) üldtuntust oleks võimalik hinnata üksnes kirjastamise ja keeleõppe osas. Samas, kuna komisjoni hinnangul ei ole võrreldavad märgid äravahetamiseni sarnased, puudub vajadus nimetatud märkide üldtuntust hinnata.

Lisaks ei pea komisjon vajalikuks hinnata taotleja kaubamärgi üldtuntust, kuna ka taotleja ise leiab, et tema kaubamärk ei ole äravahetamiseni sarnane vaidlustaja kaubamärgiga ja seega taotleja seisukohast puudub kaubamärkide vahel konflikt.



Vaidlustaja poolt võrdlemiseks esitatud kaubamärki käesolevas vaidluses komisjon ei hinda, kuivõrd see tähis ei ole käesoleva vaidlustusavalduse objektiks.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 61 lg-st 1, KaMS § 41 lg 3 komisjon,

#### **o t s u s t a s:**

#### **jätta vaidlustusavaldused rahuldamata**

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

Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kolme 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.

Allkirjad:

E. Sassian

K. Tillberg

M. Tähepõld