

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1458-o

Tallinnas 26. augustil 2014.a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Priit Lello (eesistuja), Harri-Koit Lahek ja Margus Tähepõld vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku JOSEPH VÖGELE AG (Joseph-Vögele-Str. 1, 67067 Ludwigshafen, DE) vaidlustusavalduse kaubamärgi „ROADSCAN + kuju“ (rahvusvahelise registreeringu nr 1109062) registreerimise otsuse tühistamiseks.

Vaidlustusavaldus on võetud tööstusomandi apellatsioonikomisjoni (edaspidi apellatsioonikomisjon) menetlusse nr 1458 all.

Vaidlustajat, JOSEPH VÖGELE AG, (edaspidi vaidlustaja), esindab patendivolinik Ingrid Matsina (AAA Patendibüroo OÜ).

I Asjaolud ja menetluse käik

Patendiamet on võtnud vastu otsuse rahvusvahelise kaubamärgi „ROADSCAN + kuju“ (rahvusvahelise registreeringu nr 1109062) registreerimise kohta Eestis välismaise juriidilise isiku DONGTAILI (XIAMEN) ELECTRONIC, LTD (Room 301, No.366 Banqiao Road, Jimei District, Xiamen City Fujian Province CN) (edaspidi taotleja) nimele klassi nr 9 kuuluvate kaupade suhtes.

Kaubamärgi reproduktsioon on järgmine:



Patendiameti kaubamärgiregistris on kaubamärk registreeritud Nizza klassifikatsiooni klassis nr 9 loetletud kaupade suhtes järgmiselt:

Klass 9: Radar apparatus; alarms; traffic signal (signaling device); navigational instruments; satellite navigational instruments; monitoring apparatus, electric; speed checking apparatus for vehicles; computer peripheral devices; quantity indicators; surveying apparatus and instruments.

Rahvusvahelise registreeringu registreerimise teade avaldati Patendiameti ametlikus väljaandes „Eesti Kaubamärgileht“ 3/2013.

Vaidlustaja põhiseisukohad

Vaidlustajale kuulub Ühenduse kaubamärk: RoadScan, registreering nr 002811511, taotluse esitamise kuupäev 13. august 2002. Kaubamärk on registreeritud klassi 9 kuuluvate järgmiste kaupade suhtes: electronic apparatus for measuring distance and height, in particular for construction machines (elektroonikaseadmed kauguse ja kõrguse mõõtmiseks, eriti ehitusmasinate jaoks).

Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus registreerida kaubamärk ROADSCAN + kuju taotleja nimele on väär ning vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) normidega. Vaidlustusavalduse esitaja leiab, et Patendiameti otsusega on rikutud tema õigusi ja seadusega kaitstud huvisid. Kaubamärgi ROADSCAN + kuju registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2.

Vaidlustaja on varasema kaubamärgi omanik KaMS § 11 lg 1 p 6 tähenduses. Vaidlustaja Ühenduse kaubamärgi RoadScan (reg nr 002811511) taotluse esitamise kuupäev 13. august 2002 on varasem kui vaidlustatud kaubamärgi rahvusvahelise registreerimise kuupäev 16. jaanuar 2012.

Kaubamärgiseaduse tõlgendamisel on kohaldatavad Euroopa Kohtu lahendid seoses Esimese Nõukogu direktiiviga 2008/95/EÜ 22. oktoobrist 2008 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta. Euroopa Kohus on 11. novembri 1997 otsuses C-251/95 Sabèl BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport (European Court reports 1997 page I-06191) leidnud, et äravahetamise tõenäosust peab hindama globaalselt, arvesse võttes kõiki tegureid, mis on asjakohased seoses juhtumi asjaoludega. Globaalne hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente. Märkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasjal, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, vaid pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele. Arvestada tuleb ka seda, et tarbijatel puudub võimalus üldjuhul märke üheaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti varasemast märgist. Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on märkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad kui nende erinevused.

Vaidlustaja kaubamärgi ainsaks ja seega domineerivaks ja eristusvõimeliseks elemendiks on sõna RoadScan. Taotleja kaubamärk on kombineeritud kaubamärk, mis on moodustatud sõnast ROADSCAN ja selle kohale paigutatud kujunduselemendist (hieroglüüfidest). Tööstusomandi apellatsioonikomisjon on oma 12. jaanuari 2012 otsuses nr 1317-o märkinud: „Kuna vastandatud kaubamärgid on kombineeritud kaubamärgid, siis on võetud omaks seisukoht, et kombineeritud märgis on üldjuhul esmatähtsaks selle eristav sõnaline osa“. Taotleja kaubamärgis sisalduvad hieroglüüfid, mis vaidlustaja hinnangul on keskmise Eesti tarbija jaoks tajutavad vaid kujunduselementidena. Vaidlustaja leiab, et taotleja kaubamärgil on esmatähtsaks sõnaline osa, sest kujundelemendiks olevad hieroglüüfid ei ole Eesti tarbija jaoks sisuliselt arusaadavad ja väljanägemise poolest meelde jäävad. Seega ei ole tõenäoline, et tarbija hakkaks kaubamärkide eristamisel neist lähtuma. Kaubamärkide domineerivaks ja eristusvõimeliseks osaks on nende sõnalised elemendid RoadScan ja ROADSCAN.

Vaidlustaja kaubamärk RoadScan sisaldub tervikuna taotleja kaubamärgis. Taotleja kaubamärgis sisaldub lisaks sõnale ROADSCAN kujunduselement, mis Eesti tarbija jaoks ei ole sisuliselt arusaadav ja mingit tähendust või sõnumit ei edasta. Seega saab kontseptuaalse sarnasuse hindamisel lähtuda vaid

kaubamärkide sõnalistest osadest, mis on identsed. Vaidlustaja leiab, et vaadeldavad kaubamärgid tervikuna on kontseptuaalselt identsed.

Foneetiliselt on vaidlustaja ja taotleja kaubamärgid sarnased ühise elemendi ROADSCAN tõttu, kusjuures just see element on eristav ja domineeriv ning tarbijale meelde jääv. Vaidlustaja kaubamärk koosneb ainult sõnast RoadScan. Taotleja kaubamärk koosneb sõnalisest osast ROADSCAN ja hieroglüüfidest. Kuigi taotleja kaubamärgil sisalduvatel hieroglüüfidel on eeldatavasti olemas hääldus, ei ole see Eesti tarbija jaoks teada. Seega ei ole Eesti tarbijal võimalik ka hieroglüüfe kaubamärgi foneetiliselt kasutamisel väljendada ja ta saab lähtuda vaid sõnalisest osast ROADSCAN. Vaidlustaja leiab, et foneetiliselt on vaadeldavad kaubamärgid identsed.

Ka visuaalselt on vaidlustaja ja taotleja kaubamärgid sarnased elementide ROADSCAN kokkulangevuse tõttu. Kuigi taotleja kaubamärk sisaldab mahukat kujunduslikku osa hieroglüüfide näol, on see Eesti tarbijale rohkete arusaamatute elementide ning mõistetamatu sisu tõttu raskesti meelde jääv. Seetõttu leiab vaidlustaja, et ka taotleja kaubamärki visuaalselt tajudes lähtub Eesti tarbija eelkõige selle sõnalisest osast. Vaidlustaja leiab, et visuaalselt on kaubamärgid sarnased.

Mõlema kaubamärgiga tähistatavateks kaupadeks on elektroonilised seadmed, millel on identne või sarnane funktsioon. Vaidlustaja kaubamärk on registreeritud kauguse ja kõrguse mõõtmiseks kasutatavatele elektroonikaseadmetele. Täpselt sama funktsiooni sisaldavad taotleja kaubad radarseadmed, navigatsiooniseadmed, satelliitnavigatsiooniseadmed, elektrilised seireseadmed, sõidukite kiiruskontrolli seadmed, geodeesiaaparaadid ja –seadmed. Seega on nende näol tegemist vaidlustaja kaupadega hõlmatud ja järelikult identsete kaupadega. Ka taotleja kaubad alarmid, foorid (signaalseadmed), arvutite välisseadmed, koguseindikaatorid on elektroonikaseadmed, millel on mõõtmise ja/või vastavate andmete säilitamise funktsioon. Tegemist on samaliigiliste kaupadega, sest nad on sarnase funktsiooniga ja/või täiendavad üksteist. Vaidlustaja leiab, et valdav osa taotleja kaupadest on vaidlustaja kaupadega identsed ning ülejäänud samaliigilised.

Kaubamärkide võrdlemisel tuleb silmas pidada, et tarbijal ei ole reeglina võimalik eri kaupade vahel valiku tegemisel ja ostu sooritamisel kaubamärke vahetult võrrelda. Tarbija peab oma valiku tegema oma ebatäiuslikust mälu pildist lähtuvalt (C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, p 26). Taotleja ja vaidlustaja kaubamärkide domineerivad elemendid, kaubamärgi sõnalised osad, on identsed. Vaidlustaja kaubamärgis puuduvad muud elemendid. Taotleja kaubamärgis sõnale ROADSCAN kujundusliku elemendi hieroglüüfide lisamine ei ole piisav selleks, et neid kaubamärke omavahel eristada ning hoida ära sarnasest üldmuljest tulenevat äravahetamise ohtu. Ei ole tõenäoline, et Eesti tarbija suudaks oma mälu sellist kujunduselementi adekvaatselt talletada ning kaupa valides sellisest kujundelemendist lähtuda. Samuti on tarbijad harjunud, et kaubamärgiomanikud kasutavad oma kaubamärke nii sõnaliselt vormis kui ka erinevate kujundustega. Seetõttu, kui ühel isikul on sõnaline kaubamärk ja teine isik kasutab sama kaubamärki kujundatuna, siis seostavad tarbijad seda kujundatud kaubamärki väga suure tõenäosusega sõnalise kaubamärgi omanikuga ja eeldavad, et need kaubamärgid tähistavad sama päritoluga tooteid. Eeltoodud asjaolusid arvesse võttes on tõenäoline, et tarbijad hakkavad ka taotleja kaubamärki eelkõige seostama ja meenutama sõnaga ROADSCAN, mis on aga vaidlustaja kaubamärk. Euroopa Kohtus on 29. septembril 1997 otsuses kohtuasjas C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha vs Metro-Goldwyn-Mayer Inc., punktis 17 leidnud, et “väiksem sarnasuse tase kaupade või teenuste osas võib olla ülekaalutud kaubamärkidest pärineva suurema märkide

sarnasusega ja vice versa". Seega suurendab äravahetamise tõenäosust veelgi asjaolu, et valdavalt on tegemist identsete kaupadega.

Arvestades eeltoodud asjaolusid ning kaubamärkide foneetilist ja kontseptuaalset identsust, visuaalset sarnasust ja kaupade valdavalt identsust, leiab vaidlustaja, et esineb märkimisväärne tõenäosus kaubamärkide RoadScan ja ROADSCAN + kuju äravahetamiseks tarbija poolt, s.t esineb tõenäosus, et tarbija ajab segamini vaadeldavad kaubamärgid (otsese äravahetamise tõenäosus) või seostab vaadeldavate kaubamärkide omanikke (kaudse äravahetamise tõenäosus). Apellatsioonikomisjon on varasemas praktikas leidnud, et äravahetamise tõenäosus on olemas järgmiste, antud vaidlusega analoogiliste juhtumite puhul: 1298-o Royal BLUE + kuju vs Royal Blue, 1379-o RANCO vs RAMKO+kuju, 1247-o AVEDA vs AVERA+kuju, 1250/1251-o Taluvõie vs TALUVÕIE jm+kuju, 1169-o SMILE vs SMILE direct+kuju, 881-o FABERGE vs FABERGE ART'S+kuju, 1088-o VOYAGER vs Voyager + kuju, 878-o VIGOR vs VIGOR+kuju, 1061-o Nelson vs Nelson+kuju.

Lähtudes ülaltoodust, palub vaidlustaja tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi ROADSCAN + kuju (taotluse nr R201200358, rahvusvahelise registreeringu nr 1109062) registreerimise kohta taotleja nimele.

Taotleja seisukohad

Taotlejale anti tähtaeg määrata endale esindaja ja vastata vaidlustusavaldusele hiljemalt 15. augustiks 2013. Taotleja ei ole menetluses osalemise soovist teatanud ega vaidlustusavaldusele vastanud.

Vaidlustaja lõplikud seisukohad

Lõplikes seisukohtades jäi vaidlustaja vaidlustusavalduses esitatud põhjenduste juurde.

II Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja otsus

Apellatsioonikomisjon, analüüsinud menetlusosaliste seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid tõendeid kogumis ja vastastikusel seoses, märgib järgmist.


Vaidlustusavaldus on esitatud KaMS § 10 lg 1 p 2 väidetava rikkumise tõttu. Vaidluses on põhiküsimuseks, kas taotleja kaubamärk ROADSCAN + kuju on äravahetamiseni sarnane vaidlustaja Ühenduse tähisega RoadScan.

KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt õiguskaitset ei saa 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.

Vaidlustaja esitatud Ühenduse kaubamärkide andmebaasi väljavõtte kohaselt kuulub vaidlustajale Ühenduse kaubamärk RoadScan, mille registreerimise taotlus on esitatud 13. augustil 2002 (registreeringu nr 002811511). Vaidlustatud kaubamärgi ROADSCAN rahvusvahelise registreeringu kuupäev on 16. jaanuar 2012. KaMS § 11 lg 1 p 6 kohaselt on kaubamärk varasem, kui Ühenduse kaubamärgi määruse alusel registreeritud Ühenduse kaubamärgi taotluse esitamise kuupäev, prioriteedikuupäev või Eesti registreeringu alusel omandatud vanemskuupäev on varasem.

Apellatsioonikomisjonile esitatud tõenditest nähtuvalt on vaidlustajale kuuluva kaubamärgi RoadScan taotluse esitamise kuupäev varasem võrreldes vaidlustatud kaubamärgi registreerimiskuupäevaga (16. jaanuar 2012). Sellest tulenevalt on vaidlustaja tähis varasem KaMS § 11 lg 1 p 6 tähenduses.

KaMS § 12 lg 1 p 2 alusel kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks on registrisse või Büroo rahvusvahelisse registrisse kantud kaubamärgi reproduktsioon. Võrreldavate kaubamärkide reproduktsioonid on alljärgnevad:

Vaidlustaja kaubamärk	Vaidlustatud kaubamärk
RoadScan	

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt asjaomaste tähiste visuaalse, kontseptuaalse ning foneetilise sarnasuse osas peab äravahetamise sarnasuse, sh assotsieerumise tõenäosuse igakülgne hindamine rajanema üldmuljele, võttes eelkõige arvesse kaubamärkide eristavaid ja domineerivaid elemente. Euroopa Kohtu praktika kohaselt segiajamise tõenäosuse igakülgsele hindamisel on otsustav roll sellel, kuidas asjaomaste kaupade või teenuste keskmine tarbija kaubamärke tajub. Keskmine tarbija tajub kaubamärki tervikuna ega uuri selle eri detaile. Euroopa Kohtu seisukohti arvesse võttes tuleb tarbijate poolt kaubamärkide äravahetamise tõenäosust hinnata üleüldiselt, võttes arvesse kõiki antud asjas tähtsust omavaid tegureid.

Hinnates kaubamärkide visuaalset, foneetilist või kontseptuaalset sarnasust, peab antud üleüldine hinnang tuginema vaadeldavate kaubamärkide üldisele muljele, mida need kaubamärgid endas kätkevad, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid komponente.

Vaidlustaja kaubamärk koosneb inglisekeelsetest sõnadest kombineeritud ühest sõnast „RoadScan“. Tähisel kombineeritud kujutiselemendid puuduvad. Vaidlustaja kaubamärgi ainsaks ja seega domineerivaks ja eristusvõimeliseks elemendiks on sõna RoadScan, nagu vaidlustaja on õigesti märkinud.

Vaidlustatud kaubamärgis esineb samuti sõna „ROADSCAN“, kuid täiendavalt on sõna kohale asetatud kolm hieroglüüfi. Hieroglüüfide asetust ja suurust arvestades võib arvata, et need konkureerivad üldpildis sõnaga „ROADSCAN“. Samal ajal tuleb tõdeda, et Eesti keskmisele tarbijale jäävad hieroglüüfid reproduktsioonil esitatud kujul ilmselt ebaselgeks ja ei tekita assotsiatsioone, mis aitaks identifitseerida tähist ning sellega tähistatavaid tooteid. Tarbijatel on pigem keeruline tekitada seoseid, mille põhjal üheselt ja ilma põhjalikuma analüüsita otsustada, kas tegemist võiks olla kujutiste või sõnadega; kas nendel elementidel võiks olla tähendus ja hääldus (neid asjaolusid ilmselt eeldatakse, kuigi sellegipoolest on pigem tõenäoline, et hieroglüüfide sisu ja hääldus jäävad kaupade sihtgrupile siiski ebaselgeks); kas elementidel võiks olla seos tähistatavate kaupadega; kas need elemendid on mõeldud kaupade ja nende päritolu identifitseerimiseks või on käsitletavad näiteks tootekirjeldusena. Tarbijal ei ole vaidlustatud kaubamärgis kujutatud viisil ilmselt kerge hieroglüüfe ka lihtsalt kujutistena meelde jätta ja nende põhjal tähisest mälu pildi kujunemine on pigem raskendatud. Seetõttu on tarbija

jaoks arusaadavamaks ja meeldejäavamaks elemendiks sõna „ROADSCAN“, millele koondub tarbija peamine tähelepanu. Järelikult on hilisema kaubamärgi domineerivaks osaks sõna „ROADSCAN“.

Foneetilisest ja kontseptuaalsest aspektist on vastandatud tähiste domineeriv element „ROADSCAN“ mõlema kaubamärgi puhul identne, visuaalselt on peamised elemendid aga äärmiselt sarnased. Kaubamärkides on sõna kujundus mõnevõrra erinev, kuid see ei muuda tähiste üldpilti. Sõnade kirjutamine ühel juhul trükitähtedega ja teisel puhul sõna sees suure algustähe kasutamine on praktikas levinud, mis kaubamärkidele vaadeldaval juhul eristusvõimet oluliselt ei lisa. Arvestades, et kaubamärkide domineeriv ja eristusvõimeline osa on vastandatud tähistes äärmiselt sarnane, siis tuleb asuda seisukohale, et kaubamärgid on visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt vägagi sarnased.

Kaubamärkidega kaetud kaupade või teenuste samaliigilisuse analüüsimisel on Euroopa Kohus asunud seisukohale, et hinnates kaupade või teenuste samaliigilisust, tuleb arvesse võtta kõiki asjakohaseid tegureid, mis iseloomustavad kaupade- või teenustevahelisi seoseid. Antud tegurid hõlmavad sealhulgas võrreldavate kaupade olemust, lõpptarbijaid ja kasutusviisi ning kas nad on üksteise suhtes konkureerivad või üksteist asendavad (vt Euroopa Kohtu otsust asjas nr C-39/97 Canon, p-d 19 ja 23). Samuti on Riigikohus 3.10.2007 otsuses nr 3-2-1-86-07 selgitanud, et teenuste samaliigilisuse hindamisel tuleb arvestada kõiki kaupade ja teenustega seotud aspekte, sh nende olemust, nende lõpptarbijaid, nende kasutusviisi, kaubamärgi kasutamise tekkivaid assotsiatsioone, kaubamärkide ja kaupade (teenuste) sarnasuse astet ning kas need on üksteist asendavad või täiendavad. Piisab ka üksnes ühe tunnuse esinemisest, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada teenuseid samaliigilisteks. Sama põhimõtet võib kohaldada ka kaupade suhtes.

Apellatsioonikomisjon nõustub vaidlustaja põhjendustega asjaomaste kaubamärkidega tähistatavate teenuste identsusest ja samaliigilisusest. Mõlema kaubamärgiga tähistatakse klassis nr 9 märgitud elektroonikatooteid, vastavalt kaubamärgiregistreeringus ja taotluses esitatud kirjeldustele. Kaitstavatel kaupadel on sarnane otstarve ja sihgrupp ning need on mõeldud üksteisega konkureerima. Vaidlustaja kaubamärk on registreeritud kauguse ja kõrguse mõõtmiseks kasutatavatele elektroonikaseadmetele. Täpselt sama funktsiooni sisaldavad taotleja kaubad radarseadmed, navigatsiooniseadmed, satelliitnavigatsiooniseadmed, elektrilised seireseadmed, sõidukite kiiruskontrolli seadmed, geodeesiaaparaadid ja –seadmed. Seega on nende näol tegemist vaidlustaja kaupadega hõlmatud ja järelikult identsete kaupadega. Ka taotleja kaubad: - alarmid, foorid (signaalseadmed), arvutite välisseadmed, koguseindikaatorid on elektroonikaseadmed, millel on mõõtmise ja/või vastavate andmete säilitamise funktsioon. Tegemist on samaliigiliste kaupadega, kuivõrd nad on sarnase funktsiooniga ning võivad ka üksteist täiendada. Lähtudes eeltoodust on vaidlustaja põhjendatult märkinud, et valdav osa taotleja kaupadest on vaidlustaja toodetega identsed ning ülejäänud samaliigilised.

Analüüsid kaubamärkide äravahetamiseni sarnasust tuleb tõdeda, et kaubamärkide ja nendega kaitstavate kaupade sarnasused on suuremad kui tähistest tulenevad erinevused. Kaubamärkide peamine erinevus seisneb kolme hieroglüüfi kasutamises, kuid apellatsioonikomisjon tegi eelnevalt kindlaks, et tarbijad ei pruugi käsitleda seda kaubamärgi identifitseeriva osana ning tähise osale erilist tähelepanu pöörata. On pigem vähetõenäoline, et Eesti tarbija suudaks oma mälu selliseid kujunduselemente kirjeldatud kujul või neile lähedaselt meelde jätta ning kaupa valides kujundist lähtuda. Seega jääb kujunduslik osa sõna „ROADSCAN“ kõrval vähetähtsaks kohale ning ei ole tarbija põhifookuses. Seepärast leiab apellatsioonikomisjon, et kaubamärkide erinevused ei ole piisavad, et

tagada taotleja kaubamärgi eristamine vaidlustaja tähisest. Seetõttu asub apellatsioonikomisjon seisukohale, et vaidlustajale kuuluv kaubamärk „RoadScan“ ning vaidlustatud kaubamärk „ROADSCAN + kuju“ on sedavõrd sarnased, et on võimalik tarbijatepoolne tõenäoline kaubamärkide äravahetamine, sh kaubamärkide assotsieerumine. Sellest tulenevalt on Patendiameti otsus kaubamärgi „ROADSCAN + kuju“ (rahvusvahelise registreeringu nr 1109062) registreerimise kohta vastuolus KaMS § 10 lg 1 punktiga 2.

Apellatsioonikomisjon võtab otsuse tegemisel arvesse, et taotleja ei ole vaidlustusavaldusele vastu vaieldnud.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg-st 1, KaMS § 10 lg 1 p-st 2, apellatsioonikomisjon

o t s u s t a s:

- 1. Rahuldada vaidlustusavaldus.**
- 2. Tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi ROADSCAN + kuju (rahvusvahelise registreeringu nr 1109062) registreerimise kohta klassis 9 nimetatud kaupade suhtes DONGTAILI (XIAMEN) ELECTRONIC, LTD nimele ja kohustada Patendiametit jätkamata menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses tuvastatud asjaolusid arvestades.**

Vaidlustusavalduse menetlusosaline, keda ei rahulda komisjoni otsus ja kes soovib jätkata vaidlust menetlusosaliste vahel hagemenetluse 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 menetluse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

P. Lello

H.-K. Lahek

M. Tähepõld