

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

**OTSUS nr 1206-o**

Tallinnas 28. juunil 2010. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Harri-Koit Lahek (eesistuja), Kerli Tults ja Sulev Sulsenberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku R.Seeling & Hille oHG, DE, vaidlustusavalduse rahvusvahelise kaubamärgi ФeH Шyй + kuju (rv reg nr 0945975) registreerimise vastu TOVARYSTVO Z OBMEZHENOU VIDPOVIDALNISTU SPILNE PIDPRYEMSTVO „ELADNA ASTRA“ nimele klassides 30, 35.

Vaidlustusavaldus esitati apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) 29.07.2009 R.Seeling & Hille oHG (edaspidi vaidlustaja) volitatud esindaja patendivolinik Kristjan Leppiku poolt, mis registreeriti nr-ga 1206 ja määrati eelmenetlemiseks Harri-Koit Lahek'ule.

**Asjaolud ja menetluse käik**

Vaidlustaja leiab, et Patendiameti 01.06.2009 otsus nr 7/ R200800031 registreerida Eesti Vabariigis kombineeritud kaubamärk ФeH Шyй + kuju (edaspidi hilisem kaubamärk) TOVARYSTVO Z OBMEZHENOU VIDPOVIDALNISTU SPILNE PIDPRYEMSTVO „ELADNA ASTRA“ (edaspidi taotleja) nimele kaupade tähistamiseks klassides 30, 35 on vastuolus kaubamärgiseaduse (KaMS) § 10 lg 1 p 2 sätestatuga.

Vaidlustaja selgitab, et ta on Eesti Vabariigi territooriumil õiguskaitset omavate varasemate Euroopa Ühenduse kaubamärkide nr 005268073 klassides 5, 30 ja 32; nr 004101135 klassides 5, 16 ja 30; nr 004041497 klassides 5, 16 ja 30; nr 003093325 klassides 5, 16 ja 30 ja nr 003038163 klassides 5, 16, 30 ja 35 omanikuks. Vaidlustaja lisab, et on tõenäoline, et tarbijad ajavad vaidlustaja varasemad kaubamärgid segi taotleja 01.10.2007 esitatud hilisema identsete või samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks mõeldud kaubamärgiga, sest see assotsieerub vaidlustaja varasemate kaubamärkidega.

Vaidlustaja viitab Riigikohtu 03.10.2007 otsuses nr 3-2-1-86-07 toodule, milles on rõhutatud, et kaupade/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 kaupu (teenuseid) samaliigilisteks.

Vaidlustaja lisab, et ka Euroopa Kohtu praktika kohaselt tuleb kaupade või teenuste samaliigilisuse hindamisel arvesse võtta kõiki faktoreid, mis iseloomustavad nendevahelisi suhteid (Euroopa Kohtu 29.09.1998 lahend *C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha v. Metro-Goldwyn-Mayer Inc. punkt 23*) Täiendavate faktorite hulka kuulub ka kaupade ja teenuste otstarve, kas neid võiks toota, turustada või pakkuda sama ettevõtte või majanduslikult seotud ettevõtte, nagu ka nende turustuskanalid ja müügikohad.

Vaidlustaja pole rahul, et hilisemale kaubamärgile antakse õiguskaitse klassis 30 toodud „kohv, tee, kakao, suhkur, riis, tapiokk, saago, kohvi aseained; jahu ja muud teraviljasaadused, leib, sai, kondiitritooted ja maiustused, jäätis; mesi, siirup; pärm, keedusool, sinep; äädikas,

*vürtsikastmed; vürtsid, jää, lahustuv tee; teekontsentraadid; aroomitee; taimetee; puuviljatee; teesegud ja –derivaadid“* tähistamiseks.

Vastandatud varasemad kaubamärgid omavad klassis 30 kaitset, mh erinevat liiki tee ja teetoodete tähistamiseks. Kaitset omatakse ka kakao ja kakaotoodete, maiustuste, kohvi ja kohviaseainete jne tähistamiseks. Samuti tuleb kaupade samaliigilisuse hindamisel arvestada, et kõigi tabelis toodud kaupade lõpptarbijaks on ühed ja samad inimesed; kaupade otstarve on sama; kaupade turustuskanalid ja müügikohad on samad, kaubad asetsevad kauplustes samades osakondades ning müügiriulitel kõrvuti; kaupu võivad toota turustada ja/või pakkuda müügiks sama ettevõtte või majanduslikult seotud ettevõtte ja kaupade näol on tegemist tavatarbijale suunatud esmatarbekaupadega, milliste osas ostuvaliku tegemisel tavatarbija reeglina sooritab ostu nõ „möödamines“, s.t kaupa ja sellel olevaid tähiseid lähemalt uurimata.

Arvestades eespool toodut, on registreerimiseks esitatud hilisema kaubamärgi taotluses toodud (*coffee, tea, cocoa, artificial coffee; confectionery; soluble tea; tea concentrates; aromatized tea; herbal tea; fruit tea; mixtures and derivatives of tea*) kaupade näol tegemist KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses identsete kaupadega ning (*sugar, rice, tapioca, sago; flour for food, cereal preparations, bread, ice cream, honey, golden syrup, yeast, cooking salt, mustard, vinegar, condiments, spices, edible ices*) osas tegemist KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses samaliigiliste kaupadega.

Vaidlustaja ei ole nõus, et hilisemale kaubamärgile antakse õiguskaitse klassis 35 müügikampaaniate, turunduse, reklaami ning kaupade müügiedu saavutamise aluseks olevate teenuste tähistamiseks (so *müügikampaaniad, -reklaam teenusena, turundus, turustus – uuringud, turu-uuringud arvamusküsitlused, kliendianalüüsi frantsiisimine, ärilise oskusteabe pakkumine, ärinõustamine, tarbija nõustamine, kaupade esitlemine reklaamiotstarbel, toiduainete ja luksuskaupade, eriti tee ja teetoodete kokkukogumine ja demonstreerimine teistele, et võimaldada klientidel neid kaupu vaadelda ja osta, toiduainete ja luksuskaupade, eriti tee ja teetoodete disaini, valiku kokkutoomise, esitlemise, hinnakujunduse ja müügiga seotud konsulteerimine, toiduainete ja luksus-kaupade, eriti tee ja teetoodete retseptide koostamise ning retseptiuuringute alane konsultatsioon*).

Vaidlustaja leiab, et hilisema kaubamärgiga seonduvalt teenused „müügikampaaniad, reklaam, teega seotud kaupade kokkutoomine kolmandatele osapooltele, et kliendid saaksid neid kaupu mugavalt vaadata ja osta“ esinevad ka ülaltoodud vastandatud kaubamärgi registreeringus (allajoonitud) ning seega on ka klassis 35 taotletud teenuste näol tegemist identsete teenustega KaMS § 10 lg 1 p 2 mõttes.

Vaidlustaja leiab, et eespool toodust tulenevalt soovitakse hilisemale kaubamärgile Eesti Vabariigis kaitset KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses identsete ja samaliigiliste kaupade ning identsete teenuste tähistamiseks võrreldes vastandatud varasemate kaubamärkidega.

Vaidlustaja kinnitab, et ta ei ole andnud taotlejale luba hilisema kaubamärgi registreerimiseks klassides 30 ja 35 taotletud kaupade ja teenuste tähistamiseks.

Vaidlustaja juhib tähelepanu praktikale, mil kohtu- ja komisjoni töös on asunud seisukohale, et kaubamärkide äravahetamiseni sarnasus, sh assotsieeruvuse tõenäosuse igakülgne hindamine peab vastandatud kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja semantilise tähenduse sarnasuse osas tuginema nende üldmuljel, arvestades eelkõige kaubamärkide eristavaid ja domineerivaid osi. Kaubamärkide õiguskaitse ulatuse määramisel võetakse aluseks kaubamärk kujul, millisena ta üldtuntuse omandas ja registreeritud kaubamärgi puhul tähise reproduktsioon KaMS § 12 lg 1 mõttes.

Vaidlustaja rõhutab, et äravahetamise tõenäosust tuleb hinnata globaalselt, võttes arvesse kõiki tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega. Äravahetamise tõenäosus viitab teatavale sõltuvusele oluliste tegurite vahel ning täpsemalt kaubamärkide ning kaupade ja teenuste vahel.

Vastavalt võib väiksem sarnasuse tase kaupade või teenuste osas olla üles kaalutud kaubamärkidest pärineva suurema märkide sarnasusega ja vastupidi.

Lisaks leiab vaidlustaja, et mida eristusvõimelisem on varasem kaubamärk, seda suurem on äravahetamise tõenäosus. Tugeva eristusvõimega märgid omavad olemuslikult või tänu oma reputatsioonile turul tugevamat kaitset kui väiksema eristusvõimega märgid (C – 39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v. Metro – Goldwyn Mayer Inc.*)



Assotsieerumise tuvastamisel on oluline ka see, kas mingi elemendi olemasolu võiks tekitada tarbijas assotsiatsioone talle juba tuntud teisele omanikule kuuluvate kaupadega.

Vaidlustaja juhib komisjoni tähelepanu ka vaidlustaja kaubamärkide aktiivsele ja pikaajalisele kasutamisele, millise tulemusena on vastandatud kaubamärgid omandanud kõrge eristusvõime ning maine Eestis.

Nimelt ulatub vaidlustusavalduse esitaja ajalugu juba aastasse 1882. Enam kui 125 aasta kogemusega ollakse tänaseks päevaks laialdaselt esindatud nii ametlike esinduste kui ka edasimüüjate vahendusel üle maailma. Eesti Vabariigis tegeleb vaidlustaja kaupade müügiga OÜ Interaltus. Tegemist on alates 1994. aastast tegutseva toidu- ja tööstuskaupade müügi- ning turundusettevõttega, millise klientideks on Eesti suuremad jaeketid, hüper- ja supermarketid ning tanklaketid, samuti ka väiksemad kauplused ja horeca sektori kliendid (vaidlustusavalduse lisad 8-9)

Kuivõrd osundatud kasutamise tulemusena on vaidlustusavalduse esitaja kaubamärgid omandanud nii kõrge eristusvõime kui ka üldtuntuse Eesti Vabariigis on nimetatud aspekt oluline eelpool refereeritud Euroopa Kohtu lahendi valguses just äravahetamise tõenäosuse hindamisel.

Käesoleval juhul võrreldavate kaubamärkide reproduktsioonid on toodud alljärgnevas tabelis:

<p>Varasemad Ühenduse kaubamärgi registreeringud nr 003093325, nr 004101135, nr 005268073, nr 004041497, nr 003038163</p>	<p>Rahvusvaheline registreering nr 0945975</p>
 <p>Nr 003093325</p> <p>Nr 004101135</p> <p>Nr 004041497</p> <p>Nr 003038163</p> <p>Nr 005268073</p>	

Rahvusvahelises registreeringus nr 0945975 esitatud kujutis koosneb domineerivast ümarakujulisest teekannu kujutisest, milline on esitatud vertikaalsel ristkülikut meenutaval kujundil. Teekannu kohal ning all on slaavi tähtedega ΦΗ (Feng) ja teekannu all ШУЙ (Shui).

Vastandatud kaubamärgid koosnevad samuti domineerivast ümarakujulisest teekannu kujutisest. Vastandatud Ühenduse registreeringus nr 003093325 on kujunduses esitatud täiendavalt vertikaalne ristkülikut meenutav kujund, millel on ringi sees teekannu kujutis ning kirjed „TEEKANNE seit 1882“ „tee“. Vastandatud Ühenduse kaubamärgi registreeringus nr 003038163 on samuti ringi sees esitatud teekannu kujutis ning kirjed „TEEKANNE seit 1882“ ja „tee“.

Võttes arvesse vaidlustusavalduse esitaja varasemate, käesolevas vaidlustusavalduses vastandatud kaubamärkide teekannu motiivi ning vaidlustatud kaubamärgis sisalduvat teekannu kontseptsiooni, on vaidlustaja seisukohal, et vaidlustatud tähis on KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses sarnane ning assotsieeruv Seelig & Hille vastandatud kaubamärkidega.

Vaidlustaja osundab Euroopa Kohtu 22.06.1999. a. lahendi C-342/97 *Lloyd Schufabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV* punkti 17 kohaselt on kaubamärkide äravahetamise tõenäosus risk, et avalikkus võib uskuda, et kaubad ja teenused tulevad samalt ettevõtelt või temaga majanduslikult seotud ettevõtelt. Seejuures tuleb arvestada asjaoluga, et keskmisel tarbijal on harva võimalust teostada otseselt erinevate märkide võrdlust ning ta peab usaldama talle neist meelde jäänud kujutist. Sisuliselt kasutab tarbija umbmäärast mälestust.

Lisaks osundab vaidlustaja Euroopa Kohtu 11.11.1997 a. lahendile nr C-251/95

*SABEL BV v. Puma AG, Rudolf Dassler Sport*, mille punkti 18 kohaselt määratleb kaubamärkide assotsieerumise tõenäosus kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse ulatuse.

Vaidlustaja kordab, et vaadeldavate kaubamärkide peamisteks ja eristavateks osadeks on teekannu kujutis, kuivõrd nimetatud element on tarbijale üheselt tuvastatav ning ühtlasi nimetatud elemendi abil on tarbijal lihtne ning mugav kaubamärgid meelde jätta. Vaadeldavate kaubamärkide sarnasust ja assotsieeruvust rõhutab ka asjaolu, et rahvusvahelise registreeringu nr 0945975 tähises on tulenevalt kujunduslikult elemendist tähise kui terviku üldmuljelt oluline vertikaalselt ristkülikut meenutav kujutis, milline on äärmiselt sarnane vastandatud registreeringus nr 003093325 esitatud kujutisega.

Vaidlustaja rõhutab, et vaidlustatud tähises sisalduv, tarbijale esmapilgul tahaplaanile ning arusaamatuks jääv kirillitsas esitatud sõnaline element „ФеН Шуй“ viitab kontseptuaalselt ka Hiina kultuurile, millise lahutamatuks osaks on just tee ja tee joomine.

Arvestades eeltoodut on vaadeldavates tähistes sisalduva äärmiselt sarnase teekannu kujutise esinemine sedavõrd oluline, et nimetatust tulenevalt võib tarbija saada eksitatud kauba päritolu osas, pidades rahvusvahelist kaubamärki assotsieeruvaks varasemate kaubamärkidega.

Kuivõrd vastandatud registreeringutes nr 004101135, nr 004041497 ja nr 005268073 sõnaline element puudub, ei saa vaidlustaja arvates võrrelda osundatud kaubamärke ei häälduslikult ega ka tähenduslikult.

Samuti on vaidlustaja arvates vastandatud registreeringutes nr 003093325 ja nr 003038163 esinev sõnaline osa Eesti tarbija jaoks üheselt mõistetav ning koheselt arusaadav viide teekannule, milline omakorda on esitatud vaidlustatud kaubamärgi reproduktsioonil, rõhutab kontseptuaalselt oluliselt vaadeldavate kaubamärkide vahelist konflikti.

Nagu juba ka eelnevalt märgitud, jääb vaidlustaja arvates suure tõenäosusega vaidlustatud kaubamärgis esinev sõnaline element tavatarbijale esmapilgul arusaamatuks, mistõttu tarbija jätab vaidlustatud kaubamärgi meelde just kujundusliku elemendi abil, milline on äravahetamiseni sarnane ning assotsieeruv vastandatud kaubamärkidega.

Tulenevalt kõigest eeltoodust on vaidlustaja arvates hilisem kaubamärk sarnane ning assotsieeruv varasemate vaidlustaja kaubamärkide reklaamimise tulemusena ja lähtudes kaubamärkide tuntusest üldsuse seas võivad tarbijad vaidlustatud kaubamärgiga tähistatud kaupu pidada ekslikult vaidlustaja firmalt pärinevaks või allutatud olevaks. Seetõttu leiab vaidlustaja, et 01.06.2009 Eesti Kaubamärgilehes avaldatud Patendiameti otsus hilisemale

kaubamärgile klassides 30 ja 35 õiguskaitse võimaldamise kohta on õigusvastane. Kuna esinevad kaubamärgi registreerimisest keeldumise alused, rikub ja piirab taotleja kaubamärgi registreerimine vaidlustaja õigusi ning eksitab tarbijaid.

Vaidlustusavaldusele on lisatud väljatrükk Patendiameti elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist rahvusvahelise kaubamärgi registreeringu nr 0945975 kohta; koopia Eesti Kaubamärgilehest nr 6/2009 vaidlustatud kaubamärgi registreerimisteate avaldamise kohta; väljatrükk OHIM-i elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist kaubamärgi registreeringu nr 005268073 kohta; väljatrükk OHIM-i elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist kaubamärgi registreeringu nr 004101135 kohta; väljatrükk OHIM-i elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist kaubamärgi registreeringu nr 004041497 kohta; väljatrükk OHIM-i elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist kaubamärgi registreeringu nr 003093325 kohta; väljatrükk OHIM-i elektroonilisest kaubamärkide andmebaasist kaubamärgi registreeringu nr 003038163 kohta; väljatrükk Vaidlustusavalduse esitaja kodulehelt [www.teekanne.com](http://www.teekanne.com); väljatrükk vaidlustaja Eesti edasimüüja kodulehelt [www.interhaltus.ee](http://www.interhaltus.ee); maksekorraldus nr 9209, 29.07.2009; vaidlustaja esindajale antud volikirid.

Lähtudes eeltoodust ning juhindudes KaMS § 10 lg 1 p 2, § 41 lg 2 ning Tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 39 lg 1 p 2 ja § 61 lg 1 vaidlustaja palub tühistada Patendiameti otsus nr 7/ R 2008 00031 hilisemale kaubamärgile Eesti Vabariigis õiguskaitse võimaldamise kohta klassides 30 ja 35 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

26.08.2009 teavitas Patendiamet Ülemaailmse Intellektuaalomandi Organisatsiooni kaudu taotlejat vaidlustusavalduse esitamisest ja võimalusest osa võtta menetlusest komisjonis. Taotlejale selgitati, et oma soovist menetluses osaleda tuleb Eesti patendivolniku vahendusel teatada 25.11.2009. Nimetatud tähtjaks ega ka hiljem ei ole taotleja komisjonile teatanud oma soovist menetluses osaleda ega esitanud mistahes seisukohti.

### **Vaidlustaja esitas oma lõplikud seisukohad 10.03.2010.**

Vaidlustaja teatab lõplikes seisukohtades, et jääb 29.07.2009 esitatud vaidlustusavalduses toodud argumentide, varasemate põhjenduste juurde ja palub komisjoni Patendiameti otsus nr 7/R200800031 hilisemale kaubamärgile Eesti Vabariigis õiguskaitse võimaldamise kohta klassides 30 ja 35 tühistada ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Komisjon alustas vaidlustusavalduse lõppmenetlust 15.06.2010.

### **Komisjoni seisukohad**

Komisjon, hinnanud menetluses esitatud seisukohti ja tõendeid, leiab järgmist.

Vaidlustaja on seisukohal, et vaidlustatud kombineeritud hilisema kaubamärgi registreerimine rikub vaidlustaja varasemaid Ühenduse kaubamärkidest nr 005268073, 004101135, 004041497, 003093325, 003038163 tulenevaid õigusi ja on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. Nimetatud sätte kohaselt õiguskaitset ei saa tähis, 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.

Käesolevas asjas on tõendatud, et vaidlustaja poolt vastandatud ja temale kuuluvad Ühenduse kaubamärgid on varasemad vaidlustatud hilisema kaubamärgi suhtes.

Komisjon nõustub vaidlustajaga selles, et hilisem kaubamärk on vastandatud varasematest kaubamärkidest kõige sarnasem registreeritud kombineeritud kaubamärgiga CTM nr 003093325.

Komisjon nõustub vaidlustajaga ka selles, et taotleja ja vaidlustaja kaubamärkidega tähistatavad kaubad ja teenused klassides 30 ja 35 on osaliselt identsed ja osaliselt samaliigilised KaMS § 10 lg 1 p 2 mõttes.

Tulenevalt TÕAS § 51 lg-st 4 ja § 54<sup>1</sup> lg-st 5 ei ole taotlejapoolse esindaja ning oma seisukohtade esitamata jätmise vaidlustusavalduse läbivaatamist ja otsuse tegemist takistav asjaolu.

Alljärgnevalt analüüsib komisjon vaidlustatud hilisema kombineeritud kaubamärgi sarnasust registreeritud kombineeritud kaubamärgiga CTM nr 003093325 „TEEKANNE seit 1882“ „tee“+ kuju, kuna just viimatinimetatud kaubamärk on vastandatud kaubamärkidest selline, mis on üldmuljelt vaidlustatud kaubamärgiga kõige rohkem sarnane kujunduse poolest. Kui vaidlustatud hilisem kombineeritud kaubamärk ei peaks osutama kaubamärgiga CTM nr 003093325 „TEEKANNE seit 1882“ „tee“+ kuju sarnaseks määral, mis võib põhjustada kaubamärkide äravahetamist ja/või assotsieerumist, siis ammugi mitte ei ole taotleja kaubamärk sellisel määral sarnane vaidlustaja teiste kaubamärkidega.

Vastandatud kaubamärk on kombineeritud tähis, mis koosneb mustast vertikaalsest kitsast riskülikust, mille alumise osa peal on mustal kontsentrilisel kettal oleva valge kontsentrilise ringjoone sees kontsentriliselt paigutatud kiri „TEEKANNE seit 1882“, mille korpusel on valge keedukannu kujutise mustal osal valgete tähtedega horisontaalselt paigutatud sõna „tee“.

Hilisemal kombineeritud kaubamärgil on hiinapäraselt stiliseeritud kahe vertikaalse ja paralleelse ääristusega teelaua hele linik, mille ülaosas on kujutatud tee serveerimiskann, mille toru ja sang ulatuvad üle liniku servade. Serveerimiskannu kohal on hiinapäraselt stiliseeritud slaavi tähtedega sõna ФеН (Feng) ja all sõna Шуй (Shui), milles tähest Ш paremal asuv täht y on tähe й suhtes sümmeetriliselt üleval pool. Hilisemal kaubamärgil kujutatud tee serveerimiskannu korpusel on kujutatud Feng Shui õpetusest tuntud tasakaalu tähistav Yin Yang'i märk.

Komisjoni hinnangul on hilisem kaubamärk eristuv varasemast kaubamärgist. Seoses sellega ei nõustu komisjon vaidlustajaga selles, et vaidlustaja varasemal kaubamärgil on kujutatud teekann on visuaalselt sarnane ning assotsieeruv hilisemal kaubamärgil kujutatud teekannuga KaMS § 10 lg 1 p 2 mõttes.

Komisjoni hinnangul on vaidlustaja vastandatud kaubamärgil ühe kujundusliku elemendina kasutatud vee keedukannu motiivi ja hilisemal kaubamärgil tee klassikalise serveerimiskannu motiivi. Keedukannu kujutis erineb põhimõtteliselt tee serveerimiskannu kujutisest tulenevalt nende kasutamise erinevast otstarbest. Esimene viitab tee valmistamise ja teine tee tarbimise (jaotamise) vahendile.

Varasemas ja hilisemas kaubamärgis kasutatud ülejäänud kujutislikud geomeetrised elemendid on kontseptuaalselt erinevad ja üldmuljelt vastanduvad. Vaidlustaja kaubamärgi kujundus on rajatud musta lindi ja selle alumisel allosas oleva musta ketta horisontaalselt sümmeetrilisele kombinatsioonile.

Hilisema kaubamärgi kujunduses on aluseks võetud hiinapäraselt ääristatud teelaua heleda liniku kujutis, mille ülaosas on kujutatud Feng Shui õpetusest tuntud tasakaalu tähistava Yin Yang'i märgi kujutisega tee klassikaline tee serveerimiskann, millest üleval on rõhtjoonte vahel on stiliseeritud slaavi tähtedega sõna „Фен“ ja allpool stiliseeritud sõnaosa „Шуй“.

Komisjon leiab lisaks, et varasemas ja hilisemas kaubamärgis kasutatud sõnalised osad on kontseptuaalselt, foneetiliselt ja semantiliselt erinevad. Esimene koosneb ladina tähtedega sõnadest „TEEKANNE seit 1882“, mille keskel on valge keedukannu kujutisel oleval mustal osal horisontaalne valgete tähtedega sõna „tee“. Hilisema kaubamärgi sõnalised osad on kujundatud mustade slaavi tähtedega.

Komisjon leiab, et varasema ja hilisema kaubamärgi reproduktsioonid on kontseptuaalselt erinevad ega ole visuaalselt äravahetamiseni sarnased määral, sh assotsieeruvad, et tavatarbijad need omavahel segamini ajaksid olenemata sellest, kas neid nähakse koos või eraldi. Samuti on võrreldavate kaubamärkide sõnalised osad foneetiliselt ja semantiliselt erinevad.

Osad vaidlustaja poolt vastandatud teistest kaubamärkidest sisaldavad küll klassikalise tee serveerimiskannu motiivi, kuid komisjoni hinnangul on ka neis kaubamärkides sisalduvad motiivid siiski piisavalt erinevad taotleja kaubamärgi teekannu motiivist. Komisjon märgib, et oma olemuselt on teekannu motiiv vaatlusaluste kaupade ja teenuste osas madala eristusvõimega, mistõttu ka üksnes väheseid erinevusi teekannude kujundustes tuleb pidada piisavaks välistamiseks kaubamärkide segiajamise tõenäosust.

Kuivõrd vaidlustaja ei ole esitanud tõendeid oma kaubamärkide maine, tuntuse või üldtuntuse kohta Eestis, ei saa komisjon lugeda vaidlustaja vastavaid väiteid tõendatuks.

Komisjon leiab, et Patendiameti otsuse tühistamine KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel ei ole põhjendatud.

Eeltoodust tulenevalt ja juhindudes TÕAS § 61 lg-st 1, komisjon

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

#### **vaidlustusavaldust mitte rahuldada.**

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 menetluse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

H.-K. Lahek

K. Tults

S. Sulsenberg