

MAJANDUS – JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 796-o

Tallinnas 18. augustil 2010.a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus: Priit Lello (eesistuja), Harri-Koit Lahek ja Tanel Kalmet, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku Spirits International B.V (1A, rue Thomas Edison, L-1445 Strassen, Grand-Duchy of Luksemburg, LU), keda esindab patendivolinik Almar Sehver, vaidlustusavalduse kaubamärgi „STOLNAYA + kuju“ (rahvusvaheline registreeringu nr 0803765) klassis 33 nimetatud kaupade suhtes registreerimise otsuse tühistamiseks.

I Asjaolud ja menetluse käik

1. Patendiamet võttis 24.03.2004 vastu otsuse nr 7/R200302577 registreerida Zakrytoe Aktsionernoje Obschestvo „Gruppa Predpriyastii Ost“ (16, 3-i proezd, poselok Chernogolovka, Moskovskaya obl, RU-142432, RU) nimele rahvusvaheline kaubamärk STOLNAYA + kuju (rahvusvahelise registreeringu nr 0803765) järgmisel kujul:



2. Patendiameti otsuse kohaselt on kaubamärk otsustatud registreerida klassis 33 järgmiselt:
klass 33: Alcoholic beverages (except beers), alcoholic beverages containing fruits, spirits, hydromel, peppermint liqueurs, sake, rice alcohol, gin, rum, bitters, liqueurs, whisky, brandy, aperitifs, vodka.
3. Kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimise teade avaldati 03.05.2004 Eesti Kaubamärgilehes 5/2004.
4. 05.07.2001 esitas vaidlustaja Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi *apellatsioonikomisjon*) vaidlustusavalduse Patendiameti 24.03.2004 otsuse nr 7/R200302577 tühistamiseks.

Vaidlustaja põhiseisukohad

Address:
Harju 11
15072 Tallinn

Telefon:
6 256 490
e-mail: toak@mkm.ee

Faks:
6 256 404
www.mkm.ee/apellatsioon

5. Vaidlustusavalduse esitaja on seisukohal, et kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimise otsus on vastuolus kuni 30.04.2004 kehtinud kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 8 lg 1 punktiga 2 ja § 8 lg 2 punktiga 1 ning rikub vaidlustaja õigusi.
6. Vaidlustusavalduse kohaselt on vaidlustaja Eestis registreeritud sõnalise kaubamärgi STOLICHNAYA omanik (reg nr 28514, prioriteediga 29.10.1997, registreeritud 22.03. 1999, klassis 33 – viin).
7. Vaidlustaja leiab, et vaidlustatud kaubamärk koosneb ruumilisest kujutisest, nimelt pudelist ning etiketist sõnalise elemendiga STOLNAYA. Kusjuures kaubamärgi oluline element on sõnaline osa STOLNAYA, kuna kaubamärki identifitseeritakse just sõnalise elemendi STOLNAYA järgi. Võrreldav kaubamärk on sõnaline. Sõnalise kaubamärgi registreerimisega saadud õigused on olulisemalt laiemad kui näiteks sõnalise kombineeritud kaubamärgi registreerimisel juba kindlas stiliseeritud šriftis. Sõna „stolichnaya“ on vene päritolu sõna ning transliteratsioon venekeelsest sõnast „stolišnaya“, mille tavaline tõlkevaste vene keelest on „pealinn“. Kaubamärgi rahvusvahelises registreeringus 0803765 esitatud sõna STOLNAYA on samuti vene päritoluga sõna, mis on esitatu ladina tähtedes.
8. Nimisõna „stolnaya“, millest on tuletatud omadussõna „stolichnaya“, on moodustatud vene sõnast „stol“ ning selle esmaseks kasutusviisiks on „Stolnõi, prestolnõi gorod“. Sõna „stolnõi“ naissoo vorm on „stolnaja“, ehk ladina transkriptsioonis „stolnaya“ (näiteks Stolnaya vodka nagu Stolišnaya vodka). Seega on tegemist rahvusvahelises registreeringus 0803765 esitatud tähise ning registreeritud kaubamärgi STOLICHNAYA puhul tegemist identse tüvega sõnadega. Sõna „STOL“ (laud“ ning sõnalõpu „NAYA“ elemendid ühtivad; samas keskel asuv „ich“ element vastandatud kaubamärkide sõnades jääb üldiselt eesti tarbija jaoks tõlgendamata.
9. Kuigi sõnades on tähtede arv erinev, ei välista see väike erinevus sõnade segiaetavust, sest antud juhul on tegemist ühe märgi kuulumisega teise märgi koosseisu ning tavasituatsioonis siselliide „ich“ ei suurenda visuaalset eristatavust. Domineerivaks jäävad tähtede STOL ning NAYA paigutus. Nimetused STOLICHNAYA ja STOLNAYA võivad minna soovimatult vahetusse kuna need sisaldavad sarnast osa STOLNAYA, mille tõttu on ilmne osaline, eelkõige sarnastest tähekombinatsioonidest põhjustatud visuaalne kokkulangevus. Eesti tavatarbija jaoks vene sõna „STOLNAYA“ ebaaktiivne kasutus kaasaegses keeles teeb seda veelgi rohkem assotsieeruvamaks tarbijale tuntud sõnaga „STOLITŠNAJA ehk STOLICHNAYA“.
10. Kaubad, mille suhtes tähise STOLNAYA registreerimist taotletakse on identsed kaupadega (viina osas), mille tähistamiseks on registreeritud kaubamärk STOLICHNAYA. Ülejäänud toote on samaliigilised, kuna kuuluvad kangete alkoholsete jookide kategooriasse. Kusjuures grammatika reeglite järgi on ebatõenäoline, et kaubamärki kasutatakse kõikide loetelus toodud jookide tähistamiseks, kuna sõnalõpp „-naya“ kuulub naissoost omadussõnale ning võib olla kasutatud ainult selliste alkoholsete jookidega, mis kujutavad endast naissoost venekeelset sõna. Sellised sõnakombinatsioonid nagu STOLNAYA LIKÖÖR, STOLNAYA WHISKY, STOLNAYA GIN on vastuolus vene grammatikaga.
11. Patendiameti praktikast tulenevalt KaMS § 8 lg 1 p 2 rakendamisel assotsieerumise tuvastamisel vaadeldakse kas tähiseid tervikuna või nende domineerivad osi. Loetakse, et just sellised domineerivad elemendid kaubamärkidest jäävad tarbijale meelde ja tekitavad assotsiatsioone. See tuleb kõne alla eelkõige kaudse assotsieerumise tuvastamise korral, mille tuvastamisel vaadeldakse, kas ostjal võiks tekkida mulje, et tähised kuuluvad ühele omanikule. Kusjuures selle sätte kohaldamiseks piisab sellest, kui võrreldav kaubamärk on riigis tuntud, ilma et oleks vajalik, et ise kaubamärgi omanik oleks samuti tuntud tarbijale. Näiteks, on vähe tarbijaid, kes tunneb firmasid Diageo North America, Inc (kaubamärgi Smirnoff omanik) või Philip Morris Products S.A (kaubamärgi Marlboro omanik).

- 12.** Kaudse assotsieerumise tuvastamisel ei ole niivõrd oluline kaubamärkide üldmulje, kuivõrd see, kas mingi elemendi olemasolu võiks tekitada tarbijas assotsiatsiooni talle juba tuntud teisele omanikule kuuluvale kaupadega. Kuna vaidlustatud rahvusvahelise registreeringu sõnaline element „STOLNAYA“ on piisavalt sarnane Eestis aktiivselt kasutatud ning hästi tuntud kaubamärgiga STOLICHNAYA ning kuna kaubad, mille registreerimiseks see on mõeldud, on kanged alkohoolsed joogid, siis tuleb vaatlusalused kaubamärgid lugeda assotsieeruvaks.
- 13.** Vaidlustaja soovib lisada, et maailmas on ZAO „Gruppa Predpriyatij OST“ kaubamärgi STOLNAYA registreerimist klassis 33 vaidlustatud paljudes riikides. Analoogilised asjad on juba lahendatud nii Siseturu Ühtlustamise Ameti poolt kui ka erinevate riikide apellatsioonikomisjonide ning kohtute tasemel, kus on vastu võetud vastavad otsused.
- 14.** Vaidlustaja leiab, et kaubamärk STOLICHNAYA oli ja on üldtuntud nii ülemaailmselt kui ka Eestis. Sellest tulenevalt leiab vaidlustaja, et Patendiameti otsus on vastuolus KaMS § 8 lg 1 punktiga 4 ning Pariisi konventsiooni artiklis 6bis tooduga ning et sellega on rikutud tema kui üldtuntud kaubamärgi omaniku õigusi. Kaubamärk STOLICHNAYA vastab täielikult üldtuntud kaubamärgi kriteeriumitele:
- seda tähist on Eestis aktiivselt kasutatud majandus- ja äritegevuses viina eristamiseks teiste samaliigilistest kaupadest, nimelt kaupade pakkumisel müügiks ning dokumentidel ja reklaammaterjalides;
 - see sõnamärk on hästi tuntud valdavale enamusele Eesti tarbijaskonnas;
 - nimetatud sõnaline kaubamärk on Eestis kaupade pakkumisel müügiks ning dokumentidel kasutatud pikaajaliselt;
 - Eestis on selle märgi reklaam olnud aktiivne.
- 15.** Kaubamärgi STOLNAYA registreerimine võib kaasa tuua STOLICHNAYA kaubamärgi kaitse tugevuse vähendamise ning selle kaubamärgi maine kahjustamine. Tuntud märkide laiendatud kaitse alla kuuluvaks tuleb pidada kaitset hilisema prioriteediga märkide eest, mis võivad saada kohatut kasu tuntud kaubamärgi heast mainest, ning kaitset tarbija eksitamise eest ärilise pärinevuse suhtes ja õigusvõime kahandamise (dilutsiooni) eest. Seetõttu tuleb tähise STOLNAYA registreerimine tunnistada Pariisi konventsiooni artikliga 6 bis ning KaMS § 8 lg 1 punktiga 4 vastuolus olevaks.
- 16.** Lisaks eeltoodule leiab vaidlustaja, et rahvusvahelise kaubamärgi STOLNAYA ekspertiis pidi olema sõltuvuses teise, varasema prioriteediga registreerimistaotluse nr 9901646 STOLNAYA ekspertiisist, mis on vaidlustatud.
- 17.** Vaidlustusavaldusele on kokkuvõtvalt lisatud järgmised tõendid:
- väljavõte Eesti Kaubamärgilehest 5/2004;
 - väljavõte Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi STOLICHNAYA (28514) registreerimise andmete kohta;
 - väljavõte Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimise andmete kohta;
 - väljavõtted vene keele seletussõnaraamatutest, vene-eesti sõnaraamatust, vene keele sõnaraamatust;
 - väljavõtted ajalehtedest kaubamärgi STOLICHNAYA artiklite ja reklaamide kohta;
 - Patendiameti teated kaubamärgi SMIRNOV + kuju registreerimise menetluse kohta;
 - erinevate riikide otsused seoses kaubamärgi STOLNAYA registreerimise otsuste vaidlustamisega;
 - maksekorraldus riigilõivu tasumise kohta koopia;
 - volikirjad;
 - väljavõte Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi LAUA VIIN (registreeringu nr 38409) registreerimise andmete kohta;

- väljavõte Vene-Eesti sõnaraamatust, koostanud V. Muhel;
- Tšehhi, Türgi, Ungari, Leedu, Austria, Soome, Prantsusmaa, Šveitsi ja Usbekistani ametkondade otsused seoses kaubamärgile STOLNAYA (rahv. reg nr 0803765) õiguskaitse mitteandmisega;
- ülevaade riikidest (Kanada, Iisrael, Kasahstan, Šveits, Panama, Lõuna-Aafrika Vabariik, Hong-Kong ja Läti), kus on taotleja loobunud kaubamärgi STOLNAYA registreerimisest või kus on registreerimise otsus tühistatud;
- dokumendid, millega vaidlustaja soovib tõendada kaubamärgi STOLICHNAYA üldtuntust ning mainet Eestis enne 4. novembrit 2002;
- tõendid kaubamärgi STOLICHNAYA ülemaailmse reklaami kohta ning kajastamisest meedias;
- Turu-uuringute ASi uuring kaubamärkide STOLICHNAYA, MOSKOVSKAYA, RUSSKAYA tuntuse kohta Eestis (veebuar 2007);
- väljavõte Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi STOLOVAYA RUSSIAN + kuju (registreeringu nr 37573) registreerimise andmete kohta;
- väljavõte Patendiameti kaubamärkide elektroonilisest andmebaasist kaubamärgi LAUA VIIN + kuju (registreeringu nr 35358) registreerimise andmete kohta;
- Turu-uuringute ASi uuring kaubamärkide STOLICHNAYA ja STOLNAYA äravahetamise tõenäosuse kohta.

Taotleja põhiseisukohad

- 18.** Taotleja, keda esindab patendivolinik Ljubov Kesselman, vaidleb vaidlustusavaldusele vastu ja palub jätta selle rahuldamata. Taotleja nõustub vaidlustajaga, et sõnaline kaubamärk STOLICHNAYA on varasem kaubamärk ning kaubamärkidega tähistatavad kaubad on samaliigilised.
- 19.** Taotleja leiab, et võrreldavate kaubamärkide äravahetamiseni sarnasuse ja assotsieeruvuse määramisel ei saa piirduda vaidlustatud kaubamärgi üksnes sõnalisel elemendis sarnaste sõnaosade (algus ja lõpp) tuvastamisega, analüüsimate kaubamärke tervikuna foneetilisest, visuaalsest ja tähenduslikust aspektist lähtudes. Lähtudes Patendiameti andmebaasis toodud kaubamärgi reg nr 28514 reproduktsioonist, on vaidlustaja nimele registreeritud suurte trükitähtedega kujutatud sõnamärk STOLICHNAYA. Sellest tulenevalt annab registreering omanikule ainuõiguse ainult selle sõna, eestikeelse vastega „pealinna“, kasutamiseks. Iseseisva tähendusega arhailine sõna STOLNAYA (laua-, trooni-) ei ole mingil juhul varasema märgi osa või element. Samal ajal ei anna kaubamärgi STOLICHNAYA registreering selle omanikule ainuõigust sõnatüve STOL kõikide sõnade kasutamiseks üksnes seetõttu, et need on tuletatud vene sõnast „stol“ (laud).
- 20.** Vaidlustatud rahvusvahelise registreeringu nr 0803765 kaubamärgi reproduktsioonil on kujutatud neljakandiline toobikujuline pudel, mis meenutab kuju poolest vana-venemaa kirikut, vanaaegses stiilis kujundatud ümmarguse etiketiga, mille tumedal taustal on vanaaegses stiilis ladina tähtedega STOLNAYA ja selle kohal on kolme vene kiriku kupli stiliseeritud kujutis. Seega vaidlustatud kaubamärk kujutab endast omavahel mõtteliselt seotud ruumilise, sõnalise ja kujutuslike elementide kompositsiooni.
- 21.** Vaidlustatud ruumiline kaubamärk oli registreeritud päritoluriigis reg nr 244800 all, prioriteedikuupäevaga 04.11.2002. Enne seda registreeriti Venemaal STOLNAYA sõnalise kaubamärgina reg nr 173064 all, prioriteedikuupäevaga 26. 10.1998.
- 22.** Vaidlustaja hinnangul on kaubamärgid tähenduslikult erinevad. STOLICHNAYA eestikeelne vaste on pealinna, so kaasaegne venekeelne naissoost omadussõna, mis on kirjutatud ladina tähtedega ning tuletatud venekeelsest sõnast „stolitsa“ (pealinn). Sõna „stolišnaja“ (pealinna)

on tänapäeval keelekasutuses nii kirja- kui ka kõnekeeles. Eesti keeles on see liitsõna moodustatud kahest iseseisvast sõnast „pea“ ja „linna“. Seega eesti tarbijale on ladina tähtedega kirjutatud sõna „STOLICHNAYA“ üheselt mõistetav kui „pealinn“. Lähtuvalt sõna tähendusest on loogiline mõelda, et „STOLICHNAYA“ on pealinnas valmistatud või mingil muul viisil pealinnaga seotud viin. Praktika näitab, et vene päritoluga kaubamärkidel on sõnaliste elementide (omadussõnade) lõpuosad –naya või –naja laialdaselt kasutatavad klassi 33 kaupade, eriti vodka (viin) suhtes. Patendiameti kaubamärkide andmebaas näitab, et klassis 33 on peale vaidlustaja kaubamärkide registreeritud mitmeid –naya lõpuosaga kaubamärke. Näiteks: VOLGANAYA VODKA, SLAVNAYA, KOSHERNAYA, VODKA PSHENICHNAYA, PRAZDNICNAYA Holiday vodka Russian vodka, RZHANAYA VODKA, jne.

- 23.** Taotleja leiab, et varasema sõnamärgi algusosa STOL- ei ole iseenesest eriti originaalne ja tugev alkohoolijookide puhul, kuna see ei ole üksnes vaidlustaja kaubamärkidel kasutatav sõnaosa. Eestis on klassis 33 registreeritud teiste isikute nimele mitmeid nimetatud sõnaosaga kaubamärke: STOLBOVAYA, Stol-I BRISTOL CREAM, PERŠO-PRESTOLNA, RUSSKOE ZASTOLIE. Samal ajal on algusosa STOL- tuntud veinide markeerimisel üldkasutatava termini STOLOVOJE (laua-) sõnaosana „stolovoe vino“ – lauavein.
- 24.** STOLNAYA on venekeelne naissoost omadussõna, mis on tuletatud venekeelsest sõnast „stol“, so eesti keeles: 1. laud ja 2 aj. troon. Sõna „stolnõi“ on eesti keeles „van. Trooni-, valitsus-, valitsemis-„. Eesti tavatarbijate jaoks assotsieerub sõna STOLNAYA eelkõige omadussõnaga laua- või millegagi lauale kuuluvaga (söögi, joogi), nimelt alkohoolijooke tähistava sõnamärgi puhul (pidu)lauale sobiva alkohoolse joogiga (lauaviina, -nastoikaga), aga mitte sõnaga „pealinn“. Taotleja selgitab, et ruumilise sõnamärgi reg nr 0803765 kujundamise ideeks on anda selle kaudu tarbijale vihje, et tegemist on vana-vene traditsioonilistel retseptuuridel põhineva kõrgekvaliteetse piiritusjoogiga. See idee väljendub nii sõnalises elemendis, so arhailine sõna STOLNAYA, kui ka toobikujulise pudeli ning etiketi vanaaegses kujunduses. Viina STOLNAYA valmistatakse tehases taotleja rektifitseeritud, etüülpõlvituse „Ekstra“ ja Tšernogolovka alevi arteesiavee baasil, kasutades maitseisandeid, alates 1995-1997, ning see viin on juba 1998 saanud medali näitusele „Interdrink-98“. Viina STOLNAYA eripära seisneb ennekõike selles, et selle tootmisel kasutatakse nn „elavat“ ehk destilleerimata vett, mis annab viinale erilist pehmet maitset. Alates asutamise momendist oli viina STOLNAYA tootja eesmärgiks taastada Vana-Venemaa piiritusjookide tootmise parimad traditsioonid, seejuures kasutades pakendina vene toobikujulist pudelit. Ajaloolaste arvamusel sündis viin Vana-Venemaal XII sajandil, siis polnud joogil veel nimetust „vodka“, kuid ta sai alguse teraviljaveinist. 18. sajandi lõpus eelistati nimetada jooki kauni kõla tõttu 40-kraadiliseks lauaveiniks.
- 25.** Võrreldes kaubamärke visuaalsest küljest, leiab taotleja, et vaidlustatud kaubamärk tervikuna erineb visuaalselt oluliselt varasemast sõnamärgist:
- omapärase neljakandilise toobikujulise pudeli vormi poolest;
 - ümmarguse vanaaegses stiilis kujundatud etiketi poolest, mille tumedal taustal on kolme kirikukupli kujutis;
 - sõnalise elemendi STOLNAYA poolest, mis on teostatud vanaaegses stiilis etiketi tumedal taustal.
- 26.** Kaubamärkide sõnaliste osade visuaalsed erinevused on tingitud sõnade erinevast pikkusest, sõnade kirjapildi erinevustest. Kuna mõlema sõna lõpp „-NAYA“ üldkasutatav klassi 33 registreeritud kaubamärkide puhul, siis tulevad visuaalselt esile erinevad sõnade algusosad „STOL-“, ja „STOLICH-“, mis viitavad vastavalt nimisõnadele: STOL (laud) ja STOLITSA (pealinn) või vastavate omadussõnadele.

27. võrreldavate kaubamärkide foneetilist erinevust saab analüüsida ainult sõnaliste elementide tasemel. Nende erinevus on tingitud erinevate häälikute ja silpide koosseisust ning erinevate häälikute hääldamisest. Kuna kaubamärgi STOLNAYA hääldamisel rõhutatakse sõna algust, varasemal kaubamärgil STOLICHNAYA aga on rõhuline just erineva hääldusega teine silp, siis on välistatud võrreldavate kaubamärkide äravahetamine või assotsieeruvus foneetilise sarnasuse alusel.
28. Taotleja leiab, et Patendiameti otsus ei ole vastuolus KaMS § 8 lg 1 punktiga 4. Taotleja on seisukohal, et viin STOLICHNAYA on küll tuntud Eestis, täpsemalt aga selle sõnaga Moskva hotelli kujutisega etikett. Kuid tavatarbijale ei ole kindlasti selge, mis firmale see kaubamärk kuulub ning kes on selle viina tootja. Taotleja leiab, et vaidlustaja esitatud kaubamärgi STOLICHNAYA Eestis üldtuntuse tõendid on teatud määral vananenud ja ei ole piisavalt veenvad seisuga 30.04.2003. Põhimõtteliselt ei selgu esitatud tõenditest, et varasem märk on üldtuntud kui Spirits International N.V-le kuuluv kaubamärk. Vaidlustaja esitaja viide KaMS § 8 lg 1 punktile 4 ja Pariisi konventsiooni artiklile 6bis ei ole põhjendatud, kuna:
- võrreldavad märgid tervikuna ega nende sõnalised elemendid ei ole omavahel äravahetamiseni sarnased;
 - vaidlustatud ruumilist märki või selle olulist osa ei saa käsitleda kui „üldtuntud märgi taasesitust või jäljendit või tõlget“;
 - kuigi kaubad, mille tähistamiseks on mõeldud võrreldavad märgid, on identsed ja samaliigilised, selle ühe vajaliku tingimuse olemasolu ei ole piisav sätete kohaldamiseks.
29. Taotleja soovib rõhutada, et tema näol on tegemist heauskse taotlejaga, kelle kaubamärk on registreeritud päritoluriigis Venemaal, nii sõnamärgina STOLNAYA (173064) kui ka ruumilise kaubamärgina (244800). Tugeva konkurentsi tingimustes on mõlemad kaubamärgid saavutanud hea maine päritoluriigis ning seda tänu piiritusjookide (põhiliselt viinad ja nastoikad) kõrgele kvaliteedile. Agentuuri KOMKON andmetel tarvitas 1999. aastal 10% Venemaa tarbijaskonnast viina kaubamärgiga STOLNAYA.
30. Vaidlustatud kaubamärk on registreeritud rahvusliku taotluse esitamise alusel Lätis ja Ukrainas. Rahvusvahelise registreeringu WO 0803765 laiendamise kaudu on ruumiline kaubamärk STOLNAYA saanud õiguskaitset Suurbritannias, Kõrgõzstanis, Usbekistanis ja Jaapanis. Teistes rahvusvahelises registreeringus nimetatud riikides käivad käesoleval ajal vaidlused. Paljudes riikides on vaidlustatud kaubamärgi sõnaline element STOLNAYA registreeritud iseseisvalt rahvuslikult, nimelt Austrias, Aserbaidžaanis, Armeenias, Bulgaarias, Gruusias, Kõrgõzstanis, Tadžikistanis, Türkmenistanis.
31. Taotleja leiab, et Eesti turul, kus keskmine tarbija on küllaltki arenenud ja tähelepanelik, võivad võrreldavad kaubamärgid eksisteerida kõrvtuti, tekitamata tarbijale probleeme. Seda enam, et kvaliteedi ja vastavalt ka hinna poolest kuuluvad vaidlustatud kaubamärgid omaniku tooted eliitpiiritusjookide hulka, mille tarbijaks on keskklass.
32. Taotleja hinnangul ei ole asjakohane vaidlustaja viide KaMS § lõikele 1 põhjendatud juhtudel ekspertiisi peatamise kohta. Vaidlustatud kaubamärgi näol on tegemist üldmuljelt erineva kaubamärgiga, mis kujutab endast ruumilise, sõnalise ja kujutuslike elementide kombinatsiooni, mida on Patendiamet ekspertiisi tulemusena tunnustanud tervikuna vastavaks KaMS-is sätestatud nõuetele.
33. Taotleja esitatud tõendid kokkuvõtlikult:
- volikiri;
 - erinevate riikide apellatsioonikomisjonide ja kohtute otsused seoses kaubamärgi STOLNAYA registreerimise otsuste vaidlustamisega;
 - kaubamärgi STOLNAYA erinevates riikides registreerimise tunnistuste koopiad;

- taotleja 08.06.2005 kaebus Administratiivsele jurisdiktsioonile Tšehhi Tööstusomandi Ameti 05. 05.2005 otsuse kehtetuks tunnistamiseks;
- Läti halduskohtu 16.02.2006 otsus, millega tunnistati põhjendamatuks ja otsustati tagasi lükata AS Latvijas Balzams-i hagi Läti Patendiameti Apellatsiooninõukogu 23.06.2004 otsuse rahvusvaheliste registreeringute (IR 0803765 STOLNAYA + kuju ja IR 803678 STOLNAYA + kuju) õiguskaitse andmise kohta, tühistamiseks;
- Läti halduskohtu 23.02. 2006 otsus;
- Sofia linnakohtule esitatud kohtueksperti 24.11.2005 arvamus kaubamärkide „STOLNAYA vs STOLICHNAYA RUSSIAN VODKA Stolichnaya vodka – etikett) kohta;
- Prisma sooduspakkumiste reklaamleht;
- Patendibüroo Kesna küsitluslehed kaubamärgiga STOLNAYA + kuju tähistatud toodete turustajatele koos vastustega.

Vaidlustaja vastuväited taotleja seisukohtadele

34. Taotleja väide, et tema ruumiline kombineeritud kaubamärk STOLNAYA registreeriti rahvusvaheliselt, sh Eesti suhtes, ei vasta tõele. Eesti osas vaidlustati Patendiameti otsus selle avaldamise faasis, seega Eestis ei ole see registreering kunagi jõustunud olnud.
35. Vaidlustaja leiab, et vastandatud kaubamärkide assotsieerumise puhul omab olulist rolli kaubamärgi üldtuntus, kuna tuntud märkidega kipuvad sarnased assotsiatsioonid keskmisel tarbijal kergemini tekkima kui tundmatutega. Vaidlustaja STOLICHNAYA kaubamärgid on Eestis üldtuntud, kuid mida ei saa öelda taotleja kaubamärgi kohta.
36. Klassi 33 kuuluvate Eesti kaubamärkide eesliide STOL- on tugev element, kuna valdav enamus selle eesliitega algavaid kaubamärke selles klassis kuulub Eestis vaidlustusavalduse esitajale, tekitades tarbijates assotsiatsiooni, et kõik selle eesliitega klassi 33 kuuluvad kaubamärgid kuuluvad ühte tootjate gruppi.
37. Vaidlustaja on seisukohal, et taotleja esindaja poolt esitatud mahukas informatsioon taotleja kaubamärgi kujundamise idee ja tema toodete kvaliteedi (sh medalite) kohta väljaspool Eestit ei puutu asjasse, kuna kaubamärgi menetlemisel Eestis ei mängi need mingit rolli. Taotleja väide, et Eesti tarbija on alkoholi jookide valikul ja ostude sooritamisel tähelepanelik, ei vasta tõele. Alkoholi joogid ei ole luksускаup, mille puhul ostude sooritamisel väga tähelepanelik oldaks.
38. Vaidlustaja ei nõustu taotleja väitega, et kaubamärgi üldtuntuse jaoks on vajalik, et tarbija oleks teadlik, kes on kaubamärgi omanik. Kui oletada, et taotlejal on õigus, siis peaks kaubamärk kaotama oma tuntuse hetkest, kui selle omanik on oma nime muutnud uue vastu või kui see märk on mõnele tundmatule isikule müüdnud. Seda on aga raske mõista.
39. Asjaolu, et sõna STOLICHNAYA on määratud Venemaal mittekaitstavaks osaks, ei oma antud vaidluses mingit tähtsust.
40. Vaidlustaja on seisukohal, et kõik tingimused KaMS § 8 lg 1 p 4 rakendamiseks on täidetud:
 - vaidlustusavalduse esitajale kuuluv kaubamärk STOLICHNAYA registreeriti Eestis enne taotleja rahvusvahelise kombineeritud kaubamärgiregistreeringu STOLNAYA esitamist, ka oli ta selleks ajaks Eestis juba üldtuntud;
 - taotleja rahvusvahelise kombineeritud kaubamärgiregistreeringu STOLNAYA sisaldab olulist sõnalist elementi STOLNAYA (mille järgi kaubamärki identifitseeritakse), mis on STOLICHNAYA tähenduslik imitatsioon (ehk jäljend), või nagu taotleja ise väidab, tõlge arhailisest vene keelest tänapäeva vene keelde;
 - võrreldavate kaubamärkide kaubad on samaliigilised ja identsed;

- vaidlustusavalduse esitaja ei ole andnud luba STOLNAYA kaubamärgi registreerimiseks Eestis.
41. Taotleja väidab, et tema STOLNAYA kaubamärgiga tähistatud tooteid on Eestisse toodud alates 2001. aastast. Esitatud materjale ei saa aga tõenditena kvalifitseerida, kuna neil puudub taotleja nimi; viide sellele, et tegemist on vaidlusaluse ruumilise kaubamärgiga; kahel korral on sõna „Stolnaja“ käsitsi hiljem juurde kirjutatud (mis vähendab tõendite usaldusväärsust), puuduvad eestikeelsed tõlked.
 42. Vaidlustaja leiab, et kaubamärkide äravahetamiseni sarnasus on tõendatud Turu-uuringute ASi poolt 08.03.2007 kuni 20.03.2007 läbi viidud uuringuga vaidlustaja ja taotleja kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse kohta. Turu-uuringute AS poolt läbi viidud küsitlus näitab, et kuigi valdav enamus tarbijaid märke STOLICHNAYA vs STOLNAYA segamini ei ajaks, esineb märkide otsese segiajamise tõenäosus siiski märkimisväärne osa (29%) tarbijate jaoks. Samuti 41% vastanutest on leidnud, et peavad STOLNAYA sõna pudeli sildil vaidlustaja kaubamärgi STOLICHNAYA kaubamärgi jäljendiks. Kaubamärkide kuuluvuse (kaudne assotsieerumine) osas leiab 22% vastanutest, et need märgid kuuluvad kindlasti või pigem kuuluvad samale tootjale või tootjate gruppidele. Märkimisväärne on, et väga suur osa vastanutest (30%) ei osanud seisukohta kujundada. Vaidlustaja hinnangul nimetatud uuring näitab, et antud juhul esineb märkimisväärne kaubamärkide äravahetamise tõenäosus, mis peaks olema piisav kaubamärgi STOLNAYA õiguskaitset ja registreerimist välistava asjaolu tuvastamiseks.

Taotleja vastuväited vaidlustaja täiendavatele seisukohtadele

43. Taotleja juhib tähelepanu, et vaidlustatud kaubamärk nr 0803765 on ruumiline kaubamärk, mille koosseisus on sõna STOLNAYA ja mitmed kujutuslikud elemendid, vastandatud kaubamärk on aga sõnaline märk nr 28514 STOLICHNAYA. Märke tuleb omavahel võrrelda tervikuna.
44. Taotleja täpsustab, et Eesti on rahvusvahelises registreeringus märgitud riik, mille puhul on olemas territoriaalse laiendamise nõue. Nagu selgub Patendiameti 24.03.2004 registreerimisotsusest, on rahvusvahelise registreeringu kuupäev 30.04.2003, kusjuures ka Eesti oli märgitud riikide seas. Taotleja selgitab, et Euroopa Ühenduse liikmesriikides Lätis ja Leedus on samuti vastu võetud apellatsioonikomisjoni otsused kaubamärkide STOLNAYA + kuju ja STOLICHNAYA + kuju taotleja kasuks. Paljudes riikides on pädevad ametiasutused tunnistanud ka sõnalisi kaubamärke STOLNAYA ja STOLICHNAYA piisavalt erinevaks ning pidanud võimalikuks nende kooseksisteerimine turul samaliigiliste kaupade tähistamisel. Taotleja märgib, et kaubamärgiga STOLNAYA + kuju tähistatud toodang on müügil Eestis juba mitu aastat ning et tarbijal ei teki probleeme selle eristamisega vastaspoole kaubamärgiga STOLICHNAYA tähistatud toodangust.
45. Vastuseks vaidlustaja esitatud turu-uuringutele märgib taotleja, et uuringu tulemus, et STOLICHNAYA on Eestimaa elanikele tuntud, ei tõesta veel seda, et see on üldtuntud Pariisi Konventsiooni art 6 bis tähenduses. Uuringu tulemusest ei selgu, millise tootjaga või päritolumaaga seostavad vastajad antud kaubamärki. Kuigi sõnamärk STOLICHNAYA on Eestimaa elanikele tuntud, ei anna uuring vastust, kas tarbijad seostavad seda märki kindla tootjaga või majanduslikult omavahel seotud tootjate ühendusega või pigem seostavad seda Vene Föderatsiooniga kui tuntud viina päritolumaaga ja mitme erineva tootjaga.
46. Mis puudutab kaubamärgi STOLNAYA eristusvõimet siis leiab taotleja, et Vana-Vene sõna STOLNAYA on semantiliselt küll seotud sõnaga „stol“ (laud, troon) või omadussõnaga laua-, kuid tänapäeval ei kasutata seda sõna tavapärasel keeles tähenduses „laua-“, (v.k. stolovaja). Arhailist sõna STOLNAYA kasutatakse tänapäeval üksnes seoses Vana-Venemaaga ja mõnes kaasaegses sõnaraamatus on olemas selle vaste eesti keeles – van. troon-, valitsus-,

valitsemis-, selgitusega vananenud või Vana-Venes. STOLNAYA on tähenduse poolest seotud sõnaga застолье – e.k. peolaua taga söömine ja joomine või omadussõnaga застольная (lauatagune). Seega on vananenud sõna tänapäeval piisavalt eristusvõimeline, et olla kaubamärk või selle osaks ning vaidlustaja väide on alusetu.

47. Taotleja leiab, et apellatsioonikomisjonile esitatud kaubamärkide võrdluse uuring ei ole korrektne, kuna kaubamärki STOLNAYA + kuju ei ole esitatud võrdluseks tervikuna (vaid selle sõnaline osa), esitatud küsimused on suunavad ning uuring ei ole usaldusväärne ega erapooletu.

Vaidlustaja lõplikud seisukohad

48. Vaidlustaja esitas oma lõplikud seisukohad 09.10.2009, jäädes oma varemavaldatud seisukohtade juurde. Vaidlustaja leiab, et kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimine klassis 33 on vastuolus antud asjas kohaldamisele kuuluva, kuni 30. 04.2004 kehtinud KaMS § 8 lg 1 punktiga 2 ja Pariisi konventsiooni artikliga 6bis, tulenevalt vaidlustaja STOLICHNAYA kaubamärkide ja taotleja STOLNAYA + kuju kaubamärgi äravahetamise tõenäosusest.

Taotleja lõplikud seisukohad

49. Taotleja esitas apellatsioonikomisjonile lõplikud seisukohad 01.12.2009. Taotleja jääb eelnevalt esitatud seisukohtade juurde, et vaidlustusavaldus on põhjendamata, kuna KaMS § 8 lg 1 p 2 ja § 8 lg 1 p 4 sätete kohaldamine ei ole antud juhul põhjendatud ja vaidlustusavaldus ei kuulu rahuldamisele.

II Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja otsus

50. Apellatsioonikomisjon, analüüsinud vaidlustaja seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid tõendeid kogumis ja vastastikusel seoses, märgib järgmist.
51. Käesolevas asjas on vaidlustatud Patendiameti 24.03.2004 otsus nr 7/R200302577 registreerida taotleja nimele rahvusvaheline ruumiline kaubamärk STOLNAYA + kuju.
52. Alates 01.05.2004 kehtiva KaMS § 72 lg 5 kohaselt enne 2004. aasta 1. maid Patendiameti tehtud otsuse vaidlustamisel ja uue otsuse tegemisel kohaldatakse Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise aluseid ja lähtutakse asja uue menetlemise ajal kehtivast menetlusnormist.
53. Kuna kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimise otsus on vastu võetud enne 01. 05. 2004, siis tuleb Patendiameti otsuse õiguspärasuse hindamisel juhinduda kuni 30.04.2004 kehtinud kaubamärgi registreerimisest keeldumise materiaalõiguslikest alustest.
54. Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus on vastuolus KaMS § 8 lg 1 punktidega 2 ja 4 ning Tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni (edaspidi Pariisi konventsioon) artikliga 6bis.
55. Patendiameti otsuse tegemise ajal kehtinud KaMS § 8 lg 1 p 2 alusel kaubamärgina ei registreerita kaubamärke, mis on identsed või äravahetamiseni sarnased või assotsieeruvad teise isiku nimele samaliigiliste kaupade või teenuste tähistamiseks registreeritud või registreerimiseks esitatud varasema kaubamärgiga, kui registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba. KaMS § 8 lg 1 p 4 kohaselt kaubamärgina ei registreerita teisele isikule kuuluvaid, kaubamärgi registreerimise taotluse saabumise kuupäeval või prioriteedikuupäeval Eesti Vabariigi tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni artikli 6bis tähenduses üldtuntud


kaubamärke ja kaupade markeeringuid, olenemata sellest, kas need on registreeritud või mitte, kui registreerimiseks puudub teise isiku kirjalik luba.

56. Poolte vahel puudub vaidlus järgmiste käesolevas asjas tähtsust omavate asjaolude suhtes, millised loeb apellatsioonikomisjon seetõttu tuvastatuks:

- vaidlustaja kaubamärk STOLICHNAYA (rahv reg nr 28514) on varasem (taotluse esitamise kuupäev 29.10.1997) taotleja kaubamärgist STOLNAYA + kuju (rahv reg nr 0803765, prioriteedi kuupäev 04.11.2002);
- vaidlustaja kaubamärk STOLICHNAYA on sõnaline tähis, taotleja kaubamärk STOLNAYA + kuju kujutab endast ruumilist kaubamärki;
- kõik taotleja kaubamärgiga tähistatavad kaubad on vaidlustaja kaubamärgiga tähistatavate toodetega identsed ja osaliselt samaliigilised;
- vaidlustaja ei ole andnud nõusolekut taotleja kaubamärgi STOLNAYA + kuju registreerimiseks;
- põhimõtteliselt puudub vaidlus ka selles, et kaubamärk STOLICHNAYA oli taotleja kaubamärgi registreerimise avalduse esitamise ja registreerimise otsuse vastuvõtmise ajal Eestis üldtuntud. Küll on taotleja seisukohal, et Eesti tarbija ei oska seostada STOLICHNAYA kaubamärki ühegi konkreetse tootjaga ning näeb selles pigem, kui Venemaalt pärinevat ja Vene viinale osundavat tähist;
- kaubamärk STOLNAYA + kuju tervikuna omab eristusvõimet.

57. Pooled vaidlevad peasjalikult selle üle, kas vastandatud kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased või mitte. Apellatsioonikomisjon nõustub mõlema menetlusosalisega, et kaubamärkide äravahetamiseni sarnasuse hindamisel on asjakohane põhimõte, mille 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. Sellest tulenevalt analüüsib apellatsioonikomisjon järgnevalt kaubamärke visuaalsest, kontseptuaalsest ja foneetilisest küljest ja annab seejärel hinnangu kaubamärkide äravahetamiseni sarnasuse kohta.

58. Kaubamärgi õiguskaitse ulatuse määramisel võetakse aluseks kaubamärgi reproduktsioon (kuni 30.04.2004 kehtinud KaMS § 5 lg 8 ja alates 01.05.2004 kehtiva KaMS § 12 lg 1 p 2). Käesolevas asjas kogutud tõendite kohaselt on vastandatud kaubamärkide reproduktsioonid on järgmised:

Taotleja kaubamärk	Vaidlustaja kaubamärk
	STOLICHNAYA

- 59.** Analüüsisides kaubamärkide reproduktsioone visuaalsest küljest tuvastas apellatsioonikomisjon, et vaidlustaja kaubamärk on sõnaline tähis, mis koosneb ühest trükitähtedega keskmisest pikemast sõnast „STOLICHNAYA“. Taotleja kaubamärk on sõnalisest ja ruumilisest osast koosnev kombineeritud tähis. Taotleja kaubamärk koosneb ruumilisest Vana-Vene kiriku torni meenutavast neljakandilisest toobikujulisest pudelist koos kujundatud etiketiga, mille tumedal taustal ja kahe lainelise joone vahel on ladina tähtedega valges kirjas kujutatud sõna „STOLNAYA“. Sõna kohal on vene kiriku kuplite stiliseeritud kujutis. Apellatsioonikomisjon nõustub vaidlustajaga, et kombineeritud kaubamärkide puhul pöörab tarbija üldjuhul esmalt tähelepanu eristavatele sõnadele, mis võivad ka peamiste elementidena meelde jääda. On tõenäoline, et ka käesoleval juhul pöörab tarbija esmalt tähelepanu kaubamärgi sõnale STOLNAYA, kujutades endast kaubamärgi peamist domineerivat elementi. Sõnad STOLNAYA ja STOLICHNAYA on identsed sõnade alguse (STOL-) ja lõpu (-NAYA) osas. Sõnad erinevad varasemas tähises kasutatud tähtede (-ICH) poolest. Seega sõnadel esineb teatud sarnasusi. Kaubamärke eristavad üksteisest vaidlustaja sõnalise kaubamärgi keskel asuvad tähed (-ICH) ja pudeli ruumiline stiliseeritud kujutis. Kuigi kauba pakendi järgi on tarbijal keerulisem konkreetseid kaubamärke tajuda ja tooteid eristada, nähtub et taotleja kaubamärk, millega tarbija kokku puutub, ei ole lihtsalt pudeli kujutis, vaid tegemist on stiliseeritud pudeliga, millel on omad selgelt eristatavad tunnusjooned (vt eespool kaubamärgi visuaalne kirjeldus). Apellatsioonikomisjoni hinnangul kaubamärgi spetsiaalne ruumiline kuju ja selle elemendid ei jää tarbijale tähelepanuta ja aitavad taotleja kaubamärgiga tähistatavaid tooteid identifitseerida ja eristada neid teiste isikute kaupadest, sh vaidlustaja sõnalisest tähisest. Seetõttu leiab apellatsioonikomisjon, et taotleja ja vaidlustaja kaubamärkide sõnad on visuaalselt osaliselt sarnased, kuid taotleja kaubamärgil tervikuna on ka elemente, mis täiendavad üksteist (sõna + stiliseeritud kujutise elemendid) ja kogu kaubamärki ning on vaidlustaja tähisest erinevad.
- 60.** Foneetiliselt saab võrrelda mõlema kaubamärgi sõnalisi osi: STOLICHNAYA ja STOLNAYA. Vaidlustaja kaubamärgi sõna on neljasilbiline ja koosneb üheteistkümnest häälikust: STO-LICH-NA-YA. Taotleja kaubamärgi sõna on kolmesilbiline ja koosneb kaheksast häälikust: STOL-NA-YA. Kaubamärkide sõnade esimesed ja viimased neli tähte on identsed. Sõnad erinevad üksteisest vaidlustaja sõna keskel olevate tähtede „ICH“ osas. Vaidlustaja kaubamärgi sõna hääldamisel langeb rõhk sõna teise silbi lõppu: STO-LICH-NA-YA, taotleja kaubamärgis on rõhk esimesel silbil: STOL-NAYA. Vaidlustaja kaubamärgil on rõhk seega erineval teisel silbil, mis tuleb hääldamisel esile. Kaubamärgid erinevad sõnapikkuse, silpide ja nende rõhuasetuste poolest. Apellatsioonikomisjon leiab, et kaubamärkide identsed algus- ja lõpuosad ei vähenda antud juhul erinevast silbist tulenevat sõnade häälduserinevust sellisel määral, et need jääks tarbijal tingimata tähelepanuta. Sõnadel on sarnaseid osi, kuid neil on ka tunnuseid, mis aitavad tajuda sõnu erinevalt ja vältida nende segajamist.
- 61.** Põhjendatud ei ole vaidlustaja seisukoht, et kontseptuaalselt on kaubamärgid identsed. Pooled on ühel meelel, et sõna STOLICHNAYA kujutab endast transliteratsiooni venekeelsest sõnast „столичная“, mis tähendab tõlkes „pealinna“. Kontseptuaalset viitab STOLICHNAYA pealinnas valmistatud või muul viisil pealinnaga seotud viinale. Sõnal STOLNAYA eesti keeles tähendus puudub. Apellatsioonikomisjonile esitatud 1963. aasta vene keele sõnaraamatu kohaselt tuleneb sõna „стольный“ sõnast „стол“. Sõnaraamatu järgi on „стольный“ vana-vene sõna, mis tähendab valitseja trooni. Venekeelne sõna „стол“ tähendab eesti keeles ka lauda. Vaidlustaja väide, et sõna „стольный“ tõlkeks on ühtlasi „pealinn“ ei ole täpne, kuna sellise tõlke annavad sõnaraamatud ainult koos sõnaga град, so „стольный град“ (vt nt Vene-Eesti sõnaraamat, V. Muhel, 1973, Tallinn). Kaubamärgivaidluses osundatud sõnaraamatute väljavõtetest järeldub, et kui lähtuda sõna „стольный“ ajaloolisest

tähendusest, siis on selleks „trooni-, valitsus-, valitsemis-„. Tänapäeval on sõna „стольный“ kasutamine tema ajaloolises tähenduses vähelevinud ja pigem erand. Sõnale „стольный“ eksisteerib lähedane sõna застольный/застольная, mis on tuletatud sõnast „застолье“ ja tähendab eesti keeles „pidulaua taga viibimine“. Apellatsioonikomisjon nõustub taotlejaga, et vana-venekeelne sõna sõna *стольная* on tähenduse poolest seotud tänapäeval kasutatava sõnaga *застолье* – e.k. *peolaua taga söömine* ja *joomine* või omadussõnaga *застольная* (lauatagune). Kuna tänapäeval ei ole sõna *стольный* tähendus levinud, ning eesti tarbijalt ei saa eeldada, et ta teab arhailiste venekeelsete sõnade tähendusi, siis on tõenäoline, et eesti tarbija mõistab sõna *стольный* ja sellest tuletatud sõna „stolnaya“ kui – *laua, lauale või pidulauale* kuuluvat. Seega on sõnad STOLICHNAYA ja STOLNAYA kontseptuaalselt erinevad.

62. Hinnates kaubamärkide äravahetamiseni sarnasust tuleb tõdeda, vastandatud tähistest tekkivas tervikmuljes on kaubamärkide visuaalsed, foneetilised ja kontseptuaalsed erinevused tajutavad ja piisavad, et vältida kaubamärkide ja nendega tähistatavate toodete äravahetamist. Kaubamärkide erinevused on suuremad, kui domineerivate sõnaliste elementide mõningad sarnasused. Taotleja kaubamärgi stiliseeritud ruumiline vorm koos sõnalise osaga on eristusvõimelised, mille järgi on mõistlikult informeeritud ja piisavalt tähelepanelikul asjaomasel tarbijal võimalik identifitseerida taotleja tooteid vaidlustaja ühest sõnast koosnevast sõnalisest kaubamärgist ning sellega tähistatavatest kaupadest. Sellest tulenevalt leiab apellatsioonikomisjon, et vastandatud kaubamärgid ei ole äravahetamiseni sarnased ja Patendiameti otsus on seaduslik.
63. Vaidlustaja esitas kaubamärkide äravahetamiseni sarnasuse tõendamiseks Turu-uuringute ASI küsitluse sõnade STOLICHNAYA ja STOLNAYA segiajamise kohta. Turu-uuringuga soovib vaidlustaja tõendada, et vastandatud kaubamärgid on äravahetamiseni sarnased. Esmalt märgib apellatsioonikomisjon, et põhjendatud ei ole taotleja seisukoht, et tõend ei ole usaldusväärne, kuna küsitluse tellis vaidlustaja. Vastavalt tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 50 lg 3 punktile 2 on menetlusosalisel õigus esitada täiendavaid dokumente ja avaldusi ning anda selgitusi. See õigus sisaldab ka menetlusosalise õigust esitada oma väidete kinnituseks tõendeid seaduses sätestatud vormis (TÕAS § 60 ja haldusmenetluse seaduse § 38). Tõend ei saa olla ebausaldusväärne ja vastuvõetamatu ainuüksi seetõttu, et menetlusosaline on esitanud tõendi enda huvides ja oma väidete kinnituseks. Siiski ei ole apellatsioonikomisjonil võimalik lugeda tõendatuks vaidlustaja väidet, et küsitluse kohaselt on vastandatud kaubamärgid äravahetamiseni sarnased, sest uuringus ei ole aluseks võetud taotleja kaubamärgi reproduktsiooni. Turu-uuringus on võrreldud ja esitatud tutvumiseks kaubamärk STOLICHNAYA ja taotleja kaubamärgi üks element – sõna STOLNAYA. Selliselt ei ole uuringu alusel võimalik järeldada, milline oleks olnud elanikkonna arvamus siis, kui neile oleks esitatud tutvumiseks taotleja kaubamärgi reproduktsioon, kuidas oleks tähis mõjunud ning milliseid assotsiatsioone tekitanud võrdluses vaidlustaja enda kaubamärgiga.
64. Apellatsioonikomisjon ei nõustu kummagi menetlusosalise seisukohtade ja hinnangutega nende poolt esitatud erinevate riikide kohtuotsustele. Apellatsioonikomisjon ei saa otsustada Patendiameti otsuse seaduslikkuse üle mõne teise riigi kaubamärgivaidluses tehtud otsuste alusel.
65. Kuivõrd apellatsioonikomisjon jõudis järeldusele, et kaubamärgid on piisavalt erinevad, siis kaupade identsus ja vaidlustaja kaubamärgi üldtuntus ei saa muuta erinevaid kaubamärke äravahetamiseni sarnaseks. Järelikult ei ole Patendiameti otsus vastuolus KaMS § 8 lg 1 punktidega 2 ja 4 ning Pariisi konventsiooni artikliga 6bis.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61, kuni 30.04.2004 kehtinud KaMS § 8 lg 1 p 2 ja p 4, apellatsioonikomisjon,

o t s u s t a s:

jätta vaidlustusavaldus 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 apellatsioonikomisjoni 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 apellatsioonikomisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

P. Lello

H.-K. Lahek

T. Kalmet