

MAJANDUS- JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM  
**TÖÖSTUSOMANDI**  
**APELLATSIOONIKOMISJON**

---

**OTSUS nr 946-o**

Tallinnas 25. mail 2009. a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Harri-Koit Lahek (eesistuja), Tanel Kalmet ja Priit Lello, vaatas kirjalikus menetluses läbi välismaise juriidilise isiku LIDL STIFTUNG & CO.KG, Stiftsbergstrasse 1, Neckarsulm D-74167 DE, vaidlustusavalduse, mille objektiks on Patendiameti otsus registreerida rahvusvaheline kaubamärk "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" taotleja, OBSHCHESTVO S OGRANICHENNOI OTVETSTVENNOSTYU "PROMIMPEKS", nimele klassides 32 ja 33.

Vaidlustusavalduse esitas 02.01.2006. a apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) LIDL STIFTUNG & CO.KG (edaspidi vaidlustaja) esindaja patendivolinik Villu Pavelts OÜ-st LASVET, see registreeriti nr-ga 946 ja anti eelmenetlemiseks Harri-Koit Lahekule.

**Vaidlustaja nõue**

Vaidlustaja taotleb Patendiameti otsuse, tagada Eestis õiguskaitse rahvusvahelisele kaubamärgile "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" (reg nr 837432, taotluse nr R200404396) klassides 32 ja 33, tühistamist ning Patendiameti kohustamist jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

**Vaidlustusavalduse asjaolud ja menetluse käik**

Eesti Kaubamärgilehes nr 11/2005 avaldatust ilmneb, et Patendiamet on teinud otsuse registreerida taotleja, OBSHCHESTVO S OGRANICHENNOI OTVETSTVENNOSTYU "VINEKSIM", nimele kaubamärk "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" klassides 32 ja 33 alljärgnevate kaupade osas (tõlge inglise keelest):

Klass 32- Aperitiivid (alkoholivabad); veed (joogi); kokteilid (alkoholivabad); limonaadid; maapähkliipim (karastusjook); alkoholivabad joogid; isotoonilised joogid; vadakujoogid; alkoholivabad puuviljamahlajoogid; mandliipim (jook); puuviljanektarid (alkoholivabad); orzaad; õlu; gaseerjoogipulbrid; sarsaparillijook (karastusjook); limonaadisiirupid; joogisiirupid; tomatimahl (jook); siider (alkoholivaba); köögiviljamahlad (joogid), puuviljamahlad; gaseerveevalmistusained; likööri valmistusained; mineraalveevalmistusained; joogivalmistusained; veinivirre; kääritamata viinamarjamahl; õllevirre; linnasevirre; gaseerjoogitabletid; šerbetid (joogid); alkoholivabad puuviljaekstraktid; humalaekstraktid õlle valmistamiseks; joogiessentsid;

Klass 33- Aperitiivid; arrak; brändi; vein; *piquette*; viinamarjavein; viski; viin; džinn; digestiivid (liköörid ja piiritusjoogid); kokteilid; liköörid; alkohoolsed joogid (väljaarvatud õlu); alkohoolsed puuviljajoogid; piiritusjoogid; destilleerimise

---

Aadress:  
Harju 11  
15072 Tallinn

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

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

teel saadud joogid; mõdu; piparmündiliköörid; bitterid; rumm; sake; siider; riisiviin; piiritusekstraktid; puuviljaekstraktid (alkohoolsed), piiritusessentsid.

Vaidlustajale kuulub varasem rahvusvaheline kaubamärk „**PUTINOFF**“ (reg. nr 820273), mis on Eestis prioriteedikuupäevaga 13.06.2003 registreeritud klassis 33 loetletud järgmiste kaupade, so alkohoolsete jookide (väljaarvatud õlu), eriti piiritusjookide osas.

Vaidlustaja on seisukohal, et taotlejal puudub õigus saada Eestis õiguskaitse kaubamärgile "ПУТИНКА PUTINKA + kuju", kuna nimetatud kaubamärgi osas esineb suhteline õiguskaitse andmist väljastav asjaolu.

Vastavalt kaubamärgiseaduse (edaspidi KMS) § 10 lg 1 p-s 2 sätestatule, ei saa õiguskaitset 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.

Vaidlustaja arvates on üldtunnustatud praktika, et kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki ajakohaseid faktoreid, sealhulgas foneetilist, visuaalset ja kontseptuaalset sarnasust ning nimetatud hinnang peab tuginema üldisele, tarbijal tekkivale kujutuspile, arvestades eriti võrreldavate kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid komponente (Euroopa Kohtu 11.11.1997 otsus kohtuasjas C- 251/95 SABEL punkt 23). Teise aspektina kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb arvestada põhimõttega, mille kohaselt on märkide sarnasus ning kaupade ja teenuste sarnasus omavahelises vastastikususes seoses selliselt, et mida sarnasemad on võrreldavate kaubamärkide kaubad ja teenused, seda erinevamad peavad olema need kaubamärgid ning vastupidi (Euroopa Kohtu 29.09.1998 otsus kohtuasjas C-39/97 CANON, punkt 17). Taotletavad, klassi 33 kuuluvad kaubad on täielikult hõlmatud vastandatava kaubamärgi kaupade loeteluga. Seega on võrreldavate kaubamärkide kaupade loetelud klassis 33 identsed. Vaidlustatavale kaubamärgile taotletakse kaitset ka klassi 32 kuuluvate alkoholivabade jookide tähistamiseks. Nimetatud tooted on klassi 33 kuuluvate alkoholijookidega samaliigilised.

Juhul, kui kaks kaubamärki omavad märgatavaid sarnasusi just kaubamärkide domineerivate elementide osas ning kui ka nende kaubamärkide kaupade ja teenuste loetelud kattuvad, tuleb selliste tähiste äravahetamist, sealhulgas assotsieerumist pidada äärmiselt tõenäoliseks.

Vaatamata sellele, et vaidlustatav kaubamärk sisaldab nii kujunduslikku kui ka sõnalist osa, ei saa nimetatud kaubamärgi kujundust pidada klassi 32 ja 33 kuuluvate kaupade osas tugevalt eristusvõimeliseks või domineerivaks.

Vaidlustaja leiab, et pudelietikettide kasutamine, mille üheks elemendiks on ringi kujutis koos selle keskel paikneva tootenimega, on vastavas turusektoris laialt levinud praktika, mistõttu ei võimalda sellisest kujundusest tarbijatel kaubamärgist tekkiv üldmulje eristada ühe ettevõtte kaupu teiste turuosaliste samaliigilistest kaupadest.

Vaidlustaja rõhutab, et vaidlustatava kaubamärgi tavapärase kujunduselementide ees paikneb suurte, selgestiloetavate tähtedega kirjutatud sõna „ПУТИНКА“ ning selle transliteratsioon "PUTINKA". Just nimetatud sõnaline osa annab kogu taotletavale kaubamärgile tarbijate poolt koheselt tajutava identiteedi. Ka Euroopa esimese astme

kohus on oma 14.07.2005 otsuses nr T-312/03 "SELENIUM" leidnud, et juhul kui kaubamärk koosneb nii sõnalisest, kui ka kujunduslikust elemendist, on kaubamärgi sõnaline osa eristusvõimelisem kui selle kujunduslik osa, kuna keskmisel tarbijal on, viidates tähistatavatele kaupadele, lihtsam öelda nende nime kui kirjeldada kaubamärgi kujunduslikku elementi. Ei ole kahtlust selles, et vaidlustatava kaubamärgi "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" sõnaline osa funktsioneerib tähistatava kauba nimena ning kuna üldmulje vaadeldava kaubamärgi kujunduslikest elementidest jääb tavapäraseks, moodustab just sõnaline osa kaubamärgi eristusvõime seisukohalt terviktähise domineerivaima elemendi.

Vaidlustaja arvates moodustavad vene keelt kõnelevad inimesed ca 1/3 Eesti tarbijaskonnast. Lisaks neile räägib ja mõistab vene keelt ka suur osa eesti keelt kõnelevast tarbijaskonnast.

Seetõttu on Eestis kaubamärkide transliteratsioonide kasutamine nii tähiste kasutus- kui ka registreerimispraktikas suhteliselt tavapärane. Fakt, et vaidlustatava kaubamärgi sõnaline osa sisaldab sõna "PUTINKA" nii kirillitsas kui ka ladina tähestikus, on kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamise aspektist seetõttu suhteliselt väikese tähtsusega. Eesti keskmine tarbija mõistab, et tegemist on ühte sõna sisaldava kaubamärgiga, mille sõnaline osa on esitatud nii ühes kui ka teises kirjavariis.

Eelpool esitatust nähtuvalt leiab vaidlustaja, et käesolevas asjas tuleb võrrelda eelkõige vaidlustatava kaubamärgi sõnalist osa "PUTINKA" ja vastandatavat kaubamärki „PUTINOFF“. Nimetatud sõnad on sarnase pikkusega, koosnedes vastavalt kas seitsmest või kaheksast tähest. Nimetatud tähtedest viis esimest on mõlema kaubamärgi puhul identsed. Seega langeb vaidlustatava kaubamärgi domineeriv osa ca 63% ulatuses kokku varasema kaubamärgiga. Vaidlustaja arvates on oluline silmas pidada printsiipi, et sarnasused kaubamärkide algusosades omavad kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamise aspektist suuremat kaalu kui erinevused tähiste lõpuosades. Seetõttu tulevat vastandatavate kaubamärkide domineerivaid elemente pidada omavahel visuaalselt sarnasteks.

Vaidlustaja arvates on vastandatavad tähised sarnased ka foneetiliselt, kuna tegemist on ühesõnaliste kaubamärkidega, kus mõlema tähise sõnaline osa sisaldab kolme silpi. Seetõttu olevat kaubamärkide sõnalised osad foneetiliselt ühepikkused. Kolmest silbist kaks esimest on mõlema vastandatava tähise puhul häälduselt väga lähedased. Seega erinevad võrreldavad kaubamärgid teineteisest vaid viimase silbi poolest. Vaidlustaja arvates pole kahtlust selles, et kaks sõna, mis koosnevad samast arvust silpidest ning mille esimesed kaks silpi kõlavad pea-aegu identselt, on foneetiliselt teineteisega sarnased. Toodust nähtuvalt võivad tarbijatele jääda reaalses turusituatsioonis märkamata erisused kaubamärkide lõpuosades

Vaidlustaja arvates ei ole vastandatavate kaubamärkide näol tegemist eestikeelsete tähistega. Kuna tõenäoliselt teab Eesti keskmine tarbija Venemaa presidendi Vladimir Vladimiri p Putin'i nime ning kuna mõlema vastandatava kaubamärgi sõnatüve moodustab just nimetatud, hästi tuntud nimi "PUTIN-" on äärmiselt tõenäoline, et kontseptuaalselt seostab keskmine tarbija mõlemat tähist just Venemaa praeguse presidendi nimega. Kuna klassides 32 ja 33 kuuluvate kaupade tähistuste kontseptuaalse tähenduse sidumine Venemaa presidendi nimega on pigem ebatavaline, on nimetatud kontseptuaalsete tähiste sarnasusel suur mõju vastandatavate kaubamärkide äravahetamise, sealhulgas nende assotsieerumise tõenäosuse tekkimisele. Vaidlustaja leiab, et juhul, kui üks turuosaline tähistab ühte oma toodete sarja kindlal, tuntud

nimetüvel põhineva kaubamärgiga, ei oleks selles midagi ebatavalist, kui ta tähistaks oma toodete mõnda teist sarja mõne teise, samale nimetüvele tugineva sarnase tuletisega.

Nagu vaidlustaja on juba eelpool viidanud, on kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse hindamisel märkide sarnasus ning kaupade ja teenuste sarnasus omavahel vastastikku seotud. Lisaks sellele on vaidlustaja arvates keskmisel tarbijal harva võimalus võrrelda erinevaid kaubamärke vahetult. Tarbijate võrdlus kaubamärkide osas tugineb üldjuhul neile meelde jäänud ebatüüpilikele kujutluspiltidele varem nähtud kaubamärkidest (Euroopa Kohtu 22.06.1999 otsus kohtuasjas C- 342/97: LLOYD SCHUHFABRIK MEYER, punkt 26 ). Seega, kui tarbijale on jäänud meelde, et üks turuosalistest toodab ja turustab joogikaupu, mille tähistus on tuletatud Venemaa presidendi nimest "Putin", esineb reaalne oht, et kui ta näeb teist, samale nimetüvele põhinevat kaubamärki identsete või samaliigiliste kaupade pakenditel, siis ta võib ekslikult arvata, et need kaubad on toodetud samade või omavahel seotud tootjate poolt. Kuna tarbijate tähelepanelikkuse aste on otseses sõltuvuses tähistatavate toodete kategooriast, ei saa igapäevaste joogikaupade ostmisel pidada seda tavapärasest kõrgemaks. Kuna vaidlustatav kaubamärk "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" langeb oma domineerivate elementide osas olulisel määral kokku vastandatava kaubamärgiga „PUTINOFF“, eksisteerib käesolevas asjas vaidlustaja arvates reaalne oht, et tarbijad võivad nimetatud kaubamärkidega tähistatud identsed ja samaliigilised tooted omavahel ära vahetada või neid omavahel seostada.

Kõiki eelpool kirjeldatud asjaolusid arvesse võttes ning lähtudes ülalviidatud kaubamärgiõiguse üldtunnustatud põhimõtetest, on vaidlustaja arvates selge, et käesolevas asjas on tõenäoline kaubamärkide "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" ja „PUTINOFF“ äravahetamine ning nende assotsieerimine tarbijate poolt.

Tuginedes KMS §-dele 10 ja 41, tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § -dele 39, 43 ja 44 ning Euroopa Kohtu lahenditele SABEL, CANON, SELENIUM JA LLOYD SCHUHFABRIK MEYER, vaidlustaja palub tühistada Patendiameti otsus tagada Eestis õiguskaitse rahvusvahelisele kaubamärgile "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" (reg. nr 837432; taotluse nr R 200404396) klassides 32 ja 33 ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud väljavõte Eesti Kaubamärgilehest tähise "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" avaldamise kohta 1-l lehel, ärakiri kaubamärgi „PUTINOFF,, registreeringust nr 820273 1-l lehel, 14. 09.04. a LIDL STIFTUNG & CO.KG volikiri 1-l lehel, tõendid 2-l lehel, dokument lõivu tasumise kohta: maksekorralduse koopia nr 3 1-l lehel.

Vaidlustaja esitas oma lõplikud seisukohad 20.06.2008. a, milles ta jääb oma varasemate seisukohtade juurde ja palub komisjonil vaidlustusavaldus rahuldada, kuid lisab, et kaubamärgi taotleja on muutunud, milleks on OBSHCHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU „PROMIMPEKS“.

Taotleja pole komisjonile oma seisukohti, sh lõplikke seisukohti esitanud.

Komisjon alustas vaidlustusavalduse lõppmenetlust 07.05.2009. a.

### **Komisjoni seisukohad ja otsus**

Komisjon, analüüsinud vaidlustaja seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid

tõendeid kogumis ja vastastikusel seoses, leiab, et vaidlustusavaldus tuleb jätta rahuldamata.

Patendiameti otsus registreerida rahvusvahelise kaubamärk "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" (reg nr 837432, taotluse nr R200404396) OBNHCHECTBO S OGRANICHENHOI OTBETCTVENHOCTYU "PROMIMPEKS" nimele klassides 32 ja 33 on avaldatud 01.11.2005. a Eesti Kaubamärgilehes nr 11 /2005 lk 83.

Komisjonil tuli käesoleva vaidlustusavalduse menetlemisel otsustada, kas vaidlustatava rahvusvahelise kaubamärgi "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" registreerimiseks Eestis klassides 32 ja 33 esineb KaMS § 10 lg 1 p 2 mõttes suhteline õiguskaitse andmist välistav asjaolu.

Selle kohaselt ei saa õiguskaitset 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.

Vaidlust ei ole selles, et kaubamärgi „PUTINOFF“ 03.12.2003.a registreering (reg nr 820273, R200401262) on varasem võrreldes taotleja kaubamärgi "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" 05.02.2004. a registreeringuga (reg nr 837432, R200404396).

Vaidlustatud kaubamärgiga tähistatavad kaubad on identsed ainult klassi 33 kuuluvate kaupade osas. Klassis 32 loetletud kaubad, peamiselt alkoholivabad joogid, on samaliigilised võrreldes klassis 33 loetletutega.

Asjaolu, et vastandatud kaubamärkidega tähistatakse nii identseid kui ka samaliigilisi kaupu, ei tee veel võrreldavaid kaubamärke äravahetamiseni sarnasteks.

Komisjon lähtus otsuse tegemisel klassis 33 registreeritud sõnalise kaubamärgi „PUTINOFF“ ja Eestis klassides 32 ja 33 registreerimiseks esitatud kombineeritud rahvusvahelise kaubamärgi "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" registrisse või Büroo rahvusvahelisse registrisse kantud reproduktsioonidest KaMS § 12 lg 1 p 2 ja § 31 lg 1 mõttes.

Samuti nende sõnaliste osade visuaalsest, semantilistest, foneetilisest ja nende kujunduse kontseptuaalsest võrdlustest, aga ka kaubamärkidega tähistatavate kaupade identsusest ning samaliigilisusest.

Komisjon ei nõustu vaidlustajaga selles, et kaubamärgi "ПУТИНКА PUTINKA + kuju" domineeriv element on kujunduselemendil oleva ringi sees asuv sõnaline osa „PUTINKA“.

Komisjon peab selleks kaubamärgi sõnalise osa „PUTINKA“ transliteratsiooni „ПУТИНКА“ kirillitsas, mis asub kaubamärgi domineerival kesksel kujunduselemendil ehk sfäärilise ketta kujutisel. Seepärast kasutab komisjon selguse mõttes edaspidi tekstis vaidlustatud kaubamärgi üldnimetust „ПУТИНКА +kuju“.

	<h1>PUTINOFF</h1>
<p>Vaidlustatud hilisem (05.02.2004. a) rahvusvaheline kaubamärk „ПУТИНКА + kuju“ (reg nr 837432, taotluse nr R200404396) registreerimiseks klassides 32, 33</p>	<p>Prioriteedikuupäevaga 13.06.2003. a klassis 33 registreeritud varasem sõnaline kaubamärk „PUTINOFF“ (reg nr 820273)</p>

Visuaalselt on kombineeritud rahvusvaheline kaubamärk „ПУТИНКА+kuju“ ja registreeritud sõnaline kaubamärk „PUTINOFF“ erinevad. Vaidlustatud kaubamärk on värviline kombineeritud, varasem kaubamärk on kujundusliku elemendita ühtlase kõrgusega mustade ladina suurtähtedega registreeritud sõnaline kaubamärk.

Vaidlustatud kaubamärgi sõnalistest osadest „ПУТИНКА“ on domineeriv. See on kujundatud kirillitsas, kusjuures sõnalise osa suurtähtedest esi- ja lõputäht, so „П-“ ja „-А“, on kujundatud suuremana võrreldes nende vahele jäävate tähtede (suurusega) kõrgusega. Samas on kirjeldatud kaubamärgi sõnalisest osast „ПУТИНКА“ allpool olev ja mittedomineeriv transliteratsioon „PUTINKA“ kujundatud analoogselt pealmisega, so esi- ja lõputäht „P-“ ja „-A“ on kujundatud suuremana võrreldes nende vahele jäävate tähtede (suurusega) kõrgusega. Samas on nimetatud transliteratsioon „PUTINKA“ kujundatud ca 25% väiksemana kui peamine ja domineeriv sõnaline element „ПУТИНКА“ kirillitsas.

Komisjoni arvates on siinjuures oluline arvestada vaidlustatud kaubamärgi kujunduslikku elementi. Sellel on komisjoni arvates stiliseeritud pudeli kujutis. See on kujundatud värvilisena, so must-kuldsena. Selle kettakujuline osa on kujundatud visuaalselt sfäärilise pinnana, millele nõ „loodest“ langev valgus peegeldub iseloomulikult tänu nimetatud sfäärilisele pinnale, mille keskel on kaubamärgi domineeriv ja eespool kirjeldatud viisil kirillitsas kujundatud stiliseeritud sõnaline element „ПУТИНКА“.

Kettakujulisest elemendist üles- ja allapoole jäävad osad on visuaalselt kujundatud silinderpindadena, mille alumisel pinnal on ladina suurtähtedega ja samuti eespool kirjeldatud viisil kujundatud transliteratsioon „PUTINKA“.

Vastandatud kaubamärgil „PUTINOFF“ kujundus puudub.

Nimetatud kaubamärgid ei ole visuaalselt identsed, äravahetamiseni sarnased ega omavahel assotsieeruvad niivõrd, et tarbijad neid segi ajaksid.

Semantiliselt on kaubamärgid erinevad. Kaubamärkide foneetiliselt identne tüvi - „putin-“, mis on seostatav ja identne vaidlustusavalduse esitamise ajal Vene Föderatsiooni

presidendi Vladimir Putini perekonnanimega. See on tarbijaile üsna hästi tuntud ja meelde jääv. Samas on kaubamärkide sõnaliste osade foneetiliselt identne tüvi „putin-“ kaubamärkide eristava osana erinevate isikute toodetud identsete või samaliigiliste kaupade eristamiseks nõrk. Tegemist on nn „ajamärkidenä“, mis sisaldavad endas mingit, nt ajaloolist perioodi või märki, mille eesmärk on olla seda kasutades nõ „õigel ajal õiges kohas“, mis pole loodud kestma kaua.

Vaidlustatud kaubamärgi sõnaliste elementide lõpuosa „-ka“ on komisjoni arvates nõ „laenatud“ viina kui kange alkoholise joogi venekeelselt vastelt „водка“ või selle transliteratsioonilt „vodka“ või üldtuntud alkoholsete jookide nimetustest „Starka“ (lühend „vana viina“ venekeelsest tõlkest „старая водка“) või „Pertsovka“ (lühend „pipraviina“ venekeelsest tõlkest) vms. Samuti nt taimede jt piiritus- või viinaleotiste („настой“) baasil toodetavate alkoholsete jookide liigi venekeelsest rahvapärasest nimetusest „настойка“. Selline nimetuste „ratsionaalne“ lühendamine ja „hellitusnimedeks“ muutmine on venekeelses kultuuriruumis tavaline. Kaubamärgi „ПУТИНКА+kuju“ sõnalise osa „ПУТИНКА“ täisnimetus oleks „Путинская водка“.

Kaubamärgi „PUTINOFF“ lõpuosa „-off“ võib olla „laenatud“ komisjoni arvates pigem samasse klassi kuuluvate kaupade tähistamisel kasutatavalt ja klassis 33 registreeritud kaubamärgilt, nt „SMIRNOFF“, eesmärgiga, et tarbijad tajuksid nimetatud kaubamärkidega tähistatud kaupade pärinevust ühelt ja samalt või ärisuhetes olevalt tootjalt. Sõnalisi ja sõnalist osa „Smirnoff“ sisaldavaid kaubamärgidokumente on Patendiameti on-line kaubamärkide andmebaasis klassis 33 kokku 20. Samuti võib lõpuosa „-off“ olla „laenatud“ klassis 33 registreeritud kaubamärkidelt „ORLOFF“ või „DAVIDOFF“.

Ülaltoodust tulevalt leiab komisjon, et registreeritud ja vaidlustatud kaubamärgid pole identsed, äravahetamiseni sarnased, et tarbijad võiksid neid semantiliselt segi ajada tänu kaubamärgi „ПУТИНКА+kuju“ assotsieerumisele varasema kaubamärgiga „PUTINOFF“.

Kaubamärgid pole foneetiliselt identsed, assotsieeruvad või äravahetamiseni sarnased. Kaubamärkidel on identne tüveosa „putin-“. Kaubamärkide lõpuosad „-off“ ja „-ka“ on foneetiliselt erinevad, mis muudavad kaubamärgid foneetiliselt eristuvateks. Kaubamärgi „ПУТИНКА+kuju“ sõnalise osa hääldamisel lasub rõhk keskmisel silbil „-тин-“, ja kaubamärgi „PUTINOFF“ hääldamisel viimasele silbile „-noff“.

Kaubamärkide ülesehitused on kontseptuaalselt erinevad, vaatamata nende sõnaliste osade foneetiliselt ja semantiliselt identsele sõnatüvele „putin-“.

Vaidlustatud kaubamärk „ПУТИНКА+kuju“ on kombineeritud kaubamärk, mille domineeriv kirillitsas kujundatud Vene Föderatsiooni presidendi nimest tuletatud nimetus „ПУТИНКА“ ja kroon selle peal osundavad koos võimule. Kaubamärgi selline ülesehitus viitab riigikesksusele ning püüdele sarnaneda kaudselt riigi sümboolikaga, mis teeb kaubamärgi teistest eristuvamaks ja sellega tähistatud kauba valdavale osale tarbijaist emotsionaalses mõttes eelistatavamaks. Selle kaubamärgi sõnalise osa lõpp „-ka“ viitab teistele venekeelsete nimetustega toodetele nagu vodka (viin), nastoika, nalivka ja kaubamärkidele „Starka“, „Pertsovka“ jt.

Samas sõnalise kaubamärgi „PUTINOFF“ ladina suurtähtedel põhineval ülesehitusel on kasutatud „SMIRNOFF“- kaubamärkidele omast lõppu „-OFF“, mis osundab toodete

lääne-päritolule, kuna perekonnanimi Smirnoff on levinud läänemaades ja tuleneb venekeelsest perekonnanimest Смирнов.

Tulenevalt kaubamärkide visuaalsest, semantilise, foneetilisest ja kaubamärkide kujunduse kontseptuaalsest analüüsist ning asjaolust, et tarbijad tajuvad kaubamärke tervikuna, leiab komisjon, et hilisem kombineeritud kaubamärk „ПУТИНКА + kuju“ erineb visuaalselt, semantilist ja kontseptuaalselt varasemast sõnalisest kaubamärgist „PUTINOFF“. Seetõttu KaMS § 10 lg 1 p-s 2 mõttes suhteline õiguskaitse andmist välistav asjaolu vaidlustatava rahvusvahelise kaubamärgi "ПУТИНКА + kuju" registreerimiseks Eestis klassides 32 ja 33 puudub.

**Lähtudes eeltoodust ja juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg-st 1, komisjon**

**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 Harju Maakohtusse 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 menetlusse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub apellatsioonikomisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

Harri-Koit Lahek

Tanel Kalmet

Priit Lello