

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1365-o

Tallinnas 26. mai 2014. a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon koosseisus Edith Sassian (eesistuja), Evelyn Hallika ja Kerli Tillberg vaatas kirjalikus menetluses läbi OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI vaidlustusavalduse kaubamärgi VISU (taotlus nr M201000238) registreerimise kohta After Ski OÜ nimele klassi 28 kuuluvate kaupade „spordi- ja võimlemisriistad“ osas.

Asjaolud

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või apellatsioonikomisjon) laekus 01.11.2011 OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI (edaspidi ka vaidlustaja) poolt vaidlustusavaldus kaubamärgi VISU (taotlus nr M201000238) registreerimise kohta After Ski OÜ (edaspidi ka taotleja) nimele klassi 28 kuuluvate kaupade „spordi- ja võimlemisriistad“ osas.

Vaidlustusavalduse esitas vaidlustaja volitatud patendivolinik Anneli Kapp, Patendibüroo Käosaar & Co OÜ.

Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 1365 all ja eelmenetlejaks määrati Edith Sassian.

Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult

Patendiamet on vastu võtnud otsuse sõnalise kaubamärgi VISU (taotluse nr M201000238) registreerimiseks klassis 28 (Lisa 1). Kaubamärgi taotleja on After Ski OÜ. Vaidlustusavalduse objektiks olev kaubamärgi registreerimise otsus annab After Ski OÜ-le ainuõiguse kaubamärgi VISU kasutamiseks järgmiste kaupade suhtes: klass 28 – mängud, mänguasjad, spordi- ja võimlemisriistad, mis ei kuulu teistesse klassidesse; jõulukuuseehed. Vastav kaubamärgi registreerimise otsuse teade avaldati 01.09.2011 Patendiameti ametlikus väljaandes Eesti Kaubamärgileht nr 9/2011.

Kaubamärgiga VISU tähistatud spordivahendeid sh suuski hakati tootma juba 1968. aastal. Kuni 25. jaanuarini 2006 kuulus VISU kaubamärk AS-le Viisnurk, seejärel võõrandati kaubamärgist tulenevad õigused A2K Sport OÜ-le ning viimane omakorda Venemaa ettevõttele OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI. Alates ajast, kui esmakordselt võeti kaubamärgina kasutusele kaubamärk VISU, on seda sõna järjepidevalt spordivahendite tähistamisel kasutanud. Sellest lähtuvalt tuleb lugeda kaubamärk VISU Eestis üldtuntud kaubamärgiks.

KaMS § 11 lg 1 p 1 kohaselt tuleb OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI kuuluvat kaubamärki VISU lugeda varasemaks, kuna see on kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem.

OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI vaidlustab Patendiameti otsuse registreerida kaubamärk VISU (taotluse nr M201000238) After Ski OÜ nimele klassi 28 kuuluvate kaupade „spordi- ja võimlemisriistad“ osas.

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

KaMS § 5 lg 1 p 1 kohaselt saab õiguskaitses kaubamärk, mis on üldtuntud Eestis tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni artikli 6bis tähenduses.

Pariisi konventsiooni art 6bis lg 1 sätestab, et liidu liikmesriigid kohustuvad *ex officio*, kui antud riigi seadused seda lubavad, või asjast huvitatud isiku taotlusel tagasi lükkama või kehtetuks tunnistama ja keelama kaubamärgi tarvitamise, kui vastav märk kujutab endast teise märgi taasesitust, jäljendit või tõlget, mis võib põhjustada tema äravahetamist, kuivõrd registreerimise- või kasutuseriigi pädev organ tunnistab, et märk on antud riigis üldtuntud, kui käesoleva konventsiooni eesõigusi kasutava isiku märk ja seda tarvitatakse samasuguste või ka sarnaste toodete jaoks. Käesolev säte laieneb ka juhtudele, kus märgi oluline osa kujutab endast niisuguse üldtuntud märgi taasesitust või jäljendit, mis võib põhjustada äravahetamist teise märgiga.

KaMS § 7 lg-s 3 sätestatakse need kriteeriumid, mille järgi muuhulgas tunnistatakse kaubamärgi üldtuntust. Nendeks on kaubamärgi:

- p 1: tuntuse aste Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris, või nende kaupade või teenustega tegelevas ärisektoris;
- p 2: kasutamise ja tutvustamise kestus, ulatus ja kaubamärgi geograafiline levik;
- p 3: registreerimine, kasutamine ja üldtuntus teistes riikides;
- p 4: hinnanguline väärtus.

KaMS § 7 lg 4 järgi piisab üldtuntuse tunnistamiseks, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte KaMS § 7 lg 3 p-s 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Eelnõu seletuskirjas osutatakse seoses Maailma Intellektuaalomandi Organisatsiooni (WIPO) soovitusel üldtuntud kaubamärkide suhtes, et juhul, kui kaubamärk on "hästi tuntud" (so. üldtuntud) vähemalt ühes nimetatud sektoritest, peab pädev asutus tunnistama selle üldtuntust (vt soovitusel art 2 lg 2b). Kui aga kaubamärk on "tuntud" vähemalt ühes nimetatud sektoritest, võib pädev asutus tunnistada selle üldtuntust (vt soovitusel art 2 lg 2c).

Vaidlustaja leiab, et alates 1968.a. järjepidevalt klassis 28 nimetatud spordivahendite tähistamiseks kasutatavat kaubamärki VISU tundis 26. veebruariks 2010. a (ehk taotleja kaubamärgi VISU registreerimistaotluse esitamise ajaks) ilma kahtlusteta valdav enamus Eesti tegelikest ja võimalikest spordiga tegelejatest, samuti spordivahendite hulgi- ja jaemüüjatest (jaotusvõrgu sektor). Seepärast oli ja on VISU varasem üldtuntud (hästi tuntud) kaubamärk (KaMS § 7 lg 3 p 1, § 7 lg 4, § 11 lg 1 p 1) punktides 13-17 toodud põhjustel.

Üldtuntud kaubamärk VISU kuulus kuni 25. jaanuarini 2006 ettevõttele AS Viisnurk ning pärast nimetatud kuupäeva loovutati kaubamärgist tulenevad õigused A2K Sport OÜ-le. 12. aprillil 2006 andis A2K Sport OÜ õigused VISU kaubamärgile üle vaidlustusavalduse esitajale OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI, kes jätkab VISU kaubamärgiga tähistatud sporditarvete sh suuskade tootmist Venemaal.

Tänaseks on kaubamärk VISU turul olnud mõningate pausidega üle neljakümne aasta ning on ilmselge, et seda tunneb valdav osa Eesti elanikkonnast. Selle tõendamiseks esitati järgmised materjalid:

- Väljatrükk AS-i Viisnurk emissiooniprosppektist 02.05.1997: Viisnurga eelkäija, Pärnumaa Tööstuskombinaat, moodustati 1945. a. mitmete väiksemate kohalike artellide liitmise tulemusena. 1962. a. nimetati ettevõtte Puidutöötlemiskombinaadiks "Viisnurk", mille põhiliseks

tootmisharuks oli mööblitootmine. **1968. a. liideti ettevõttega suuskade tootmine.** AS Viisnurk töötajate keskmine arv ajavahemikul 1992-1996 oli 844 inimest. Suusavabriku käive moodustas AS-i Viisnurk kogukäivest aastatel 1994.a. -1995.a. **51,2%** ning 1996.a. **44,4%**. AS Viisnurk oli 1997. a seisuga **maailma suuruselt teine murdmaasuuskade tootja** Austria firma Fischer järel. 1996. a valmistas AS Viisnurk **268200 paari suuski**. Fischer (koos talle osaliselt kuuluva Mukatchevo tehasega Ukrainas) tootis aastas ca 550000 paari suuski. Kolmas suurem suusavalmistaja on Tšehhi firma Sporten, mille aastane toodangumaht oli ca 200000 paari. Ülejäänud tootjad olid sellel ajaperioodil juba märksa väiksemad. Maailma murdmaasuusaturu suuruseks hinnati 1997. a olevat umbes 1,2-1,4 mln paari suuski aastas (ilma endise N. Liidu turuta), mida spetsialistid pidasid tolle aja kohta enam-vähem stabiilseks tasemeks. Veel 1980-te aastate lõpus oli see arv 4-5 miljonit paari, kuid 1990-ndate alguses toimus oluline langus seoses mitme järjestikuse lumevaese talvega suuremates murdmaasuusariikides ning teiste talispordialade (mäesuusatamine, lumelauad) populaarsuse kasvuga. Sel ajal olid mitmed suured suusatootjad sunnitud oma tegevuse lõpetama, kuid Viisnurgal õnnestus kriisi üle elada, paljuski tänu sellele, et **Eesti madalad tootmiskulud andsid ettevõtte toodangule hinnaelise**. Tuleb rõhutada, et 1990-ndatel oli suusatootmise turg piiratud ja konkurents tugev. Kuni 1997. aastani tootis AS Viisnurk põhiliselt suhteliselt odavaid, **nn "rahvasuuski"**, mille puhul tootjad võistlesid peamiselt hinna osas. **"Rahvasuusad" moodustasid suurema osa suusaturust ning andsid ka edaspidi suurema osa AS Viisnurga suusavabriku käibest.** AS Viisnurk toodangus oli 1997. aastaks pidevalt tõusnud ka kõrgema hinnaklassi suuskade osakaal. Sellised suusad olid tehniliselt mõnevõrra keerukamad, kuid tootja jaoks oli nende valmistamine kasulik, kuna nende väljamüügihind oli märksa kõrgem. **AS-i Viisnurk oli 1997.a olemas nii sidemed kui ka know-how keerukamate ja kallimate suuskade tootmiseks** ning taolised tellimused andsid juba veerandi kuni kolmandiku suusavabriku toodangust. AS Viisnurk klientideks olid 1990-ndatel paljud tuntud suusafirmad ja kaubamärkide omanikud. AS-le **Viisnurk kuuluva kaubamärgiga VISU tähistatud tooted müüdi 1997. aastaks ligikaudu 10% suusatoodangust.** Suusatootmine oli AS-i Viisnurk jaoks kõige olulisem tegevusala nii käibe kui kasumi mõttes. AS Viisnurk tegeles 1990-ndatel ka vahendustegevusega, peamiselt suusavarustuse vallas, olles teatud kaupade maaletoojaks ja hulgimüüjaks. **VISU suusad olid selleks ajaks Eesti turul praktiliselt monopoolses seisus, mis pakkus AS-le Viisnurk soodsa võimaluse kauplustele vahendada lisaks suuskadele ka suusakeppe, -saapaid, -sidemeid jms** (Lisa 2);

- Väljavõte 1995 avaldatud õpikust keskkoolile „Majanduse algkursus“, kus peatükis 19. „Kuhu läheb Eesti majandus“ analüüsi Eesti tööstuse traditsioonilisi harusid ning muuhulgas on märgitud, et: **„Hea kvaliteediga on „Visu“ suusad, mis katavad kümnendiku maailma murdmaasuuskade vajadusest.“** (Lisa 3);
- 01.03.1999 lühiartikkel ajalehes Õhtuleht „Päevakangelane on šeff mees“ kirjutas Andus Veerpalu Ramsau MM-il võidetud hõbemedalist ning lisaks on viidatud järgnevat: **„Andrus Veerpalugi astus maailma, Visu suusad all. See juhtus seitsme aasta eest Albertville'i taliolümpiamängudel.“** (Lisa 4);
- 08.02.1998 artikkel ajalehes Postimees „Tartu maratoni auhinnad“, mille kohaselt oli paremuselt vastavalt 6., 11. ja 12. kohtadele auhinnaks **Visu suusad**. Siinkohal tuleb rõhutada, et Tartu maratonil osales üle 3000 inimese üle Eesti ning 19-st eri riigist (Lisa 5);
- 30.10.2002 artikkel ajalehes Eesti Päevaleht „Suusamüüja, visionäär ja mõisapidada“, kus Tiit Arro seostas AS-i Viisnurk **Visu suuskadega**, tuues välja sisuliselt enamuse Eesti elanikkonna jaoks tekkinud seose ning Visu suuskade tuntuse (Lisa 6);
- 01.12.2002 artikkel ajakirjas Sporditäht.kalev.ee „Kaija Parve-Helinurm näeb siiani sporti unes“, mille kohaselt **„Me võitsime kõik tiitlid Pärnu Visu suuskadega. [...] Praegu on Visu suusad väga head, [...]“**(Lisa 7);
- 17.01.2003 artikkel ajalehes Sakala „Suusamüüjad kiidavad head läbimüüki“ kinnitab Popsport, et **kõige populaarsem on Visu toodang**. Sportlandi müüja kinnitab, et neil müügil olevad **Visu**

suusad on eelkõige mõeldud pühapäevasportlastele. Samuti on artiklis märgitud, et **väga populaarsed on Visu hokikepid** (Lisa 8);

- 28.10.2004 artikkel ajalehes Pärnu Postimees „**Kuulus Visu** suusavabrik töötab homme viimast päeva“ (Lisa 9);
- 04.04.2005 artikkel ajalehes Eesti Päevaleht „Visu kaubamärgi ostuks viis pakkumist“, mille kohaselt on **Visu kaubamärk Eesti tuntuim** ning juba 1968. aastast alates hakati tootma **Visu suuski** (Lisa 10);
- 03.08.2006 artikkel Eesti Päevalehes „Kümme kõvemat kandidaati Eesti Nokia nimetusele“, milles märgiti, et **aastakümneid eestlaste lemmiksuuski tootnud AS Viisnurk müüs Visu** kaubamärgi ja igasugused seadmed, millega suuski ning hokikeppe valmistati, ära juba rohkem kui aasta tagasi. Kunagi kuulus AS Viisnurk **maailma juhtivate suusatootjate hulka**. Näiteks 2000/01. aasta hooajal hõlmas **Visu kollektsioon 25 erimudelit, kattes niimoodi rohkem kui 25% maailmaturust** (Lisa 11);
- 07.05.2007 ReisiRaadio blogi „Uus-Meremaa lõppvaatus“, kus isegi ameeriklane David oli kursis, et Eestis on suusamaraton ja **Visu suusad**, märkides, et **Visu suusad** on ikka maru head (Lisa 12);
- 09.01.2010 Etsi blogi „Keila Uusaastavõistlus 2010“ **Visu suuskade** kohta tehtud kommentaarid (Lisa 13).

Need tõendid kinnitavad kaubamärgi VISU pikaagest kasutust. Juba alates 1968. a on tähistatud tooteid (spordivahendite, ennekõike talispordivahendite) kaubamärgiga VISU. Eestis tegelike ja võimalike tarbijate sektoris (nn rahvasuusad, pühapäevasportlased), samuti nende kaupade jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris (sporditarbeid müüvad poed nt Sportland, Popsport jne) on kaubamärk VISU omandanud üldtuntuse. Kaubamärgi VISU pikaagegne kasutus (üle neljakümne aasta), ulatus ja geograafiline levik (mitte ainult Eestis vaid ka välisriikides) näitab selle tähise üldtuntust.

Asjaolu, et üldtuntud kaubamärgi VISU omanikud on vahepeal muutunud, ei kahanda see tähise VISU tuntust Eesti elanike ning spordikaupade jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektori seas.

Kaubamärk VISU oli kaubamärgi VISU registreerimise taotluse esitamise ajal 26. veebruaril 2010. a hästi tuntud KaMS § 7 lg 3 p-de 1 ja 2 mõttes, mistõttu oli see KaMS § 7 lg 4 ja § 11 lg 1 p 1 järgi varasem üldtuntud kaubamärk. Seega leiab vaidlustaja, et talle kuuluv tähis VISU klassi 28 kuuluvate spordiriistade tähistamiseks oli 26. veebruariks 2010. a, mil taotleja esitas vastava taotluse kaubamärgi VISU registreerimiseks samas klassis samade kaupade osas, kujunenud Eestis üldtuntud kaubamärgiks, mis saab KaMS § 5 lg 1 p 1 ja § 11 lg 1 p 1 alusel õiguskaitse, kui varasem kaubamärk. Vaidlustaja palub Tööstusomandi apellatsioonikomisjonil tuvastada, et vaidlustaja kaubamärk VISU oli 26. veebruariks 2010.a. kujunenud Eestis üldtuntuks spordiriistade tähistamise osas.

Vaidlustaja leiab, et kaubamärgi registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2. KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaselt ei saa õiguskaitset 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 on seisukohal, et registreerimiseks esitatud kaubamärk VISU kujutab endast Eestis üldtuntud kaubamärgi VISU taasesitust ja/või jäljendit ning see võib põhjustada äravahetamist ja assotsieerumist. On tõenäoline, et keskmine tarbija, nähes reaalses turusituatsioonis spordiriistu markeerituna tähisega VISU seostab seda juba talle varem teadaoleva, Eestis üldtuntud kaubamärgiga VISU. Vaidlustusavalduse esitaja on seisukohal, et kaupade ostjad samastavad neid kaubamärke ühe ja sama omanikuga ning see toob kaasa varasema kaubamärgi õiguste rikkumise.

Kaubamärgitaotlus VISU on identne üldtuntud kaubamärgiga VISU ning võrreldavad kaubamärgid tähistavad identseid kaupu „spordiriistad“. Samas on vaidlustaja seisukohal, et kaupade „spordiriistad“ ja „võimlemisriistad“ näol on tegemist samaliigiliste kaupadega, mistõttu on tõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi assotsieerumine varasema üldtuntud kaubamärgiga. Äravahetamise tõenäosuse hindamisel arvestatakse asjakohaste asjaolude vastastikust sõltuvust, eelkõige sõltuvust kaubamärkide sarnasuse ning tähistatud kaupade või toodete samaliigilisuse vahel. Seega võib tähistatud kaupade või teenuste vähest sarnasust kompenseerida märkide suurem sarnasus ja vastupidi. Võimlemine on üks spordi alaliik, mistõttu kaubad „spordiriistad“ on samaliigilised kaupadega „võimlemisriistad“. Seega on äärmiselt tõenäoline, et tarbija vahetab kaubamärgid VISU ja VISU omavahel ära, isegi siis, kui üks nendest tähistaks spordiriistu ja teine võimlemisriistu. Samuti on tõenäoline antud olukorras kaubamärgi VISU assotsieerumine varasema üldtuntud kaubamärgiga VISU.

Lähtudes eeltoodust palub vaidlustaja tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi VISU (taotlus nr M201000238) registreerimise kohta After Ski OÜ nimele kaupade „spordiriistad ja võimlemisriistad“ osas ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud:

Lisa 1: Väljatrükk Patendiameti kaubamärkide andmebaasist - registreerimistaotlus VISU (M201000238);

Lisa 2: Väljatrükk AS-i Viisnurk emissiooniprosppektist;

Lisa 3: Väljavõte 1995 avaldatud õpikust keskkoolile „Majanduse algkursus“;

Lisa 4: Väljatrükk lühiartiklist „Päevakangelane on šeff mees“ ajalehes Õhtuleht;

Lisa 5: Väljatrükk artiklist „Tartu maratoni auhinnad“ ajalehes Postimees;

Lisa 6: Väljatrükk artiklist „Suusamüüja, visionäär ja mõisapidada“ ajalehes Eesti Päevaleht;

Lisa 7: Väljatrükk artiklist „Kaija Parve-Helinurm näeb siiani sporti unes“ ajakirjas Sporditäht.kalev.ee;

Lisa 8: Väljatrükk artiklist „Suusamüüjad kiidavad head läbimüüki“ ajalehes Sakala;

Lisa 9: Väljatrükk artiklist „Kuulus Visu suusavabrik töötab homme viimast päeva“ ajalehes Pärnu Postimees;

Lisa 10: Väljatrükk artiklist „Visu kaubamärgi ostuks viis pakkumist“ ajalehes Eesti Päevaleht;

Lisa 11: Väljatrükk artiklist „Kümme kõvemat kandidaati Eesti Nokia nimetusele“ ajalehes Eesti Päevaleht;

Lisa 12: Väljatrükk ReisiRaadio blogist „Uus-Meremaa lõppvaatus“;

Lisa 13: Väljatrükk Etsi blogist „Keila Uusaastavõistlus 2010“;

Lisa 14: OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI volikirj;

Lisa 15: Maksekorralduse nr 1473 koopia / 01.11.2011.

Taotleja esitas oma seisukohad 13.02.2012. Taotleja vaidlustusavaldusega ei nõustunud alljärgnevatel põhjendustel (kokkuvõtlikult).

Vaidlustusavaldus tugineb KaMS § 10 lg 1 p-le 2, mille eeltingimuseks on, et vaidlustajal peab olema varasem kaubamärk. EFSI tugineb siinjuures KaMS § 11 lg 1 p-le 1, mis sätestab, et varasem kaubamärk saab ka olla kaubamärk, mis omandas üldtuntuse varem. Tähise üldtuntust põhjendab EFSI väitega, et alates ajast, kui esmakordselt võeti kasutusele kaubamärk VISU, on seda tähist järjepidevalt spordivahendite tähistamisel kasutatud, mistõttu tuleb kaubamärk VISU lugeda Eestis EFSI üldtuntud kaubamärgiks ning seetõttu on kaubamärgitaotluse M201000238 registreerimine vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2.

Kaubamärgitaotleja After Ski OÜ (edaspidi After Ski) sellega ei nõustu, sest tegemist on üksnes vaidlustaja paljasõnalise väitega. Vaidlust ei ole selle üle, et kunagi aastakümneid tagasi oli ettevõtte Viisnurk poolt kasutusel suuskade tähistamisel kaubamärk VISU. Puuduvad aga mistahes andmed

selle kohta, et EFSI oleks kaubamärki VISU kunagi tegelikult oma toodetel kasutanud. Seda tegelikult ka EFSI ise ei väida. Lisaks puuduvad andmed selle kohta, et kaubamärki VISU oleks üldse tegelikult Eesti territooriumil kasutatud vähemalt viimase viie aasta jooksul enne vaidlustatud kaubamärgi registreerimistaotluse M201000238 esitamist Patendiametile.

Seega ei saa olla õiged, põhjendatud ning tõendatud EFSI väited, et kaubamärki VISU on järjepidevalt Eestis kasutatud ning et seda on teinud EFSI. Vastupidi, EFSI ise on üheselt ja selgelt kinnitanud, et alates 29. 10. 2004 pole kaubamärki VISU Eestis tegelikult kasutatud (vt vaidlustusavalduse lisa 9).

Kaubamärgile omandatud õiguskaitse jätkumise üheks printsiibiks on asjaolu, et kaubamärki peab selle omanik ka tegelikult kasutama (KaMS § 17 lg 1). Kaubamärgi mittekasutamisel pärast registreeringu tegemist mõjuva põhjusega viie järjestikuse aasta jooksul annab asjast huvitatud isikutele õigusliku aluse taotleja registreeritud kaubamärgi ainuõiguse lõppenuks tunnistamist (KaMS § 53 lg 1 p 3).

Samuti puudub kaubamärgiomanikul õigus nõuda teise kaubamärgi omaniku ainuõiguse tühistamiseks tunnistamist juhul, kui ta ei ole oma registreeritud kaubamärki mõjuva põhjusega viie järjestikuse aasta jooksul KaMS § 17 tähenduses kasutanud (KaMS § 52 lg 4).

After Ski möönab, et EFSI tugineb kaubamärgi üldtuntusele, kuid kuna erinevalt registreeritud kaubamärkidest ei ole üldtuntud kaubamärki võimalik siduda registreerimisele järgneva järjestikuse viie aastaga, siis üldpõhimõtte kaubamärgi kasutamise seosest tema õiguskaitsega kui selline peaks kehtima ka üldtuntud kaubamärgi puhul. Seega tulenevalt asjaolust, et EFSI enda kinnitusel ja asja juurde lisatud dokumentaalsetest tõenditest nähtub, et vaidlusalust kaubamärki ei ole Eestis kasutatud arvates 29. 10. 2004 (ehk tähist kasutati viimati ca 8 aastat tagasi), siis pole EFSI-l alust rääkida üldtuntud tähise õiguskaitsest.

Viitame siinjuures ka OHIM vaidlustusavalduste esitamise juhendi osale 5 (üldtuntud/suure mainega kaubamärgid). Juhendi punkti 1.3.5 viimane lõik sätestab, et kui märki pole märkimisväärselt pika aja jooksul kasutatud või kui kasutamise ja vaidlustatud kaubamärgitaotluse esitamise kuupäeva vahemik on küllaltki pikk, siis on keerulisem tõendada, et kaubamärgi üldtuntus on üle elanud tema mittekasutamise või et ta püsis elus kuni vaidlustatava kaubamärgitaotluse esitamise kuupäevani.

Ka käesolevas asjas on tuvastatud, et EFSI võimalik üldtuntud kaubamärk VISU ei ole üle elanud tema pikaajalisest mittekasutamisest tuleneva õiguskaitse kaotuse.

Üldtuntud kaubamärgi õiguskaitse lõppemise võimalikku tähtpäeva seadusega määratletud ei ole (registreeritud kaubamärk kaotab kehtivuse 10 aastat peale registreerimist). Mõeldamatu ja kaubamärgiseaduse eesmärgi ja mõttega oleks vastuolus olukord, et viimati enam kui 8 aastat tagasi kasutusel olnud üldtuntud kaubamärk omab üldtuntusest tulenevat õiguskaitset tähtajatult (igavesti).

Õiguskaitse on välistatud niisuguse tähise puhul, mille kasutamisest on selle omaniku poolt ammu loobutud. Ka KaMS § 7 lg 3 p 2 seob kaubamärgi üldtuntuse tunnistamise tähise kasutamise ja kasutamise tõendamise. Seega kaubamärgi tegeliku kasutamise kohustus ja sellega seotud õiguskaitse laieneb ka võimalikule üldtuntud kaubamärgile, sest üldtuntus saab tugineda ainult kaubamärgi reaalse kasutamise ja tutvustamise faktile. Kui üldtuntud kaubamärki pole sarnaselt registreeritud kaubamärgiga tegelikult 5-aastase katkematu aja jooksul kasutatud, saab asuda seisukohale, et sellel tähisel ei ole enam üldtuntusest tulenevat õiguskaitset.

Juhul, kui asuda eeltoodust vastupidisele seisukohale, siis oleks see otseses vastuolus isikute õigusliku ootuse printsiibiga, et kaubamärgiseaduses sätestatud kaubamärgi kasutamise kohustuse

printsipi silmas pidades juhul, kui kaubamärki pole tema omaniku poolt seaduses ettenähtud ajavahemiku jooksul kasutatud, kaotab see õiguskaitse ja asjast huvitatud isikud saavad selle ise kasutusele võtta (s.h registreerida selle ka kaubamärgina).

After Ski ei saa siinkohal jätta märkimata, et EFSI kui isik, kes pole oma väidetavalt üldtuntud kaubamärki seaduses ettenähtud ajavahemiku jooksul kasutatud, on eeltoodud põhimõtetele vaatamata teinud After Ski-le takistusi selle tähise kasutamiseks viimase majandustegevuses (sh ka kaubamärgina registreerimisel) ja on vaidlustusavaldust esitades käitunud pahatahtlikult, sh ei ole kasutanud oma menetlusõigust heauskselt.

Nagu juba öeldud, siis EFSI ise pole tähist VISU oma kaupadel kaubamärgiseaduses ettenähtu kohaselt kunagi tegelikult kasutanud ning enne EFSI poolt kaubamärgi omandamist 2006. a pole samuti vähemalt alates 2004. a oktoobrist kaubamärki VISU realselt kasutatud (vt vaidlustusavalduse lisa 9). Seetõttu ei saa ka vaidluse esemeks olevat EFSI väidetavalt varasemat kaubamärki VISU pidada tema õiguskaitset omavaks tähiseks, sh õiguskaitset omavaks üldtuntud tähiseks. Kõik vaidlustusavalduses toodud tõendid seostavad kaubamärgi VISU kasutamise ettevõttega Viisnurk, mitte aga EFSI-ga. Veelgi enam, vaidlustusavalduse lisana 9 esitatud dokumentaalsest tõendist nähtub, et 29.10.2004. a töötas Visu suusavabrik viimast päeva, mis tähendab seda, et pärast nimetatud kuupäeva pole kaubamärki VISU vastavate kaupade tähistamiseks tegelikult kasutatud.

After Ski rõhutab veel kord, et vaidlustusavalduses esitatud tõendid on retrospektiivis seostatavad ainult ettevõtte Viisnurk kunagise toodanguga (sh kommentaarid 2010. a blogis, kus keegi teatas, et võttis osa suusavõistlusest oma 10-aasta vanuste VISU suuskadega), mitte aga vastava kaubamärgi tegeliku kasutamisega pärast 2004. aastat ja/või tänase hetkeni. Seetõttu pole need tõendid ja asjaolud kuidagi seostatavad EFSI-ga ja temaga seoses kaubamärgi VISU väidetava üldtuntusega.

Lisaks defineerib KaMS § 3 kaubamärgina tähise, millega on võimalik eristada ühe isiku kaupa või teenust teise isiku samaliigilisest kaubast või teenusest. Kaubamärk peab tekitama seose selle omaniku ja kaubamärgi ning sellega tähistatud kaupade ja/või teenuste vahel. Kaubamärk kannab kaupade päritolu näitavat funktsiooni, st suudab määratleda kaupu ja/või teenuseid, mille registreerimist taotletakse, kui mingilt kindlalt isikult pärinevaid ja seega eristab see neid teiste ettevõtjate kaupadest ja/või teenustest.

Ka üldtuntuse tunnistamine saab olla seotud vaid konkreetse isikuga ning tema poolt pakutavate kaupade ja/või teenustega. Seega varasema õiguse, so kaubamärgi õiguskaitsele tuginemiseks üldtuntuse alusel tuleb tõendada, et tarbija tajub ja seostab tähist VISU konkreetse isiku kaubamärgina, antud juhul EFSI-iga. Kuivõrd seda pole tõendatud, ei saa vaidlusalust tähist ja selle võimalikku varasemat üldtuntust kuidagi seostada EFSI-ga.

Vaidlustusavalduses on viidatud tõenditele, mis kinnitavad, et kaubamärki VISU on varasemalt kasutanud AS Viisnurk. Vaidlus selles ka puudub.

Olulist tähtsust omab siinkohal, aga fakt, et EFSI pole AS Viisnurk õigusjärglane. EFSI küll ostis kaubamärgi, kuid ta ei omandanud ei ettevõtet tervikvarana ega ka ettevõtte ülemineku mõistes ettevõtte kriteeriumidele vastavat ettevõtte majandusüksust (sh ei ettevõtte õigusi, kohustusi, tarnelepinguid, lepinguid töötajatega, vara jms). Seega pole EFSI-l mingit õiguslikku ega faktilist alust omistada endale AS Viisnurk varasema tegevuse tulemusena tekkinud õigusi, mainet ja tuntust tähisele VISU. Kui ka hea mäluga tarbijad või muud asjassepuutuvad turuosalisel teavaldusel kunagist kaubamärki VISU, siis seostavad nad seda ainult ettevõttega Viisnurk. AS Viisnurk on aga selle kaubamärgi tegelikult kasutamisest ja ka õigusest loobunud juba 2004. aastal, so ca 8 aastat tagasi.

Puudub igasugune usutav põhistus (rääkimata sellest, et puuduvad igasugused tõendid), mis lubaks väita, et tarbijad ja muud asjassepuutuvad turuosalisel seostaksid kasvõi minimaalselgi määral tähiste VISU Eesti turu jaoks tundmatu isikuga EFSI.

Kaubamärgi registreerimine ja sellele õiguskaitse tagamine ei ole isiku kohustus vaid õigus. Kui isik ei ole seda õigust kasutanud ja pole Patendiametis kaubamärki registreerinud või siis tegelikult oma väidetavalt üldtuntud kaubamärki vähemalt 5 järjestikuse aasta jooksul kasutanud, siis saab sellest teha vaid ühe järelduse. EFSI-l puudus igasugune huvi kaubamärgi kasutamiseks ja seadusliku ainuõiguse saamiseks vastavale tähisele. Eeltoodu tähendab omakorda aga seda, et käsitletav tähis on vabaks kasutamiseks kõikidele asjast huvitatud isikutele.

Kaubamärgiseadusest tuleneb õiguskaitset mitteomavale tähisele ainuõiguse saamise eeldusena esimesena kaubamärgitaotluse esitanud isiku printsiip. Tähis on vabaks kasutamiseks senikaua, kuni keegi on sellele esitanud Patendiametis registreerimistaotluse ja kaubamärk on registreeritud. Käesoleval juhul muutus kunagi kasutusel olnud kaubamärk VISU vabaks kasutamiseks (ja järelikult ka uuesti registreerimiseks) kõikidele asjast huvitatud isikutele, kuna selle tegelikust kasutamisest loobuti ja seda aastatepikkuse teadliku tegevusetuse tulemusena.

Kaubamärgitaotlus M201000238 esitati Patendiametile registreerimiseks 26.02.2010. VISU suusavabrik lõpetas igasuguse tegevuse 29.10.2004. Tähis VISU ei olnud kaubamärgitaotluse M201000238 esitamise hetkeks tegelikult kasutusel olnud aastaid ja seda enam kui järjestikuse 5 aasta jooksul, mistõttu oli selle tulemusena vaidlusaluse tähise sisuline õiguskaitse (ka üldtuntuse alusel) kaotanud kehtivuse (aegunud).

Paralleele võib tuua ka varasemast Eesti kaubamärgiõiguspraktikast nt kaubamärgi ROCK SUMMER kohta. Ka see kaubamärk oli registreeritud varasemalt ühe isiku nimele ning vaieldamatult oli see kunagi Eestis üldtuntud kaubamärk. Selle kaubamärgi kasutamisest loobumisel ja registreeritud kaubamärgi õiguskaitse kehtivusaja möödumisel kaotas ROCK SUMMER õiguskaitse ning muutus vahet vahet ehk kaugeks meenutuseks kunagistest aegadest. Nüüdseks on selle kaubamärgi takistusteta samas valdkonnas registreerinud enda nimele kolmas isik (registreeritud kaubamärk nr 45869).

Kokkuvõttes leiab After Ski, et tulenevalt eelkõige asjaolust, et tähis VISU ei ole kaubamärgitaotluse M201000238 esitamise kuupäevale eelneva katkematu 5-aastase ajaperioodi jooksul EFSI ega ka kellegi teise poolt tegelikult kasutusel olnud, siis puudub EFSI-l ka tähisele VISU igasugune varasem õiguskaitse võrreldes kaubamärgitaotlusega M201000238.

Kaubamärgitaotluse M201000238 VISU registreerimine ei ole vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2

EFSI-l puudub igasugune kehtiv varasem õigus tähisele VISU ja ainuüksi sellest omakorda tulenevalt langeb ära igasugune vajadus analüüsida KaMS § 10 lg 1 p 2 rakendamise eelduseks olevaid muid tingimusi. Nii pole ka vaja analüüsida ega hinnata seda, kas taotletav kaubamärk on identne või sarnane varasema kaubamärgiga ja milliste kaupade tähistamiseks seda kasutada soovitakse varasem õigus puudub, siis pole EFSI-l mingit õiguslikku alust oma nõudes viidatud sättele tugineda.

Kuna tõendamist on leidnud, et vaidlusalust tähist ei ole Eestis tegelikult viimase 8 aasta jooksul kasutatud, ning Eestis ei seosta ükski tarbija või turuosa tähist VISU Venemaa äriühinguga EFSI, siis puudub taotlejal vajadus analüüsida ja esitada oma seisukoht vaidlustusavalduse punktides 6-11 käsitletule. Seda enam, et nimetatud punktides on esitatud vaid teoreetilised alused, milliseid tuleb silmas pidada ainult tähise üldtuntuse hindamisel.

EFSI esitatud dokumentaalsed tõendid, milliseid on käsitletud avalduse punktis 14, ei tõenda EFSI poolt tähise VISU tegelikku kasutamist Eestis ajavahemikul 2004. oktoober kuni kaubamärgi registreerimistaotluse esitamiseni After Ski poolt 2010 veebruaris.

Tulenevalt olulisima kriteeriumi mittetäitmisest ehk EFSI-l varasema õiguse puudumisest, puudub vajadus analüüsida vaidlusaluse tähise assotsieerumist. Seda ainuüksi põhjusel, et assotsieerumist saab seostada vaid varasema kaubamärgiga.

26.06.2012 esitas vaidlustaja vastuse taotleja seisukohtadele. Ta jäi varem esitatud seisukohtade juurde, põhjendades täiendavalt kaubamärgi üldtuntust. Samuti viitas ta taotleja väidetavale pahausksusele, viitama samas konkreetsele õigusnormile ega sellele, milles taotleja pahauskus konkreetsetl väljendub. Vaidlustaja lisas täiendavaid tõendeid kaubamärgi VISU kasutamise ja üldtuntuse kohta. Vaidlustaja märgib, et VISU kaubamärgiga tähistatud toodete taas Eesti turule toomiseks 2010/2011 hooajaks tehti aktiivselt ettevalmistusi (toodetud VISU suuskade näidised Lisas 19) ning klientidele saadeti hinnakirjad koos tootenäidiste vahelehega (Lisa 20), samuti oli koostatud tootjahinnakiri koos tellimislehega ning A2K Sport OÜ oli jõudnud saata tellimuse vaidlustaja tehasele (Lisa 21). 2010/2011 hooajaks saadi ettetellimusi VISU suuskadele nii Eesti kui ka Leedu spordipoodidest, muuhulgas Saaremaa TÜ-lt, Paide TÜ-lt, Livis Sport, Pop Sport, Senuku prekybos Centras UAB ja Maxima UAB-lt. Asjaolu, et Vaidlustaja ning tema toodete edasimüüja Eestis A2K Sport OÜ tegid eelnimetatud ettevalmistusi VISU tähise taaskasutamiseks, on kinnitamist leidnud ka 29.10.2010 artiklis „Visu suusad peaks sel aastal Eestis uuesti müüki tulema“ (Lisa 22). Lisaks soovib Vaidlustaja rõhutada, et kuna kaubamärgi VISU kasutamise õiguse suhtes tekkisid probleemid, siis nii Vaidlustaja kui tema edasimüüja Eestis leidsid, et sellises olukorras võib VISU kaubamärgiga tähistatud suuskade müük probleeme tekitada, mistõttu oldi sunnitud kõigile ettetellinud klientidele teatama, et 2010/2011 hooajaks suuski ei tule.

Taotleja on seisukohal, et Vaidlustaja OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI pole AS Viisnurk õigusjärglane, mistõttu ei ole vaidlustajal õiguslikku ega faktilist alust omistada endale AS Viisnurk varasema tegevuse tulemusena tekkinud õigusi. Vaidlustaja sellega ei nõustu ning on jätkuvalt seisukohal, et tähise võõrandamise fakt iseenesest ei saa kahandada kaubamärgi VISU tuntust Eesti elanike ning spordikaupade jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektori seas. Tulenevalt KaMS regulatsioonist (mh KaMS § 7 lg 3) ei ole üldtuntuse tunnistamine seotud tähise omanikuga, vaid siiski kaubamärgi endaga – nt milline on tuntuse aste Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade tegelike ja võimalike tarbijate sektoris (p 1); kaubamärgi kasutamise kestus, ulatus, kaubamärgi geograafiline levik (p 2); kaubamärgi hinnanguline väärtus (p 4) jne. Niisamuti sätestab KaMS § 7 lg 4, et üldtuntuse tunnistamiseks piisab, kui kaubamärki tunneb valdav enamus vähemalt ühte § 7 lg 3 p-s 1 nimetatud sektorisse kuuluvatest isikutest. Seega, kaubamärgi üldtuntuks tunnistamisel ei ole vajalikuks kriteeriumiks see, et ka õiguste valdaja oleks tuntud, vaid piisab üksnes tähise enda tuntuks olemisest.

Samuti ei ole õige taotleja väide, et vaidlustaja ei ole omandanud AS-i Viisnurk vara. Tulenevalt vastuse juurde esitatud Lisast 22, on artiklis „Visu suusad peaks sel aastal Eestis uuesti müüki tulema“ kirjutatud, et 2004. aasta sügisel suletud spordikaupade divisjoni masinad ja seadmed müüs AS Viisnurk toona Venemaa päritolu firmale JSC EFSI Ltd., mille õigusjärglane vaidlustaja on.

Vaidlustaja lisas vastusele lisad:

Lisa 16. Koopia VISU tootekataloogist 2006/2007 (kokku 4 lehel);

Lisa 17. Väljavõtte Eesti Interneti SA kodulehelt domeeninime visu.ee registreerimise kohta (kokku 1 lehel);

Lisa 18. www.visu.ee kodulehe osaline väljavõte (kokku 2 lehel);

Lisa 19. 2010/2011 hooajaks toodetud VISU suuskade näidised (kokku 3 lehel);

Lisa 20. 2010/2011 hooajaks saadetud tootenäidiste vaheleht (kokku 1 lehel);

Lisa 21. Tootjahinnakiri koos tellimislehega (kokku 2 lehel);
Lisa 22. Artikkel „Visu suusad peaks sel aastal Eestis uuesti müüki tulema“ (kokku 1 lehel);
Lisa 23. Artikkel „Visu suusk otse Venemaalt“ (kokku 2 lehel).

10.10.2013 esitas vaidlustaja oma lõplikud seisukohad. Ta jäi varem esitatud seisukohtade juurde.

11.11. esitas taotleja oma lõplikud seisukohad. Ta jäi varem esitatud seisukohtade juurde.

Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas 03.02.2014.

Komisjoni seisukohad ja otsus

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

Patendiamet on vastu võtnud otsuse registreerida taotleja nimele kaubamärk VISU (taotluse nr M201000238, esitatud 26.02.2010) klassis 28 järgmiste kaupade suhtes - mängud, mänguasjad, spordi- ja võimlemisriistad, mis ei kuulu teistesse klassidesse; jõulukuuseehded.

Vaidlustaja arvates kaubamärgiga VISU tähistatud spordivahendeid sh suuski hakati tootma juba 1968. aastal. Kuni 25. jaanuarini 2006 kuulus VISU kaubamärk AS-le Viisnurk, seejärel võõrandati kaubamärgist tulenevad õigused A2K Sport OÜ-le ning viimane omakorda võõrandas Venemaa ettevõttele OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI. Alates ajast, kui esmakordselt võeti kaubamärgina kasutusele kaubamärk VISU, on seda sõna järjepidevalt spordivahendite tähistamisel kasutanud. Sellest lähtuvalt tuleb lugeda kaubamärk VISU Eestis üldtuntud kaubamärgiks. Kaubamärk VISU oli kaubamärgi VISU registreerimise taotluse esitamise ajal 26.02.2010. a hästi tuntud KaMS § 7 lg 3 p-de 1 ja 2 mõttes, mistõttu oli see KaMS § 7 lg 4 ja § 11 lg 1 p 1 järgi varasem üldtuntud kaubamärk. Seega leiab vaidlustusavalduse esitaja, et talle kuuluv tähis VISU klassi 28 kuuluvate spordiriistade tähistamiseks oli 26. veebruariks 2010. a, mil taotleja esitas vastava taotluse kaubamärgi VISU registreerimiseks samas klassis samade kaupade osas, kujunenud Eestis üldtuntud kaubamärgiks, mis saab KaMS § 5 lg 1 p 1 ja § 11 lg 1 p 1 alusel õiguskaitse, kui varasem kaubamärk.

Vaidlustaja arvates kuulub vaidlustatud kaubamärk VISU spordivahendite tähistamisel talle ning vaidlustatud kaubamärgi registreerimine taotleja nimele on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p 2.

26.06.2012 esitatud vastuses leidis vaidlustaja täiendavalt, et taotleja on käitunud pahausklikult, kuid KaMS vastavale sättele ei viida ega oma seisukohta põhjenda.

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

KaMS § 41 lg 2 kohaselt võib asjast huvitatud isik võib tööstusomandi apellatsioonikomisjonis vaidlustada taotleja õiguse kaubamärgile käesoleva seaduse § 9 lõikes 1 või §-s 10 sätestatud õiguskaitset välistava asjaolu olemasolul.

Oma asjast huvitatust põhjendab vaidlustaja sellega, et kaubamärk VISU spordivahendite tähistamisel kuulub talle. Komisjoni arvates ei ole kaubamärgi VISU kuuluvus vaidlustajale tõendatud.

Vaidlust ei ole selles, et VISU tähistusega suusad tootis viimati AS Viisnurk ja see kaubamärk kuulus talle. Kaubamärk VISU ei olnud registreeritud kaubamärk. Asjaolu, et VISU kaubamärk oli üldtuntud

või mitte, ei oma antud asjas tähtsust. KaMS § 10 lg 1 p 2 tuginemisel peab vaidlustaja tõendama, et kaubamärk VISU spordivahendite tähistamisel kuulub nimelt talle, ehk ta peab järjepidevalt tõendama kaubamärgi kuuluvuse üleminekut talle AS-lt Viisnurk .

Vaidlustaja on paljasõnaliselt väitnud, et kuni 25. 01.2006 kuulus VISU kaubamärk AS-le Viisnurk, seejärel võõrandati kaubamärgist tulenevad õigused A2K Sport OÜ-le ning viimane omakorda võõrandas kaubamärgi Venemaa ettevõttele OOO NATIONAL SPORTS COMPANY, EFSI. Ühtegi AS Viisnurk ja A2K Sport OÜ ning A2K Sport OÜ ja vaidlustaja vahelist dokumenti ei ole vaidlustaja selle tõenduseks esitanud. Kaubamärgi kuuluvust ja kuuluvuse üleminekut ei saa tõendada ajalehtede artiklitega ja Internetis avaldatuga, vaid selle tõenduseks saavad olla kaubamärgiomaniku ja õigusjärglaste vahel sõlmitud kokkulepped kaubamärgi õiguse ülemineku kohta.

Kuna vaidlustaja ei ole tõendanud talle kaubamärgi VISU kuuluvust spordivahendite tähistamisel, siis ei saa kohaldada KaMS § 10 lg 1 p 2.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 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 hagi kolme kuu jooksul komisjoni otsuse avaldamisest arvates. Hageja teavitab viivitamata komisjoni hagi esitamisest. Kui hagi ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kolme kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Kui hagi esitatakse, kuid kohus ei võta hagi menetlusse, jätab hagi läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

E. Sassian

E. Hallika

K. Tillberg