

JUSTIITSMINISTEERIUM  
TÖÖSTUSOMANDI  
APELLATSIOONIKOMISJON

---

OTSUS nr 1351-o

Tallinnas 26. augustil 2013. a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Edith Sassian (eesistuja), Evelyn Hallika ja Margus Tähepõld, vaatas kirjalikus menetluses läbi Nycomed GmbH vaidlustusavalduse kaubamärgi PANTOSEC (taotluse nr M201000156) registreerimise kohta Mepha AG nimele klassis 5.

**Asjaolud**

Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või apellatsioonikomisjon) laekus 30.09.2011 Nycomed GmbH (edaspidi ka vaidlustaja) vaidlustusavaldus kaubamärgi PANTOSEC (taotluse nr M201000156) registreerimise kohta Mepha AG (edaspidi ka taotleja) nimele klassis 5. Vaidlustusavalduse esitas vaidlustaja patendivolinik Urmas Kauler.

Vaidlustusavaldus võeti menetlusse nr 1351 all ja eelmenetlejaks määrati Edith Sassian.

**Vaidlustusavalduse sisu kokkuvõtlikult:**

Patendiameti kaubamärkide andmebaasis ja 01.08.2011.a. Eesti Kaubamärgilehes nr 8/2011 lk 20 avaldatust nähtub, et Patendiamet otsustas registreerida kaubamärgi PANTOSEC Mepha AG nimele klassis 5 (lisad 1, 2).

Vaidlustusavalduse objektiks oleva kaubamärgi olulisemad andmed on järgmised:

Kaubamärk:	PANTOSEC
Taotluse nr:	M201000156
Taotluse esitamise kuupäev:	05.02.2010
Avaldamise kuupäev:	01.08.2011
Taotleja:	Mepha AG Dornacherstrasse 114, CH-4147 Aesch, CH
Klass/kaubad:	5 - farmatseutilised tooted ja ained, farmatseutilised preparaadid tervishoiuks; meditsiinilised desoained.

Vaidlustaja peab Patendiameti otsust nr 7/M201000156 kaubamärgi PANTOSEC registreerimise kohta ebaseaduslikuks ning oma õigusi ja seaduslikke huvisid rikkuvaks, kuivõrd vaidlustaja omab Ühenduse kaubamärgi määruse (EL nõukogu määrus 40/1994/EÜ Ühenduse kaubamärgi kohta, avaldatud Euroopa Liidu Teatajas L 011, 14.01.1994, lk 1–36) alusel varasemaid Ühenduse kaubamärke PANTOSAL ja PANTOPAC klassis 5.

Vaidlustusavalduse aluseks olevate kaubamärkide olulisemad andmed on järgmised (lisad 3, 4):

Kaubamärk:	PANTOSAL
Registreering nr:	006383137
Taotluse esitamise kuupäev:	22.10.2007
Omanik:	Nycomed GmbH

---

Adress:  
Tõnismägi 5a  
15191, Tallinn

Telefonid:  
6208201, 6208276  
e-mail: [toak@just.ee](mailto:toak@just.ee)

Faks:  
6208109  
<http://toak.just.ee/>

Byk-Gulden-Strasse 2, 78467 Konstanz, DE

Klass/kaubad: 5 - Pharmaceutical preparations, namely medicines for human beings, for treating gastro-intestinal disorders / farmaatsiatooted, nimelt ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Kaubamärk: PANTOPAC

Registreering nr: 003622362

Taotluse esitamise kuupäev: 22.01.2004

Registreerimise kuupäev: 18.04.2005

Omanik: Nycomed GmbH

Byk-Gulden-Strasse 2, 78467 Konstanz, DE

Klass/kaubad: 5 - Medicines for human purposes, namely gastrointestinal preparations / ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Vaidlustaja leiab, et Patendiameti otsus on vastuolus kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 10 lg 1 p 2 sätestatuga.

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.

Taotleja kaubamärgi PANTOSEC registreerimise taotluse nr M201000156 esitamise kuupäev on 05.02.2010. a ning vaidlustaja Ühenduse kaubamärgi nr 006383137 esitamiskuupäev on 22.10.2007 ja Ühenduse kaubamärk reg nr 003622362 on Eestis kehtiv alates 01.05.2004. a. Tulenevalt KaMS § 11 lg 1 p 6 ja 7 on vaidlustaja kaubamärgid varsemad võrreldes taotleja kaubamärgiga.

Vastavalt Euroopa Kohtu kohtupraktikale tuleb kaupade või teenuste samaliigilisuse hindamisel arvesse võtta kõiki faktoreid, mis iseloomustavad nendevahelisi suhteid. Oluliste asjaolude hulka kuuluvad muuhulgas nende olemus, nende lõppkasutajad, nende kasutamise meetod ning kas nad on omavahel konkureerivad või üksteist täiendavad.

Riigikohus on 3. oktoobri 2007. a. otsuse nr 3-2-1-86-07 punktis 16 sedastanud, et kaupade ja teenuste samaliigilisuse hindamisel tuleb arvestada kõiki kaupade ja teenustega seotud aspekte, s.h nende olemust, nende lõpp-tarbijaid, nende kasutusviisi, kaubamärgi kasutamisega tekkivaid assotsiatsioone, kaubamärkide ja kaupade sarnasuse astet ning kas need on üksteist asendavad või täiendavad. Piisab ka üksnes ühe tunnuse esinemisest, kui see avaldub piisavalt tugevalt, et pidada kaupu ja teenuseid samaliigilisteks.

Varasem Ühenduse kaubamärk nr 006383137 on registreeritud klassis 5 järgmisele kaupade suhtes: farmaatsiatooted, nimelt ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks. Varasem Ühenduse kaubamärk reg nr 003622362 on registreeritud klassis 5 järgmisele kaupade suhtes: ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks. Ühenduse kaubamärgid nr 006383137 ja 003622362 hõlmavad vaidlustatud kaubamärgi PANTOSEC kaupu farmatseutilised tooted ja ained, farmatseutilised preparaadid tervishoiuks; meditsiinilised desoained.

Seega, võrreldes kaubamärkidega PANTOSAL ja PANTOPAC tähistatavate kaupadega, taotleja taotleb kaubamärgile PANTOSEC õiguskaitset KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses identsete ja samaliigiliste kaupade tähistamiseks.

Vaidlustaja ei ole andnud tootlejale luba kaubamärgi PANTOSEC registreerimiseks klassis 5, mistõttu antud asjas ei rakendu KaMS § 10 lg 2, mis võimaldaks minna mööda KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitset välistavast asjaolust.

Tulenevalt kohtupraktikast tuleb tähiste sarnasuse ja sellest tuleneva äravahetamise hindamisel aluseks võtta tähiste visuaalseid, foneetilisi ja semantilisi aspekte, kusjuures tähiste hindamine peab põhinema tähistest tekkival üldmuljel, võttes arvesse eriti nende eristatavaid ja domineerivaid osi (vt Riigikohtu on 29. september 2010. a. otsuse nr 3-2-1-77-10 punkt 11). Vaidlustaja analüüsib eelnimetatud aspekte alljärgnevalt.

Varasemad kaubamärgid	Vaidlustatud kaubamärk
PANTOSAL PANTOPAC	PANTOSEC

Vaidlustatud kaubamärk koosneb sõnast PANTOSEC ning sellel puuduvad täiendavad eristavad elemendid. Vaidlustaja registreeritud kaubamärgid PANTOSAL ja PANTOPAC on samuti sõnamärgid. Ühesõnalised kaubamärgid on kokkulangevad kuue tähe osas vastavalt P/A/N/T/O/S/ ja P/A/N/T/O/-/C. Erinevus esineb ainult sõna teises pooles, kuid sõnade algusosad vastavalt P/A/N/T/O/S ning P/A/N/T/O/ ja lõpp /C on kokkulangevad. Lähtuvalt eeltoodust on kaubamärgid visuaalselt väga sarnased.

Mõlemad kaubamärgid on kolmesilbilised. Varasemaid kaubamärke hääldatakse kujul PAN-TO-SAL ja PAN-TO-PAC ning vaidlustatud kaubamärki hääldatakse kujul PAN-TO-SEC. Kaubamärgid on foneetiliselt sarnased, sest kaks esimest silpi PAN-TO- on identsed ja vaatlusalustes kaubamärkides asuvad kuus kokkulangevat tähte vastavalt P/A/N/T/O/S/ ja P/A/N/T/O/-/C täpselt samas positsioonis.

Vaadeldavatel kaubamärkidel puudub tavatarbija jaoks tähendus, mistõttu semantiline aspekt ei mõjuta kaubamärkide sarnasuse hindamist.

Võttes arvesse eelnimetatud visuaalseid ja foneetilisi kokkulangevusi, on kaubamärgid KaMS § 10 lg 1 p 2 tähenduses sarnased.

Vaidlustaja on seisukohal, et vaatamata kaubamärkide lõpuosade mõningasele erinevusele on sõnade algusosa ja viimase tähe identsus piisav, et tarbija, nähes võrreldavaid kaubamärke eri aegadel või üheskoos, loob seose vaadeldavate kaubamärkide kasutajate vahel. Kokkulangevused vaadeldavate kaubamärkide vahel on sedavõrd suured, et tarbija eeldaks selliste kaubamärkidega tähistatud kaupade pärinemist ühest allikast.

Segiajamise ja assotsieeruvuse tõenäosust tugevdab asjaolu, et tarbija eristab ning mäletab kaubamärke nende esimeste tähtede ning häälduse järgi, mis käesoleval juhul on tugevalt sarnased. WIPO käsiraamatu „Introduction to Trademark Law and Practice: Basic Concepts” punkt 6.2.2.2 kohaselt on kaubamärkide eristamisel kaubamärgi lõpuosa vähem tähtis kui algusosa, sest sõnaliste tähiste teineteisest eristamisel on määravaimaks sarnasus nende algusosades. Kui võrreldavad tähised on väga sarnased või identsed nendes algusosas, siis on nad suure tõenäosusega segiaetavamad, kui selline sarnasus on nende lõpuosas (lisa 5, lk 55).

Kaubamärkide PANTOSEC ja PANTOSAL ning PANTOSEC ja PANTOPAC äravahetamise tõenäosust tarbija poolt, sealhulgas kaubamärgi PANTOSEC assotsieerumise tõenäosust varasemate kaubamärkidega PANTOSAL ja PANTOPAC suurendab asjaolu, et antud juhul taotleja taotleb

kaubamärgile PANTOSEC kaitset osaliselt identsete kaupade tähistamiseks, milliste osas vaidlustaja kaubamärgid PANTOSEC ja PANTOPAC on Eestis varasemad.

Vaidlustaja palub vaidlustusavaldus rahuldada, tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi PANTOSEC (taotluse nr M201000156) registreerimise kohta klassis 5 ning kohustada Patendiametit jätkama taotluse nr M201000156 menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Vaidlustusavaldusele on lisatud:

1. väljatrükk Patendiameti andmebaasist kaubamärgitaotluse nr M201000156 kohta;
2. väljavõte Eesti Kaubamärgilehest nr 82011, lk. 20;
3. väljatrükk OHIM-i andmebaasist kaubamärgiregistreeringu nr 006383137 kohta;
4. väljatrükk OHIM-i andmebaasist kaubamärgiregistreeringu nr 003622362 kohta;
5. väljavõte WIPO käsiraamatust „Introduction to Trademark Law and Practice: Basic Concepts”, lk 55-56;
6. OHIM vaidlustamisjuhend, osa 2, 2. ptk: "Äravahetamise tõenäosus", p. 4.3 "Tähiste algusosa", November 2007, lk 22-23;
7. maksekorraldus nr 13951, 29.09.2011;
8. volikiri.

**15.12.2011 esitas taotleja (keda esindab patendivolinik Almar Sehver) oma seisukohad..** Taotleja teavitas nime muutusest - Mepha Schweiz AG. Samuti ei nõustunud taotleja vaidlustusavaldusega.

Vaidlustaja on vaidlustusavalduse aluseks toonud varasemate kaubamärkidena Ühenduse kaubamärgi nr 006383137 PANTOSAL ja Ühenduse kaubamärgi nr 003622362 PANTOPAC. Mõlemad kaubamärgid on vaidlustaja väitel registreeritud. Vaidlustusavalduse lk 2 viidatakse registreeringu numbritele, lk 3 kaubamärkide registreeritusele klassis 5 ning lk 6 lisade loetelus kaubamärgiregistreeringutele. Vaidlustusavalduse lisast 3 ilmneb, et kaubamärk nr 006383137 PANTOSAL ei olnud vaidlustusavalduse esitamise ajal registreeritud ja OHIMi andmebaasi kohaselt seda ei ole ta ka praegu. Selle kaubamärgi registreerimisele on esitatud kaks vastulauset ning neist ühe menetlus kestab jätkuvalt.

Vastavalt kaubamärgiseaduse § 11 lõike 1 punktile 7 on registreerimiseks esitatud Ühenduse kaubamärk varasem kaubamärk ainult juhul, kui see registreeritakse. Seega ei ole kaubamärgi nr 006383137 PANTOSAL näol praegu tegemist varasema õigusega, mida tuleks hinnata kaubamärgiseaduse § 10 lõike 1 punkti 2 kohaldamisel.

Euroopa Kohus on 11. novembri 1997 otsuses C-251/95 Sabèl BV v Puma AG leidnud, et äravahetamise tõenäosust peab hindama igakülgset, arvesse võttes kõiki tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega. Igakülgne hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid elemente.

Vaadeldavate kaubamärkide reproduktsioonid ning kaupade loetelud on järgmised:

Vaidlustaja registreeritud kaubamärk	Vaidlustaja kaubamärgitaotlus	Taotleja kaubamärk
<b>PANTOPAC</b>	<b>PANTOSAL</b>	<b>PANTOSEC</b>
Kl 5 - <i>medicines for human purposes, namely</i>	Kl 5 - <i>pharmaceutical preparations, namely medicines</i>	farmatseutilised tooted ja ained, farmatseutilised

<i>gastrointestinal preparations / ravimid</i> inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks.	<i>for human beings, for treating gastrointestinal disorders</i> (farmaatsiatooted, nimelt ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks)	preparaadid tervishoiuks; meditsiinilised desoainid.
--	--	--

Kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse igakülgse hindamise raames eeldatakse, et asjaomaste kaupade keskmine tarbija on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas. Samuti tuleb arvesse võtta asjaolu, et keskmise tarbija tähelepanelikkuse tase võib vastavalt kõnealusele kauba või teenusekategoriale erineda (Euroopa Kohtu 22. juuni 1999. aasta otsus kohtuasjas C-342/97, punktid 25 ja 26).

Kaubamärkide kaupade loetelud hõlmavad farmaatsiatooteid, sealjuures vaidlustaja kaupade loetelu spetsiifiliselt ravimeid mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Ravimite puhul loetakse väljakujunenud kohtupraktika kohaselt keskmise tarbija hulka nii patsiendid kui ka meditsiiniprofessionaalid (arstid, apteekrid). Ravimid mõjutavad oluliselt inimese tervist ning heaolu. Valesti tarvitatud ravim ei paranda elukvaliteeti ning võib kujutada ohtu tervisele ning isegi elule. Seetõttu on ravimite keskmine tarbija üldjuhul hästi informeeritud, eriti tähelepanelik ja arukas (vt näiteks Euroopa Üldkohtu otsused T-256/04 p 46-47, T-146/06, p 27).

Ravimite keskmine tarbija on keskmisest tähelepanelikum ning kõrge teadlikkusega ostetavast kaubast.

Kolme kaubamärgi ühiseks tunnuseks on eesliide PANTO. Kaubamärkide kaupade loetelud hõlmavad farmaatsiatooteid, sealjuures vaidlustaja kaupade loetelu spetsiifiliselt ravimeid mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Euroopa Üldkohus on oma otsustes korduvalt märkinud, et keskmine tarbija ei pea mitmest elemendist kombineeritud märgi puhul kirjeldavaid elemente märgi eristavateks ja domineerivateks elementideks (vt näiteks Euroopa Üldkohtu otsused T-434/05 p 47 (jätud jõusse Euroopa Kohtu otsusega C-57/08), T-117/02 p 51, T-129/01 p 53). Nii näiteks on Üldkohus, kaaludes kaubamärkide CHUFI ja CHUFAPIT sarnasust leidnud järgmist: „*Esimese Astme Kohus leiab, et konkureerivate tähiste ühine algusosa „chuf” tähendab maas kasvavat mandlit, mille hispaaniakeelne nimetus on „chufa” ja millest valmistatakse populaarset jooki „horchata” (chufa-mandlitest tehtud mandlipiim), mida hageja Hispaanias turustab. Konkureerivate tähiste poolt tekitatud üldmuljes käsitab sihtrühm elementi „chuf” kui elementi, mis kirjeldab konkureerivate tähistega tähistatavat kaupa, mitte kui elementi, mille alusel saaks eristada kaupade kaubanduslikku päritolu. Seega puudub elemendil „chuf” eristusvõime ja seda ei saa pidada konkureerivate kaubamärkide poolt loodava üldmulje domineerivaks osaks.*“ (6. juuli 2004 otsus kohtuasjas T-117/02, p 53).

Maailma Tervishoiuorganisatsiooni peetavasse üldkasutatavate ravimi-toimeainete nimetuste (INN) loetellu on kantud toimeaine ingliskeelse nimega pantoprazole, ladinakeelse nimega pantoprazolum. INN loetellu kantud toimeainete nimetused on ette nähtud raviainete identifitseerimiseks ja soovitatavad kasutamiseks kõigile ravimitootjatele. Eesti ravimiregistrisse on kantud 25 nimetust ravimeid, mis sisaldavad toimeainena pantoprazole'i ja on registreeritud 11 erineva müügiloa hoidja poolt. Patsiendi infolehtedel ja arstidele suunatud ravimi omaduste kokkuvõtetes (nn SPC'd,) kasutatakse toimeaine eestikeelset nimetust pantoprasool.

Pantoprasooli kasutatakse mao- ja sooletrakti ülemäärasest happesusest tingitud haiguste (nt reflukshaigus) raviks. Pantoprasool on asendatud bensimidiasool, mis pärsib maos soolhappe sekretsiooni, blokeerides spetsiifiliselt parietaalrakkude prootonpumbad. Ravi pantoprasooliga vähendab mao happesust ning tõstab seeläbi gastriini taset proportsionaalselt happesuse vähenemisega.

Eestis on arstid sotsiaalministri määruse „Ravimite väljakirjutamise ja apteekidest väljastamise tingimused ja kord ning retsepti vorm“ § 4 lõik 5 kohaselt kohustatud patsiendile välja kirjutama toimeainepõhise retsepti. Kui sama toimeainet sisaldavat ravimit müüb Eestis mitu ravimitootjat, peab apteeker ravimi ostjat informeerima temale sobivatest ravimitest ja nende hindadest.

Seega on taotletavate kaupadega kokkupuutuv sihtgrupp ehk keskmine tarbija (patsiendid, arstid, apteekrid) harjunud lähtuma ravimi toimeaine nimetustest ning need on neile tuttavad. Samuti on keskmine tarbija harjunud, et ravimite kaubamärkides kasutatakse tihti toimeaine nimetuste elemente, et näidata vastava toimeaine sisaldust ravimis. Selline tarbija tajub ravimite kaubamärke PANTOPAC, PANTOSAL ja PANTOSEC nähes, et kaubamärgi algusosa PANTO kirjeldab toimeainet pantoprasooli. Seega on kaubamärkide algusosa PANTO keskmise tarbija jaoks kaubamärkide eristusvõimetu osa.

Taotleja on seisukohal, et eristavaks ja domineerivaks elemendiks on vaidlustaja kaubamärkidel osad PAC ja SAL ning taotleja kaubamärgi puhul osa SEC.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOPAC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast PAC. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest tähest, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad tähtedepaarid P ja S ning A ja E on visuaalselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavad osad PAC ja SEC tervikuna.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOSAL koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SAL. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest tähest, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad tähtedepaarid A ja E ning L ja C on visuaalselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavad osad SAL ja SEC tervikuna.

Arvestades, et kirjeldavat elementi PANTO ei saa pidada konkureerivate kaubamärkide poolt loodava üldmulje domineerivaks osaks ja keskmine tarbija osutab tugeva eristusvõimega ja domineerivatele elementidele PAC vs SEC ja SAL vs SEC rohkem tähelepanu, on kaubamärkidest jääv visuaalne üldmulje piisavalt erinev.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOPAC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast PAC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [pak]. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sek]. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest häälikust, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad häälikupaarid P ja S ning A ja E on foneetiliselt selgelt eristatavad. Foneetiliselt selgelt eristatav on ka kaubamärkide eristavate osade hääldused [pak] ja [sek] tervikuna.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOSAL koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SAL, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sal]. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sek]. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest häälikust, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad häälikupaarid A ja E ning L ja C on foneetiliselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavate osade hääldused [sal] ja [sek] tervikuna.

Arvestades, et kirjeldavat elementi PANTO ei saa pidada konkureerivate kaubamärkide poolt loodava üldmulje domineerivaks osaks ja keskmine tarbija osutab tugeva eristusvõimega ja domineerivatele elementidele [pak] vs [sek] ja [sal] vs [sek] rohkem tähelepanu, on kaubamärkidest jääv foneetiline üldmulje piisavalt erinev.

Kaubamärgi eristavatel osadel puudub tähendus, seega nõustub taotleja vaidlustajaga, et semantiline aspekt ei mõjuta kaubamärkide sarnasuse hindamist.

Vaidlustaja hinnangul põhineb kaubamärkide äravahetamise ohtu tekitav sarnasus identse domineeriva elemendi PANTO olemasolul märkide koosseisus ning selle paigutamisel esikohale.

Äravahetamise tõenäosus seisneb selles, et tarbija võib arvata, et kaubad või teenused pärinevad ühelt ja samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb lähtuda kaubamärkidest kui tervikutest, võttes arvesse kaubamärkide domineerivaid ja eristavaid elemente.

Kuigi kaubamärkide koosseisus on ühine element ning see element on paigutatud esikohale, ei saa see asjaolu automaatselt põhjustada kaubamärkide äravahetamist. Määrav tähendus segiajamise tõenäosuse üldise hindamise juures on sellel, kuidas asjaomaste kaupade või teenuste keskmine tarbija kaubamärke tajub. Euroopa Üldkohus on korduvalt märkinud, et tarbija ei pea mitmest elemendist kombineeritud märgi puhul kirjeldavaid elemente märgi eristavateks ja domineerivateks elemendiks (T-434/05 p 47 (jäetud jõusse Euroopa Kohtu otsusega C-57/08), T-117/02 p 51, T-129/01 p 53).

Kaubamärkide ühise algusosa PANTO kirjeldav tähendus on keskmisele tarbijale arusaadav, sest see on toimeaine nimetuse algusosa, tarbija harjunud lähtuma ravimi toimeaine nimetustest ning teab, et ravimite kaubamärkides kasutatakse tihti toimeaine nimetuste elemente näitamaks vastava toimeaine sisaldust ravimis. Seetõttu ei taju tarbija sõna PANTO kaubamärkide eristusvõimelise ja domineeriva osana hoolimata sellest, et see sõna on kaubamärkides paigutatud esikohale ning identifitseerib kaubamärke lähtuvalt lõpuosadest, mis on äravahetamise ärahoidmiseks piisavalt erinevad.

Sõna PANTO on vaidlustaja ja taotleja kaubamärkide ühine nõrk element ning seega on antud juhul kaubamärkide võrdlemisel algusosa vähem oluline kui kaubamärkide lõpuosa. On loogiline eeldada, et tarbija tajub ühist algusosa kui viidet samale toimeainele, mitte kauba samale päritolule. Kaubamärkide sarnasuse analüüs näitab, et kaubamärkidest kui tervikutest tarbijale jääv üldmulje on erinev.

Arvestades keskmise tarbija kõrget tähelepanelikkust, kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid osi ning kaubamärkide üldmulje erinevusi, on hoolimata kaupade identsusest ja samaliigilisusest välistatud nende äravahetamine tarbijate poolt.

Taotleja palub jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.

**06.02.2012 esitas vaidlustaja oma vastuse taotleja seisukohtadele.** Põhiliselt jäi vaidlustaja varasemalt esitatud väidete juurde. Täiendavalt on vaidlustaja esitanud järgmisi seisukohti (kokkuvõtlikult).

Taotleja avaldas oma 15.12.2011 seisukohtades, et tema nimi on muutunud ja uus nimi on Mepha GmbH. Vaidlustaja leiab, et tegemist ei ole lihtsalt nimemuutusega, vaid taotleja õiguslik vorm on muutunud ja nagu lisatud dokumendist selgub, juba alates 09.04.2010. Vaidlustajale jääb arusaamatuks, miks vastavat muudatust Eestis kaubamärgiregistris taotleti alles 28.11.2011.

Taotleja väitel kaubamärk nr 006383137 PANTOSAL ei ole varasem õigus, mida tuleks hinnata kaubamärgiseaduse § 10 lõike 1 punkti 2 kohaldamisel. Käesolevale avaldusele on lisatud kehtivad andmed Ühenduse kaubamärgi nr 006383137 kohta, millest nähtub, et 22.10.2007 registreerimiseks esitatud Ühenduse kaubamärk PANTOSAL on registreeritud 03.02.2012. Lähtuvalt eeltoodust palume antud asjas kaubamärgiseaduse § 10 lõike 1 punkti 2 kohaldamisel arvestada Ühenduse kaubamärgiregistreeeringuga nr 006383137 PANTOSAL.

Vaidlustaja nõustub taotleja seisukohaga, et ravimid mõjutavad oluliselt inimese tervist ja heaolu ning valesti tarvitatud ravim võib kujutada ohtu tervisele ning isegi elule. Seetõttu leiab vaidlustaja, et kaubamärgi ülesanne ei ole ainult võimaldada vältida tarbija usku sellesse, et kaubad pärinevad samalt ettevõtjalt, vaid ka tagada tarbija huvides kaupade endi äratuntavus. Ravimi puhul soovib tarbija saada kindla kaubamärgiga kaupa, sest ta loodab, et sellel on tema tervisele kasulik mõju. Seetõttu tuleb tarbijat eriti kaitsta ning tagada, et kaup oleks selgesti äratuntav ja et seda ei oleks võimalik teise tootega segi ajada, riskides tervisele kaasnevate tagajärgedega.

Käesoleval juhul on kaupadel sama olemus (farmaatsiatooted), sama eesmärk või otstarve (inimese terviseprobleemide ravi), mõlemad on suunatud samadele tarbijatele (patsiendid ja meditsiinisektori erialaspetsialistid), mõlemad kasutavad samu jaotuskanaleid (üldreeglina apteegid, kuid tulevikus võimalik müük ka väljaspool apteekke, nt kauplustes ja bensiinijaamades).

Ravimid mao- ja soolehaiguste raviks, mida kaks vastandatud kaubamärgid puudutavad, hõlmavad ühelt poolt käsimüügis olevaid kaupu (näitena olgu siinkohal toodud IPRAALOX, ANXEL, SOMAC CONTROL, aga ka vaidlustaja enda ravimid PANTOZOL CONTROL, PANTECTA CONTROL) ning teiselt poolt kaupu, mis on kättesaadavad ainult retsepti alusel. Mao- ja soolehaigused ei ole oma iseloomult sedavõrd tõsised (võrreldes näiteks hingamisteede haigustega), mis tõstaksid lõpptarbivate tähelepanu ja teadmiste taset tavapärasest kõrgemaks.

Kuna osa neid kaupu saavad patsiendid osta ilma arstireseptita, siis tuleb arvestada, et nende kaupade avalikkus hõlmab lisaks professionaalidele meditsiini alal ka lõpptarbivaid, kellel puudub turusituatsioonis alati võimalus võrrelda kaubamärke kõrvuti ja ta peab kasutama märkidest jäänud umbmäära mälestust.

Kuna vaidlustatud kaubamärk langeb valdavas osas kokku varasemate kaubamärkidega ning erinevused võrreldavate kaubamärkide vahel on minimaalsed, siis lähtuvalt eeltoodust tuleb järeldada, et vastandatud kaubamärgid on professionaalidest koosneva avalikkuse jaoks keskmiselt sarnased ning lõpptarbija jaoks tugevalt sarnased.

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt seisneb segiajamise tõenäosus selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt.

Vaidlustaja peab vajalikuks rõhutada, et vaatlusaluseks kaubamärkideks on kaubamärgid PANTOSEC, PANTOPAC ja PANTOSAL tervikuna ning tervikuna on need märgid keskmise eristusvõimega. Kuna



tegemist on ühesõnaliste kaubamärkidega, siis ei ole õigustatud lahutada vastandatud kaubamärgid ja vaidlustatud kaubamärk kaheks erinevaks osaks ning analüüsida kumbagi osa eristusvõimet eraldi. Euroopa Kohtu 22. juuni 1999. aasta otsuse kohtuasjas C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, lk I-3819) punkti 25 kohaselt keskmine tarbija käsitleb kaubamärki tervikuna ega uuri selle erinevaid detaile. Seetõttu tuleb taotleja 15.12.2011 seisukohades toodud käsitlus tähelepanuta jätta.

**19.03.2012 esitas taotleja täiendavad seisukohad.** Taotleja jäi põhimõtteliselt varasemalt esitatud seisukohtade juurde ning ei nõustunud vaidlustaja 06.02.2012 seisukohtadega.

Taotleja leiab, et nii pantoprasooli nimetuse kui ka eesliite PANTO kasutamine pantoprasooli sisaldavate ravimite tähistamisel on levinud ning tavapärane.

On märkimisväärne, et vaidlustaja ise toob esile, et ka tema kasutab PANTO- algusega kaubamärke PANTOLOC CONTROL ja PANTOZOL CONTROL pantoprasooli sisaldavate ravimite tähistamiseks. Vaidlustusavalduse aluseks olevad varasemad kaubamärgid PANTOPAC ja PANTOSAL on registreeritud inimeste mao- ja soolehaiguste ravimiseks, seega on ilmne, et ka siin kasutab vaidlustaja eesliidet PANTO toimeaine pantoprasooli kirjeldamiseks.

PANTO- eesliitega kaubamärke on klassis 5 ravimite tähistamiseks registreerinud või taotlenud nii Ühenduse (CTM) kui ka Eesti (EE) kaubamärkidena erinevad äriühingud:

- **PANTOCALCIN**, CTM nr 0920144, omanik LTD "VALENTA-INTELLEKT" - registreeritud
- **PANTOFARMA**, CTM nr 002051571, omanik ALMIRALL S.A. - registreeritud
- **PANTOPRAZOL ME**, CTM nr 008645202, omanik Meda AB - registreeritud
- **PANTOPREMOL**, CTM nr 009666595, omanik Meda AB – registreeritud
- **PANTOPREM**, CTM nr 009403973, taotleja Meda AB – vaidlustatud
- **Panto Stic**, CTM nr 010099109, taotleja PHARMA DYNAMICS GmbH, – vaidlustatud
- **Pantogar**, EE nr 36280, omanik Merz Pharma GmbH & Co. KGaA – registreeritud
- **PANTOGAMUM**, EE taotlus nr M201100163, taotleja JSC "NIZHPHARM" – menetluses
- **ПАНТОКАЛЬЦИН**, EE rahv reg nr 921508, omanik LTD "VALENTA-INTELLEKT" – registreeritud
- **ПАНТОРАЛ**, EE rahv reg nr 1084674, taotleja OBCHTCHESTVO S OGRANITCHENNOI OTVETSTVENNOSTIOU "LABORATORIA SOVREMENNOGO ZDOROVIA", - menetluses
- **PANTORAL**, EE rahv reg nr 089599, taotleja OBCHTCHESTVO S OGRANITCHENNOI OTVETSTVENNOSTIOU "LABORATORIA SOVREMENNOGO ZDOROVIA", - menetluses

Eesti ravimiregistri väljavõttest (taotleja 15.12.2011 seisukohtade lisa 5) nähtub, et Ratiopharm GmbH kasutab nimetust PANTOPRAZOL-RATIOPHARM (20MG ja 40MG), Actavis Group PTC ehk nimetust PANTOPRAZOLE ACTAVIS, MEPHA Lda. nimetust PANTOPRAZOLE MEPHA.

Pantoprasool laialt kasutatav, eelmisel aastal näiteks Eestis suurima koguselise läbimüügiga maomahla happesusega seotud häirete raviks kasutatav prootonpumba inhibiitor (Ravimiamet, Eesti ravimistatistika 2011, lk 1).

Arvestades pantoprasooli populaarsust ning eesliite aktiivset kasutamist on tõenäoline, et tarbija tunneb seda toimeainet ja tajub eesliidet PANTO toimeaine kirjeldusena.

Pantoprasool, ingliskeelse nimega **pantoprazole**, on kantud Maailma Tervishoiuorganisatsiooni peetavasse üldkasutatavate ravimi-toimeainete nimetuste (INN) loetellu. Maailma Tervishoiuorganisatsioon (WHO), mille liige on ka Eesti, on käsitlenud kaubamärkide ja INNde kokkupuutepunkte dokumendis Guidelines on the Use of International Nonproprietary Names (INNs)

for Pharmaceutical Substances (edaspidi Guide). Maailma Tervishoiu Assamblee on juba 1993 oma resolutsioonis WHA46.19 (Guide, punkt 4 ) palunud liikmesriikidelt muuhulgas ära hoida INN-dest tuletatud nimetuste kasutamine kaubamärkidena.

Vaidlustaja viidatud Siseturu Ühtlustamisameti (OHIM) vaidluse nr B1344078 kohta tehtud 24.08.2010 otsus (lk 5, 5. lõik) ei sisalda hinnangut, et ainuüksi algusosast PANTO ei ole võimalik teha järeldust, et ravimi toimeaineks on pantoprasool. Hinnatud on varasemat märki PANTOZOL, mille kohta taotleja on väitnud, et märk tervikuna on kirjeldav (lk 2, 7. lõik, lause: *Moreover, the earlier mark is descriptive for the designed products as they are pharmaceuticals with the active ingredient "Pantoprazol"*). Vaidlustaja viidatud lõigus on vastuseks sellele väitele märgitud, et ainuüksi asjaolu, et kaubamärk koosneb toimeaine nime osadest silpidest, ei muuda seda kaubamärki kirjeldavaks.

Taotleja märgib, et näiteks 20. mai 2009 otsuses asjas R 1367/2007-4 (MEDIPAX vs Medipan) on OHIMI apellatsioonikomisjon leidnud, et kaubamärgid on erinevad, sest algusosa „medi“ on kirjeldav ning seetõttu väheoluline ning seda tasakaalustab erinev lõpuosa (lk 6, punkt 22).

Vaidlustaja ei ole põhjendanud, miks tema hinnangul ei ole mao- ja soolehaigused oma iseloomult sedavõrd tõsised (võrreldes näiteks hingamisteede haigustega), mis tõstaksid lõpptarbivate tähelepanu ja teadmiste taset tavapärasest kõrgemaks. Taotleja leiab, et iga haigus või seisund on selle käes kannataja jaoks tõsine, kui ta selle vastu ravimeid tarvitada otsustab. Tarbija teab, et valesti tarvitatud ravim ei paranda tema seisundit ning võib kujutada ohtu tervisele ning isegi elule. Seetõttu ei ole tarbija tähelepanu ravimite valikul analoogiline keskmise tähelepanuga, mida ta osutab igapäevaste tarbekaupade või toiduainete ostmisel, vaid see on oluliselt kõrgem. Kahtlemata teeb tarbija enne ostu ise või professionaali abiga selgeks, mis liiki toimeainet ja ravimit on tema seisundi korral otstarbekas kasutada. Tarbija, kes vajab pantoprasooli sisaldavat ravimit, mõistab, et kaubamärkidega, mille eesliide on PANTO, juhitakse tema tähelepanu toimeainele pantoprasool.

Äravahetamise tõenäosus seisneb selles, et tarbija võib arvata, et kaubad või teenused pärinevad ühelt ja samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Äravahetamise tõenäosus ei saa tuleneda kaubamärkide ühisest kirjeldavast elemendist, sest tarbija ei seosta seda mitte konkreetse ettevõtjaga, vaid kauba omadusega.

**25.01.2013 esitas vaidlustaja oma lõplikud seisukohad.** Ta jäi oma seisukohtade juurde ja palus vaidlustusavalduse rahuldada.

**31.01.2013 esitas taotleja oma lõplikud seisukohad.** Ta jäi oma seisukohtade juurde ja palus jätta vaidlustusavaldus rahuldamata.

**18.07.2013 teatas vaidlustaja nime muutusest** - Takeda GmbH.

**Komisjon alustas lõppmenetlust käesolevas asjas 02.07.2013.**

### 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 PANTOSEC klassis 5 - farmatseutilised tooted ja ained, farmatseutilised preparaadid tervishoiuks; meditsiinilised desoained.

Vaidlustajale kuuluvad varasemad Euroopa Liidu kaubamärgid

Kaubamärk: PANTOSAL  
Registreering nr: 006383137  
Taotluse esitamise kuupäev: 22.10.2007, registreeritud 03.02.2012  
Klass/kaubad: 5 - Pharmaceutical preparations, namely medicines for human beings, for treating gastro-intestinal disorders / farmaatsiatooted, nimelt ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Kaubamärk: PANTOPAC  
Registreering nr: 003622362  
Taotluse esitamise kuupäev: 22.01.2004  
Registreerimise kuupäev: 18.04.2005  
Klass/kaubad: 5 - Medicines for human purposes, namely gastrointestinal preparations / ravimid inimestele mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Vaidlustaja leiab, et taotleja kaubamärgile õiguskaitse andmine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2.

18.07.2013 teatas vaidlustaja nime muutusest - Takeda GmbH ning esitas väljatrükki OHIM-i andmebaasist Ühenduse kaubamärkide reg nr 006383137 ja reg nr 003622362 andmetest.

Lisatud väljavõtetest nähtub, et kaubamärkide omaniku nime/aadressi muudatus on avaldatud OHIM'i registris 07.12.2012. Jääb selgusetuks, miks edastas vaidlustaja selle informatsiooni komisjonile alles 18.07.2013 peale 02.07.2013 lõppmenetluse alustamist. Komisjonile ei ole arusaadav, kas tegemist on vaidlustaja nime muudatusega või vaidlustaja kui juriidilise isiku vormi muudatusega või kaubamärkide omandamisega kolmanda isiku poolt.

TOAS § 54<sup>1</sup> lg 4 kohaselt lõplikes seisukohtades võib viidata üksnes asjaoludele, mis kirjalikes seisukohtades esile toodi, ja tõenditele, mis olid enne lõplike seisukohtade esitamise ettepaneku tegemist apellatsioonikomisjonile esitatud. Kuna vaidlustaja teatas väidetavalt nime muudatusest peale lõplikke seisukohtade esitamist ja komisjoni poolt lõppmenetluse alustamisest, siis ei saa komisjon kontrollida vaidlustaja väited, mis on toodud kaubamärkide segiajamise võimalikkuse kohta (segiajamise tõenäosus seisneb selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt). Vaidlustusavalduses on vaidlustaja võrrelnud Nycomed GmbH kaubamärke ja Nycomed GmbH ravimite nimetusi. Seos Takeda GmbH-ga ei ole tõendatud.

Komisjon jätab vaidlustaja väited, mis on toodud kaubamärkide segiajamise võimalikkuse kohta (segiajamise tõenäosus seisneb selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt), tähelepanuta.

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.

Apellatsioonikomisjon nõustub taotlejaga, et kaubamärgi PANTOSEC registreerimine taotleja nimele ei ole vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. Kaubamärgi registreerimine taotleja nimele ei riku vaidlustaja õigusi.

Apellatsioonikomisjon nõustub vaidlustajaga, et võrreldavate kaubamärkidega tähistatavaid kaupu saab käsitleda samaliigilistena või identsetena.

Õige on taotleja väide, et ravimite keskmine tarbija on keskmisest tähelepanelikum ning kõrge teadlikkusega ostetavast kaubast.

Võrreldavad kaubamärgid ei ole visuaalselt, foneetiliselt ja semantiliselt äravahetamiseni sarnased.

Kolme kaubamärgi ühiseks tunnuseks on eesliide PANTO. Kaubamärkide kaupade loetelud hõlmavad farmaatsiatooteid, sealjuures vaidlustaja kaupade loetelu spetsiifiliselt ravimeid mao- ja soolehaiguste ravimiseks.

Komisjon nõustub taotlejaga, et ühine osa PANTO on nõrga eristusvõimega ning on levinud kaubamärgi (s.h. ka raviminimetuse) osa erinevatel ettevõtetel.

Võrreldavate kaubamärkide eristavaks ja domineerivaks elemendiks on vaidlustaja kaubamärkidel osad PAC ja SAL ning taotleja kaubamärgi puhul osa SEC.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOPAC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast PAC. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest tähest, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad tähtedepaarid P ja S ning A ja E on visuaalselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavad osad PAC ja SEC tervikuna.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOSAL koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SAL. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest tähest, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad tähtedepaarid A ja E ning L ja C on visuaalselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavad osad SAL ja SEC tervikuna.

Arvestades, et kirjeldavat elementi PANTO ei saa pidada võrreldavate kaubamärkide poolt loodava üldmulje domineerivaks osaks ja keskmine tarbija osutab tugeva eristusvõimega ja domineerivatele elementidele PAC vs SEC ja SAL vs SEC rohkem tähelepanu, on kaubamärkidest jääv visuaalne üldmulje erinev.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOPAC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast PAC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [pak]. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sek]. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest häälikust, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad häälikupaarid P ja S ning A ja E on foneetiliselt selgelt eristatavad. Foneetiliselt selgelt eristatav on ka kaubamärkide eristavate osade hääldused [pak] ja [sek] tervikuna.

Vaidlustaja kaubamärk PANTOSAL koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SAL, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sal]. Taotleja kaubamärk PANTOSEC koosneb kirjeldavast osast PANTO ning eristusvõimelisest osast SEC, mida Eesti tarbija hääldab tõenäoliselt [sek]. Eristusvõimelised osad koosnevad kolmest häälikust, millest üks on kokkulangev ning kaks erinevad (erinevus 66,67%). Kaubamärkides samas positsioonis asetsevad häälikupaarid A ja E ning L ja C on foneetiliselt selgelt eristatavad. Visuaalselt selgelt eristatavad on ka kaubamärkide eristavate osade hääldused [sal] ja [sek] tervikuna.

Arvestades, et kirjeldavat elementi PANTO ei saa pidada võrreldavate kaubamärkide poolt loodava üldmulje domineerivaks osaks ja keskmine tarbija osutab tugeva eristusvõimega ja domineerivatele elementidele [pak] vs [sek] ja [sal] vs [sek] rohkem tähelepanu, on kaubamärkidest jääv foneetiline üldmulje piisavalt erinev.

Kaubamärkide ühise algusosa PANTO kirjeldav tähendus on keskmisele tarbijale arusaadav, sest see on toimeaine nimetuse algusosa, tarbija harjunud lähtuma ravimi toimeaine nimetustest ning teab, et ravimite kaubamärkides kasutatakse tihti toimeaine nimetuste elemente näitamaks vastava toimeaine sisaldust ravimis. Seetõttu ei taju tarbija sõna PANTO kaubamärkide eristusvõimelise ja domineeriva osana hoolimata sellest, et see sõna on kaubamärkides paigutatud esikohale ning identifitseerib kaubamärke lähtuvalt lõpuosadest, mis on äravahetamise ärahoidmiseks piisavalt erinevad.

Sõnaosa PANTO on vaidlustaja ja taotleja kaubamärkide ühine nõrk element ning seega on antud juhul kaubamärkide võrdlemisel algusosa vähem oluline kui kaubamärkide lõpuosa.

Arvestades keskmise tarbija kõrget tähelepanelikkust ravimite osas, kaubamärkide eristusvõimelisi ja domineerivaid osi ning kaubamärkide üldmulje erinevusi, on hoolimata kaupade identsusest ja samaliigilisusest vähetõenäoline kaubamärkide äravahetamine tarbijate poolt.

Eeltoodu alusel ja juhindudes TÕAS § 61 G-st 1, KaMS § 41 lg 3 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

M. Tähepõld