

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1467-o

Tallinnas 30. juulil 2014. a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Priit Lello (eesistuja), Tanel Kalmet ja Kirli Ausmees vaatas kirjalikus menetluses läbi OÜ Autoekspert (registrikood 10492275, Kadaka tee 86, Tallinna linn, Harju maakond, 12618, edaspidi kaebaja) kaebuse kaubamärgi „Autoekspert“ (registreerimistaotluse nr M201001286) registreerimisest keeldumise otsuse tühistamiseks.

Kaebus on võetud Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni (edaspidi apellatsioonikomisjon) menetlusse nr 1467 all.

I Asjaolud ja menetluse käik

Patendiamet võttis 8. aprillil 2013 vastu otsuse nr M201001286 kaubamärgi „Autoekspert“ (edaspidi ka ilma jutumärkideta) registreerimisest keeldumise kohta OÜ Autoekspert nimele klassides nr 35 ja 37 nimetatud teenuste suhtes. Patendiamet keeldus kaubamärgi registreerimisest kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 9 lg 1 punktide 2 ja 3 alusel, kuna kaubamärk Autoekspert on tähistatavate teenuste suhtes kirjeldav ja eristusvõimetus. Patendiamet leidis, et kaubamärk Autoekspert ei ole Eesti Vabariigis üldtuntud tähis. Kaubamärgi reproduktioon on järgmine:

Autoekspert

Kaubamärgitaotleja soovis registreerida Nizza klassifikatsiooni klassides 35 ja 37 nimetatud teenuste suhtes:

Klass 35: varuosade hulgi- ja jaemüük,

Klass 37: autoremont.

4. juunil 2013 esitas taotleja Patendiameti otsuse peale kaebuse paludes Patendiameti otsus nr 7/M201001286 tühistada.

Kaebaja põhiseisukohad

Kaebaja märgib kokkuvõtvalt, et AS Autoekspert on asutatud 1993. aastal. Ettevõtte ärinimi on olnud 1993. aastast „Autoekspert“, millele lisandub äriühingu vormi tähistav tunnus. Sama ärinime kandis OÜ Autoekspert äriühingu ümberregistreerimisel äriregistris ja see on püsinud muutumatuna käesoleva ajani. Tulenevalt äriseadustiku (edaspidi ÄS) § 15 lg 1 on OÜ-l Autoekspert ainuõigus oma ärinimele. Kaebaja on seisukohal, et äriühingu nimi juba eristab ühe isiku kauba või teenuse teise isiku samaliigilisest kaubast või teenusest. Seega äriühingu nimega ühtiv kaubamärk Autoekspert ei ole eristusvõimetus, kuna ühtib äriühingu nimega. Kaebajale jääb arusaamatuks Patendiameti seisukoht, et ärinimi on eristusvõimetus. Kui isikunimed võivad kattuda ja neid eristab ainult isikukood (kuna nad

Adress:
Tõnismägi 5a
15191 Tallinn

Telefonid:
6208201, 6208276
e-mail: toak@just.ee

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

võivad olla ka ühel ja samal päeval sündinud), siis äriühingute puhul kehtib ärinimele ainuõigus. Eristusvõime tagabki ärinimi. Registreeritud on näiteks kaubamärgid Elukiri, BRANDWELL, VIKING MOTORS, millel samuti puudub üksik stiliseeritud täht, üksik stiliseeritud arv või üksik värv. Ka eespool nimetatud kaubamärkide omanike ärinimi ühtib kaubamärgiga, ärinimega on tagatud kaubamärgi eristusvõime. Kuigi näiteks registreeritud kaubamärgi UQUAL puhul ei ole täidetud ühtegi Patendiameti § 9 lg 1 p 2 loetletud tingimust.

Kuna äriühing Autoekspert on käesolevaks ajaks tegutsenud üle 20 aasta, nimi on püsinud muutumatuna, ja ka kirjalikult ning sinine värvus, siis ei saa väita, et taotletav kaubamärk ei ole tuntud tarbijate sektoris, nende kaupade või teenuste jaotusvõrgus tegutsevate isikute sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas ärisektoris. Esitatud erinevad tõendid kinnitavad kaebaja pikaajalist ja järjepidevat tegutsemist antud valdkondades, samuti taotletava kaubamärgi Autoekspert järjekindlat kasutamist.

Kaebaja on oma tooteid, sealhulgas ka uusi tooteid tutvustanud ja reklaaminud Kanal2 saates „Rooli võim“ alates 2005. aastast. Meelevaldne on Patendiameti seisukoht, et kaheksa aastat reklaamitakse saadetes kui „eksperti autode alal“ ja et kaebaja eesmärgiks ei ole olnud veelgi suurema tuntuse saavutamine, millega kaasneb ka suurem turuosa. Kanal2 saatel „Rooli Võim“ on hinnanguliselt hooaja jooksul (koos kordustega) vaatajaid üle 2 miljoni inimese. Aastatel 2007-2013 on meie reklaamilugusid olnud 20 korral „koos kordustega 100 korda) ja reklaamiklippe 230 korral (koos kordustega 1150 korda). Faktum uuringukeskuse „Televaatajate uuringust“ detsembris 2005 nähtub, et hinnangutes elustiilisaadetele on saade „Rooli Võim“ kõrgelt hinnatud.

Müügikohtadele esitatavad ohukaardid müüdavate keemiatoodete kohta peavad olema igas müügikohas, tulenevalt sotsiaalministri määrusest. Ohukaardid pidevalt täienevad ja muutuvad. Muutuvad tooted ja nende koostisi täiendatakse pidevalt. Nende olemasolu müügikohtades kontrollib Tarbijakaitse. Ka autoremondi töökodadel peavad olema täidetud kõik seadusest tulenevad nõuded, seda ka keemiatoodete kasutamisel (näiteks aerosool mutrite ja poltide lahtivõtmiseks, pidurite puhastusvahend aerosoolis jne). Kuna mõned tooted on väga tuleohtlikud või plahvatusohtlikud, siis ohukaardil kajastub muuhulgas vajalik informatsioon selleks, et remonditöökojad neid nõuetekohaselt hoiustaksid. Tänu pikaajalisele koostööle oma partneritega, ei ole taotlejal vaja lisada igale ohukaardile äriühingu täisandmeid, vaid piisab taotletavast kaubamärgist Autoekspert. Kuna kahekümne tegutsemisaasta jooksul on erinevaid tooteid, nõudeid, muutusi, täiendusi, jne olnud palju, siis nende täpset arvu on võimatu öelda. Küll on see arv väga suur. Mis puudutab toodete katalooge, siis neid saadetakse korraga vähemalt 500 tükki. Ka kataloogid uuenevad teatud aja tagant. Alates 2011. aastast on kataloogid elektroonilisel kujul. Keskmisele tarbijale seostab autode remontimisega ka kulunud või vigastatud auto osade, määrdeainete jm vahetamist, kusjuures auto remonditeenuse osutamisega kaasneb ka vajalike varuosade müümine ja paigaldamine. Kaebaja palus mõnedel oma koostööpartneritel üle terve Eesti teatada, kui pikka aega on nende koostöö kestnud, mille kohta on lisatud koostööpartnerite vastused.

Seoses kaubamärgi üldtuntusega märgib kaebaja, et üldtuntuse tunnistamisel arvestatakse muu hulgas kaubamärgi tuntuse astet Eestis kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenustega analoogiliste kaupade või teenuste tegelike ja võimalike tarbijate sektoris või nende kaupade või teenustega tegelevas ärisektoris, kasutamise või tutvustamise kestust ja ulatust ning kaubamärgi geograafilist

levikut. Kaubamärgi üldtuntuse tunnistamiseks piisab, kui kaubamärki tunneb valdav enamus eelpool loetletud sektorisse kuuluvatest isikutest.

Tavatarbija jaoks loob kindlustunde stabiilsus ja muutumatus ehk kui kindel ta antud kaupade ja teenuste osas olla saab. Kui ärinimi ja taotletav kaubamärk ühtivad ja ärinimi on kasutusel muutumatul kujul üle 20 aasta, ei tee üldjuhul tarbija vahet, kas on tegemist kaubamärgiga või ärinimega. Küll aga ÄS-st lähtuvalt peab ettevõtja ärilistel dokumentidel olema ka ettevõtja registrikood. Sellest lähtuvalt ei saa väita, et kaubamärk Autoekspert ei ole tuntud. Tuginedes eelöeldule OÜ Autoekspert ei nõustu Patendiameti otsusega ja palub nimetatud otsus tühistada ning saata see Patendiametile uueks läbivaatamiseks.

Patendiameti põhiseisukohad

Patendiamet vaidleb kaebusele vastu ja leiab, et kaubamärgi Autoeksperti registreerimisest keeldumise otsus on seaduslik ja põhjendatud ning kaubamärgile õiguskaitset anda ei saa.

Seoses KaMS § 9 lg 1 p 3 rakendamisega märgib Patendiamet, et selle sätte eesmärgiks olev avalik huvi nõuab, et kõik tähised, mida on võimalik äritegevuses kasutada nende kaupade või teenuste kirjeldamiseks, mille suhtes märgi registreerimist soovitakse, peavad jääma vabalt kasutatavaks kõigile ettevõtjatele selleks, et neil oleks võimalik neid tähiseid kasutada oma kaupade või teenuste samade iseloomulike tunnuste kirjeldamiseks. Seetõttu ei ole märgid, mis koosnevad üksnes kirjeldatavatest tähistest, kaubamärgina registreerimiseks sobivad.

Taotletav tähis koosneb sõnast „autoekspert“, mis on eestikeelsestest sõnadest „auto“ ja „ekspert“ moodustatud liitsõna. „Ekspert“ tähendab „asjatundja“ ning sõna „auto“ selle ees täpsustab, mis valdkonna asjatundjaga on tegemist. Antud juhul on taotletava tähise tähenduseks seega „autode asjatundja“. Sellise tähendusega tähis üksnes kirjeldab teenuste „varuosade hulgi-ja jaemüük“ ja „autoremont“ kvaliteeti ja omadusi ning näitab, et varuosade müüki ja autoremonti teostab autode asjatundja ehk autoekspert. Sellest tulenevalt leiab Patendiamet, et tähise „Autoekspert“ tähendus on tarbijale üheselt mõistetav ning see üksnes kirjeldab eelnimetatud teenuste kvaliteeti ja omadusi, mistõttu pole tähis KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaselt registreeritav.

Kohaldades KaMS § 9 lg 1 p 2 selgitas Patendiamet, et kohtupraktikast tuleneb, et sõnamärk, mis on direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti c mõistes kaupade või teenuste omadusi kirjeldav, on samade kaupade või teenuste suhtes direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti b mõistes eristusvõimetu (Euroopa Kohtu otsus nr C-363/99 p 86, Euroopa Kohtu otsus nr C-265/00, p 19). Seega tuleb hinnata, kas kirjeldav sõna on kujundatud selliselt, et tarbijal oleks võimalik selle alusel taotleja teenuseid teiste ettevõtjate samaliigilistest teenustest eristada. Patendiamet leiab, et kursiivkiri ja selle sinine värvus ei ole piisavad kirjeldava tähise eristusvõimeliseks muutmiseks. KaMS ei sätesta, et iga kombineeritud kaubamärk on eristusvõimeline ning kaubamärgi eristusvõime mõistet ei saa võrdsustada kombineeritud märgi mõistega. Ka kombineeritud märgid peavad suutma eristada ühe ettevõtja kaupu teiste omadest, et saada kaitset kaubamärgina. Taotletava kaubamärgi puhul on tegemist tavapärase kirjaväisiga, ei ole alust eeldada, et tarbija tajub taotletava tähise dekoratiivset elementi kaubamärgina. Järelikult ei saa sellist dekoratiivset elementi pidada eristusvõimeliseks. Lähtuvalt eeltoodust leiab Patendiamet, et tähisel Autoekspert puuduvad tunnused, mille põhjal tarbija suudaks ühe ettevõtja teenuseid eristada teise ettevõtja samaliigilistest teenustest ning seda tuleb lugeda eristusvõimetuks. Seetõttu pole tähis KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt kaubamärgina registreeritav. Kaebaja esitatud tähise üldtuntusele viitavad

tõendid kogumina ei ole piisavad, et kinnitada tähise Autoekspert üldtuntust taotleja kaubamärgina tarbijate seas. Kaebaja tõendid näitavad, et ta on sama ärinime all tegutsenud pikaajaliselt ning on oma põhitegevuse täitmiseks sooritanud erinevaid tavapäraseid tegevusi (registreerinud ettevõtte nime äriregistris, hankinud tegevuslubasid, töötanud välja firma rekvisiitidega kirjalangi ja –ümbriku, sõlminud lepinguid, väljastanud ja vastu võtnud arveid). Materjalid küll viitavad sellele, et kaebaja on enda tähist meediaväljaannetes ja näitustel reklaaminud, ent konkreetseid materjale, kus oleks näha, millisel kujul, mis ajaperioodil ja millises mahus on tähist tutvustatud, ei ole mõningate eranditega (Motorexi fotod) esitatud. Valdav osa materjalidest pärineb perioodist 1996-1998 ning see ei kinnita tähiste üldtuntust käesoleval perioodil. Teine osa materjale pärineb perioodist, mis on hilisem kui taotluse esitamise kuupäev. Neist materjalidest, kus on tähist võimalik seostada ka konkreetse teenusega, võib leida tõendeid müügitegevuse kohta, ent üheski ei ole kajastatud remonditeenuseid. Kõigest eelnevast tulenevalt ei ole Patendiameti hinnangul tõendatud, et tähis Autoekspert on KaMS § 7 mõistes OÜ-le Autoekspert kuuluv üldtuntud kaubamärk.

Ei piisa üksnes pikaajalisest tegutsemisest, vaid tuleb tõendada, et pikaajaline tegevus on toonud kaasa kaubamärgi laialdase tuntuse, mida saab käsitleda üldtuntusena KaMS § 7 mõistes. Lihtsalt ajaline kestus ei ole üldtuntuse aluseks, vaid pikaajaline tegutsemine on eelduseks üldtuntuse saavutamisel, kui tegutsemisel on selline tagajärg. Patendiamet palub jätta kaebus rahuldamata.

Kaebaja lõplikud seisukohad

12. veebruaril 2014 esitatud lõplikes seisukohtades jäi kaebaja kaebuses esitatud seisukohtade juurde, paludes kaebus rahuldada.

Patendiameti lõplikud seisukohad

Patendiamet esitas lõplikud seisukohad 4. märtsil 2014 jäädes otsuses ja apellatsioonimenetluses esitatud põhjenduste juurde.

II Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja otsus

Apellatsioonikomisjon, analüüsinud menetlusosaliste seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid tõendeid kogumis ja vastastikusel seoses, märgib järgmist.

Käesolevas vaidluses on põhiküsimuseks, kas Patendiamet on õigesti tuvastanud, et kaubamärk Autoekspert on kirjeldav ja eristusvõimetus ning tähis ei ole omandanud üldtuntust ja eristusvõimet ka pikaajalise kasutamise tulemusena, nagu põhjendatakse vaidlusaluses otsuses.

KaMS § 9 lg 1 p 3 järgi õiguskaitset ei saa tähis, mis koosneb üksnes kaupade või teenuste liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aega või kaupade või teenuste teisi omadusi näitavatest või muul viisil kaupa või teenust kirjeldavatest tähistest või andmetest või eelnimetatud tähistest või andmetest, mida ei ole oluliselt muudetud.

Patendiameti otsuses on üksikasjalikult selgitatud kaubamärgi Autoekspert registreerimisest keeldumise asjaolusid. Patendiamet on õiguspärase otsuse tegemiseks vajalikul määral analüüsinud kaubamärgi faktilisi asjaolusid ja seostanud neid kaubamärgile õiguskaitse andmise aluseks olevate õiguslike alustega. Apellatsioonikomisjon nõustub Patendiameti järeldustega, mistõttu puudub

vajadus neid siinkohal täiel määral korrata. Patendiameti otsuses on korrektset selgitatud sõna „Autoekspert“ tähendust ning selle kirjeldavust kaubamärgiga kaitstavate kaupade suhtes.

Registreerimiseks esitatud tähiseks on eestikeelsetest sõnadest „auto“ ja „ekspert“ moodustatud liitsõna „autoekspert“. Sõna „ekspert“ võib mõista kui „asjatundjat“ ning sõna „auto“ selle ees täpsustab, mis valdkonna asjatundjaga võib olla tegemist. Taotletava tähise tähenduseks on seega „autode asjatundja“. Tarbijate seas ning äripraktikas on viitamine autoekspertidele või autode asjatundjatele ja nende sõnade kasutamine vägagi tavapärane. Nimetatud tähendusega kaubamärk kirjeldab teenuste „varuosade hulgi-ja jaemüük“ ja „autoremont“ kvaliteeti, teenuse valdkonda ja teisi omadusi ning näitab, et varuosade müüki ja autoremonti teostab autode asjatundja ehk autoekspert. Sellest tulenevalt on Patendiamet kooskõlas KaMS § 9 lg 1 punktiga 3 järeldanud, et kaubamärgi Autoekspert tähendus on tarbijale üheselt mõistetav ning see kirjeldab kaubamärgiga tähistatavate teenuste kvaliteeti ja omadusi. Apellatsioonikomisjon märgib, et kaebaja ei ole kaebuses nimetatud järeldusele põhimõtteliselt vastu vaieldud ega tõendanud nimetatud järelduse ebaõigsust. Sellest tulenevalt on kaubamärgi registreerimise keeldumise otsus kooskõlas KaMS § 9 lg 1 punkti 3.

KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt õiguskaitsset ei saa tähis, millel puudub eristusvõime, kaasa arvatud üksik stiliseerimata täht, üksik stiliseerimata arv või üksik värv.

Kaubamärk, mis tähistab vaid sellega hõlmatud kaupade või teenuste omadusi, on kirjeldav ja kirjeldavat tähist, mis ei ole omandanud eristusvõimet, ei saa kasutada ühe isiku kauba eristamiseks teise isiku samaliigilisest kaubast. KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaldamisala on laiem KaMS § 9 lg 1 punktist 3 ja hõlmab endas kõiki neid tingimusi, mil kaubamärk ei erista ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teise ettevõtja omadest. Üheks selliseks juhuks on olukord, kus taotletav kaubamärk võib tähistada sellega hõlmatavate kaupade või teenuste omadusi. Sellest tulenevalt on Patendiameti otsuses kooskõlas seadusega jõutud järeldusele, et kaubamärgil Autoekspert puudub tähise kirjeldavuse tõttu eristusvõime KaMS § 9 lg 1 p 2 mõistes. Vaidlusalusel kaubamärgil puuduvad elemendid, mis võimaldaksid teenuste sihtgrupiks olevatel isikutel (nii tavatarbijatel ja hulгимүүgi puhul peasjalikult teistel valdkonna ettevõtjatel) taotleja teenuseid eristada teiste isikute samaliigilistest teenustest. Kaubamärgisõna on kujundatud tavapärasel kursivkirjas sinises värvitoonis. Sellistel kujunduselementidel puudub eristusvõime ja nende alusel ei ole võimalik seostada tähist ühe konkreetse ettevõtjaga ning eristada tema teenuseid teiste ettevõtjate omadest.

Kaebaja leiab, et kaubamärgi eristusvõime aluseks on juriidilise isiku samasugune nimi (OÜ Autoekspert). Kaebaja seisukoht on õiguslikult põhjendamata. Kaebaja ei ole selgitanud, millises tööstusomandi valdkonna õigusnormist tulenevalt saab kaubamärgi eristusvõimet määrata kaubamärgiomaniku ärinimi. Apellatsioonikomisjon ei nõustu, et kaubamärk on eristusvõimeline, kui tähise sama sõna kasutatakse juriidilise isiku ärinimes. Juriidilise isiku ärinime registreerimine ja kaubamärgile õiguskaitses andmine on õiguslikult erineva tähenduse ja eesmärgiga toimingud. Piisab, kui tõdeda, et juriidilise isiku registreerimisel ei hinnata, kas ärinimi või selles kasutatavad sõnad võiks olla kaitstavad kaubamärgina. Järelikult juriidilise isiku kandmine äriregistrisse ei loo isikule õiguslikku alust ega õiguspärasest ootust samasõnalise tähise registreerimiseks kaubamärgina. Vastavalt AS § 15 lg-le 1 on ettevõtjal ainuõigus ärinimele, mitte kaubamärgile.

Kaebaja leiab, et kaubamärk Autoekspert on üldtuntud ja tähis omandanud eristusvõime kaubamärgi pikaajalise kasutamise tulemusena.

KaMS § 9 lg 2 kohaselt taotluse esitamise kuupäevaks kasutamise tulemusena eristusvõime omandanud kaubamärgi ja üldtuntud kaubamärgi puhul ei kohaldata käesoleva paragrahvi lõike 1 punktides 2–4 sätestatud.

Kaebaja on esitanud mitmeid tõendeid, millest võib järeldada, et ta on kasutanud kaubamärki Autoekspert, kuid nende tõendite kogumist ei järeldu, et tähis on omandanud korraga nii eristusvõime kui üldtuntuse ning seeläbi õiguskaitse. Tähelepanuta tuleb jätta tõendid, mis käsitlevad kaubamärgi kasutamist pärast taotluse esitamise kuupäeva (KaMS § 9 lg 2). Asjaolu, et kaebaja äriühing on registreeritud 1993. aastal ja võib seega olla tegutsenud järjepidevalt kakskümmend aastat, ei tõenda, mis aja jooksul on kaubamärk Autoekspert kasutusel olnud ja et tähis on omandanud eristusvõime ja üldtuntuse. Äriühingu tegutsemise ajalike kestus on kaubamärgi üldtuntuse üheks eelduseks, kui kaubamärgiomaniku pikaajalisel tegutsemisel on toonud kaasa tähise üldtuntuse. Pelgalt äriühingu registreerimise või tegutsemise aeg ei ole üldtuntuse aluseks. Vaidlust ei ole selles, et on tegutsemise aja jooksul vähemalt mõnedes reklaamides kasutanud sõnakuju Autoekspert, mis viitab kaubamärgi kasutamisele. Siiski tuleb märkida, et esitatud tõenditest nähtu, milline on kaubamärgi tuntuse aste Eestis kaubamärgiga tähistatud teenuste või nendega analoogiliste teenuste tarbijate sektoris või teenuste äri sektoris (KaMS § 7 lg 3 p 1); milline on kaubamärgi kasutamise ja tutvustamise ulatus ning tähise geograafiline levik (KaMS § 7 lg 3 p 2). Kaebaja viidatud reklaamide põhjal nendele asjaoludele vastust ei saa. Kaebaja on esitanud apellatsioonikomisjonile Kanal 2 saate „Rooli Võim“ kirja, mis väidetavalt tõendab kaubamärgi Autoekspert pikaajalist kasutamist. Selles tõendis märgitakse: *„Koostöö algas aastast 2005, kui STP kaubamärke tutvustavaid saatelõike Kanal 2-e liiklussaates näitama hakkasime.“* Esitatud kirjast järeldub pigem, et liiklussaates reklaamiti teistele isikutele kuuluvaid STP kaubamärke, mille tooteid kaebaja Eesti Vabariigis turustab. Nendest ei järeldu, et reklaamimise eesmärk oli tutvustada kaubamärki Autoekspert, samuti ei selgu, mis perioodi jooksul, mitu korda ja milliseid teenuseid reklaamiti konkreetselt kaubamärgiga Autoekspert. Sellest tulenevalt peab apellatsioonikomisjon põhjendatult Patendiameti järeldust, et tarbijad ei pruugi kõnesolevate reklaamide puhul tajuda viidet sõnale „autoekspert“ kui kaubamärgi reklaami, vaid kui osundamist autoala asjatundjale või kaebaja äriühingule. Kuna saate Rooli Võim reklaamid ei ole toonud kaasa kaebaja kaubamärgi üldtuntust (vähemalt ei ole selle kohta tõendeid esitatud), siis ei saa kaubamärgi laiaulatuslikku reklaamimist tõendada ka Faktumi hinnang elustiilisaadetele.

Oma üldise info tõttu ei kinnita kaubamärgi Autoekspert pikaajalist kasutamist ja üldtuntust samuti kaebaja esitatud tõendid koostööpartnerite teatiste näol. Teatistes märgitakse ühe näite põhjal: *„Käesolevaga teatame, et AS MAHTA KÜTUS on teinud koostöö OÜ Autoekspert poolt maaletoodavate autohooldustoodete (STP, Armor All, Kleen-Flo, SunnyCar) ja autotarvikute osas üle 13 aasta.“* Nende tõendite põhjal tuleb järeldada, et kaebaja tegevus on olnud seotud kirjas viidatud kaubamärkidega tähistatavate toodete turustamisega Eesti Vabariigis, millede hulgas kaubamärki Autoekspert ei ole nimetatud. Viidatud tõendite alusel ei ole võimalik järeldada, et kaubamärk Autoekspert on olnud pikaajaliselt kasutusel ja saavutanud üldtuntuse klassides 35 ja 37 nimetatud teenuste pakkumisel. Ülejäänud osas apellatsioonikomisjon nõustub Patendiameti hinnanguga kaebaja esitatud tõenditele ning ei pea vajalikuks neid seisukohti korrata. Lähtudes eeltoodust ei ole tõendatud kaebaja väited kaubamärgi Autoekspert pikaajalise kasutamise ja üldtuntuse kohta.

Kaebaja viited teiste kaubamärkide registreerimisele ei ole asjakohased, kuna nendest ei tulene kaebaja õigust kaubamärgi Autoekspert registreerimiseks.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg-st 1 ja 2 apellatsioonikomisjon

o t s u s t a s:

jätta OÜ Autoekspert kaebus rahuldamata.

Kaebaja võib esitada kaebuse apellatsioonikomisjoni otsuse peale Harju Maakohtusse kolme kuu jooksul apellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates. Kohus vaatab kaebuse läbi hagita menetluses. Kaebaja teavitab viivitamata apellatsioonikomisjoni kaebuse esitamisest. Kui kaebust ei ole esitatud, jõustub apellatsioonikomisjoni otsus kolme kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

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

Allkirjad:

P. Lello

T. Kalmet

K. Ausmees