

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1468-o

Tallinnas 30. mail 2014. a

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Harri-Koit Lahek (eesistuja), Priit Lello ja Edith Sassian, vaatas kirjalikus menetluses läbi Aldar Eesti OÜ kaebuse Patendiameti 02.05.2013 otsuse nr 7/M201001056 peale, millega keelduti sõnalise kaubamärgi „VERGI“ (03.10.2010 taotlus nr M201001056) registreerimisest klassides 32 ja 33.

Asjaolud ja menetluse käik

06.06.2013 esitas Aldar Eesti OÜ (edaspidi kaebaja või taotleja), keda esindab patendivolnik Almar Sehver (AAA Patendibüroo OÜ), tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon) kaebuse Patendiameti 02.05.2013 otsuse peale, millega keelduti sõnalise tähise „VERGI“ kaubamärgina (edaspidi kaubamärk või tähis „VERGI“) registreerimisest klassides 32 ja 33.

Taotleja esitas Patendiametile 03.10.2010 taotluse tähise “VERGI” kaubamärgina registreerimiseks klassides:

- 32 õlu; mineraal- ja gaseerveresi ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained;
- 33 alkoholjoogid (v.a õlu).

Patendiamet tegi 02.05.2013 otsuse nr 7/M201001056 tähise “VERGI” kaubamärgina registreerimisest keeldumise kohta kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 9 lg 1 p 3 ja § 9 lg 2 alusel.

Kaebaja leiab, et Patendiamet on tähise “VERGI” menetlemisel ebaõigesti kohaldanud KaMS § 9 lg 1 p 3 ja § 9 lg 2 sätteid ja tähise “VERGI” registreerimisest keeldumise otsus on põhjendamata ning vastuolus KaMSi normidega. Samuti on Patendiameti otsus vastuolus Euroopa Kohtu seatud kriteeriumitega KaMS § 9 lg 1 p 3 kohase kaubamärgi geograafilise kirjeldavuse ja § 9 lg 2 kohase omandatud eristusvõime hindamisega.

Taotleja ja Patendiameti vahel ei ole vaidlust selles, et Vergi on küla Vihula vallas Lääne-Viru maakonnas. Samuti ei ole vaidlust selles, et taotletav kaubamärk koosneb üksnes sõnast “VERGI” ja sellel puuduvad muud eristavad tunnused.

Taotleja ja Patendiameti vahel on vaidlus selles, milliste asjaolude esinemisel tuleb keelduda kaubamärgina registreerimast geograafilisi nimetusi.

Patendiameti seisukoht on, et Vergi on küla ja sadam Vihula vallas Lääne-Viru maakonnas, mis osutub üksnes geograafilist päritolu näitavaks tähiseks ning KaMS § 9 lg 1 p 3 välistab üheselt õiguskaitse andmise tähistele, mis osutuvad üksnes loetelus toodud kaupade geograafilist päritolu kirjeldavaks. Patendiamet leiab, et selleks tuleb hinnata, kas tarbija tajub tähist geograafilise nimena ja kas tähis võib näidata registreerimiseks esitatud kaupade geograafilist päritolu.

Taotleja leiab järgmist.

Patendiameti seaduse tõlgendus ei vasta Euroopa Kohtu geograafiliste nimede kaubamärgina registreeritavuse tõlgendusele, Euroopa Üldkohtu (endise nimega Esimese Astme Kohtu) ning Eesti

Adress:
Tõnismägi 5a
15191 Tallinn

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

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

kohtute lahenditele. Geograafiliste nimede registreerimise keelu ulatust on Euroopa Kohus analüüsinud lahendis C-108/97-C-109/97 Chiemsee 04.05.1999 ja Üldkohus lahendites T-295/01 15.10.2003 OLDENBURGER, T-379/03 Cloppenburg 25.10.2005, T-230/06 PORT LOUIS 15.10.2008, T-225/08 ALASKA 08.07.2009, T-337/09 PASSIONATELY SWISS 15.12.2011.

Üldtunnustatud kohtupraktika kohaselt tuleb kaubamärgi õiguskaitset välistavaid asjaolusid tõlgendada lähtuvalt nende aluseks olevast avalikust huvist (vt näiteks C-456/01 P ja C-457/01 P 29.04.2004 punktid 45-46). Geograafiliste tähistete ja avaliku huvi küsimust on Euroopa Kohus analüüsinud otsuse C-108/97-C-109/97 Chiemsee punktis 26, leides, et avalik huvi geograafiliste nimede kättesaadavuse säilitamiseks on tingitud nende võimest kajastada asjaomaste kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ja võimest mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad ja teenused positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga. Sellest avaliku huvi definitsioonist lähtuvalt on Euroopa Kohus kehtestanud kriteeriumi, et kaubamärgina registreerimise keeld ei laiene mitte igasugustele geograafilistele nimetustele, vaid ainult neile, mille puhul koht on tarbijatele tuntud asjakohaste kaupade või teenuste poolst või on mõistlik eeldada, et tarbijate jaoks võib selline seos koha ja kaupade või teenuste vahel tekkida tulevikus (C-108/97-C-109/97 04.05.99 p 29, 30, 31).

Nimetatud kriteeriumit on Üldkohus sisustanud reas otsustes. Otsuses T-379/03 Cloppenburg punktis 49 märgib Üldkohus: „Siiski, isegi kui sihtrühm teab [...] linna, ei tulene sellest automaatselt, et seda märki võiks kaubanduses kasutada geograafilise päritolu tähistamiseks. Selleks, et kontrollida, kas kõnealused registreerimisest keeldumise põhjused on täidetud, tuleb arvesse võtta kõiki asjassepuutuvaid tingimusi, nagu tähistatud kaupade ja teenuste olemus, vaidlusaluse geograafilise koha tuntuse aste just kõnealuses majandusvaldkonnas ja selle tuntuse aste sihtrühmas, kõnealuse tegevusharu traditsioonid ja küsimus, mil määral võiks asjaomaste kaupade või teenuste geograafiline päritolu huvigrupi silmis olla oluline asjassepuutuvate kaupade või teenuste kvaliteedi või muude omaduste hindamisel“.

Otsuses kohtuasjas T-295/01 OLDENBURGER on leitud, et Oldenburg ei ole registreeritav toiduainete kaubamärgina, sest tegemist on Saksamaal laialt tuntud põllumajandusregiooni pealinnaga ja paljudel põllumajandustoodetel ka kasutatakse koos tootja nimega nimetust Oldenburg. Otsuses kohtuasjas T-379/03 Cloppenburg leidis kohus, et Alam-Saksimaal asuva 30 000 elanikuga linna Cloppenburg tuntus on tarbijate hulgas madal või keskmine, linn ei ole tuntud ühegi kauba tootmise või teenuse osutamise kohana ning jaemüügiteenuse puhul ei ole ka kombeks geograafilist päritolu ära märkida ning see ei ole tarbijate silmis oluline nende teenuste kvaliteedi või muude omaduste hindamisel. Otsuses kohtuasjas T-230/06 PORT LOUIS analüüsis kohus põhjalikult Mauritiuse pealinna PORT LOUIS tuntust tekstiilikaupade tootjana ja võimalust, et tarbijad hakkavad tulevikus seostama nimetust Port Louis tekstiilikaupadega. Kohus jõudis järeldusele, et kuigi Port Louisis tekstiilikaupu toodetakse, puudub tal selles valdkonnas tarbijate jaoks erilise koha maine. Tuleviku osas leidis kohus, et kuigi on võimalik, et tulevikus võib tekstiilitööstus laieneda, ei ole mingeid märke selle kohta, et ta areneb kiiremini kui muud majandusvaldkonnad ning viib selleni, et tulevikus hakkab tarbija Port Louisi seostama tekstiilikaupadega. Seega on Port Louis tekstiilitoodete suhtes registreeritav. Otsuses kohtuasjas T-225/08 leidis kohus, et Euroopa tarbijad ei seosta ALASKA't mineraalvee ega muude alkoholivabade jookide tootmisega ja pole mõistlik eeldada, et selline seos võiks tekkida tulevikus. Seega leidis kohus, et ALASKA on klassis 32 registreeritav hoolimata sellest, et olid olemas teatavad andmed vee tootmisest Alaskal ning vee ja muude alkoholivabade jookide tootmine on seal võimalik. Otsuses kohtuasjas T-337/09 leidis kohus, et kaubamärk PASSIONATELY SWISS ei ole registreeritav, sest Šveitsi teenustel on hea maine ning element SWISS ei ole tajutav mitte lihtsalt kui päritolunimi vaid kui kvaliteedi tagatis.

Seega on kõigis Üldkohtu otsustes lähtutud C-108/97-C-109/97 p 26 kriteeriumist - kas geograafiline nimetus on oma olemuselt selline, et ta võib mõjutada tarbijate eelistusi. Avalik huvi, millest lähtuvalt

kaubamärgi registreerimisest tuleb keelduda, esineb vaid nende geograafiliste nimetuste puhul, mis tarbija jaoks kajastavad kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ning mõjutavad erineval moel tarbijate eelistusi.

Ka Eesti kohtud on oma otsustes lähtunud samast kriteeriumist. Näiteks, Harju Maakohus analüüsis oma 28.01.2008 otsuses tsiviilasjas 2-06-4235 *Silesia Gerhard Hanke GmbH & CO KG avaldus kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude puudumise tuvastamiseks* kaubamärgi "SILESIA" registreeritavust järgnevalt: „40. Kohus nõustub puudutatud isikuga selles, et Sileesia kui geograafiline piirkond ei ole Eestis tundmatu, kuid Eesti Entsüklopeedia 8. köitele toetudes on ka Patendiamet leidnud, et Sileesia on eelkõige tuntud kui tööstuspiirkond seoses mäetööstuse, metallurgia, keemia-, tekstiili-, masina-, klaasi- ja portselanitööstusega (tl 22). Puudub mõistlik alus eeldada, et Sileesia on asjakohaste tarbijate hulgas lisaks tuntud kui toiduvärvide, toiduessentside vms kaupade tootmise või maitsetaimede kasvatamise piirkond. Puudutatud isik on keskendunud oma otsuses peamiselt sõna Sileesia semantikale. Andmed puuduvad aga selle kohta, et kõne all oleval kaubal oleks mingi oluline omadus, mida saaks seostada just Sileesia kui geograafilise piirkonnaga (Euroopa Kohtu lahend C-383/99 P, p 39; Euroopa Esimese Astme Kohtu lahend T-334/03, p 24 ja 35). Avaldaja väitel toodetakse toiduvärve jms kaupa paljudes erinevates geograafilistes piirkondades ja seda väidet ei ole puudutatud isik kahtluse alla seadnud. Seetõttu ei pea kohus usutavaks, et Eesti toiduainetööstusega seotud ja seda valdkonda tundvad isikud kasutavad kaupu, mille puhul avaldaja soovis kaubamärgi „SILESIA" registreerimist, üksnes või peamiselt seetõttu, et seostavad nimetatud kaupade olulisi omadusi (nt kvaliteet, maitse) Sileesia kui geograafilise piirkonnaga. Seega ei saa kõnealuse kauba omaduseks pidada üksnes tema geograafilist päritolu.

41. Eelöeldust tulenevalt kohus loeb tuvastatuks, et sõnamärgi „SILESIA" puhul puuduvad KaMS § 9 lg 1 p 3 nimetatud kaubamärgina registreerimist välistavad asjaolud."

Patendiamet on vastuseks taotleja argumentidele analüüsinud kaubamärki lähtuvalt asjaomase avalikkuse tajust ja kaupadest (otsuse punkt 2.4) ja leidnud, et Eesti kohanimi toidukaubal seostub kodumaise päritoluga ning võib mõjutada tarbija ostueelistusi. Patendiamet toetub seejuures kahele asjaolule:

- Vergi seostub tarbijale kohanimega, mida kinnitab muu hulgas asjaolu, et Vergis korraldatakse erinevaid üleriigilisi kultuuriüritusi;
- Lääne-Viru maakonnas, kus asub Vergi küla, on mõnedes kohtades (Moe, Võhu, Unukse) toodetud ja toodetakse praegu alkoholi.

Patendiameti järeldus, et nendest asjaoludest tulenevalt võib kohanimi Vergi mõjutada tarbijate eelistusi on väär ja Patendiamet ei ole ka tõendanud, et Vergi üldse on tarbijatele teada kui Lääne-Viru maakonnas asuva kohanimi. Vergi on väike rannaküla, kus 01.01.2011 elas Vihula valla kodulehekülje andmetel 93 inimest. Külas puuduvad üleriigilist tähelepanu äratavad ettevõtted, turismiobjektid või üritused. Tuntuim ettevõtte on Vergi jahisadam, mis on suunatud eeskätt turistidele. Tegemist on ühega paljudest Eesti põhjarannikul asuvatest külakestest. Sellest võib järeldada, et kohanime Vergi olemuslik tunnus on vähene. Nagu ilmneb menetluse käigus esitatud tõenditest, on Patendiameti "üleriigiliste kultuuriürituste" näol on tegemist kohaliku sadamakõrtsi ühe aasta suvise nädalalõpuprogrammiga. Pole mingit alust arvata, et need üritused omaksid üleriigilist tuntuust ja külastatavust nii suures ulatuses, et Eesti elanikkond (taotletud kaupade sihtgrupp) oleks tänu sellele Vergist kui kohast teadlik. Vergis ei toodeta alkoholiseid jooke. Kuigi Lääne-Viru maakonnas neid toodetakse, ei ole Patendiamet tõendanud tarbijate teadmist, et Vergi asub Lääne-Viru maakonnas ning seda, et kauba Lääne-Viru maakonnast pärinemine mõjutaks alkoholsete ja alkoholivabade jookide tarbijate eelistusi. Eesti tarbija ei eelista Lääne-Viru maakonnas toodetud jooke nende geograafilise päritolu pärast, nagu Peipsi ääres kasvatatud sibulat ja kurke või Saaremaa kadakast tooteid.

Ainuüksi teoreetiline võimalus kusagil midagi toota ei ole mõistlikuks eelduseks, et see koht muutubki tulevikus tuntuks selle kauba päritolukohana ning hakkab mõjutama tarbijate eelistusi. Teoreetiliselt on jooke võimalik toota kõikjal ning seega tekiks absurdne eeldus, et absoluutselt kõik kohanimed võivad hakata tarbijate eelistusi mõjutama ja siis poleks ju mingit vajadust selle võimalikkuse hindamiseks. Põhjalikult on Üldkohus asjaolu, kas on mõistlik eeldada, et geograafiline nimetus võib tulevikus tarbijate eelistusi mõjutama hakata, analüüsinud otsuses kohtuasjas T-230/06 PORT LOUIS. Port Louisis toodetakse tekstiilkaupu, kuid tal puudub selles valdkonnas tarbijate jaoks erilise koha maine. Tuleviku osas leidis kohus, et teoreetiline arutus selle kohta, et tekstiilitööstus võib areneda ja maine võib tekkida, ei ole piisav, sest ei ole mingeid märke selle kohta, et tekstiilitööstus areneks Port Louisis kiiremini kui muud majandusvaldkonnad ning viiks tulevikus selleni, et tarbija hakkaks Port Louisi seostama tekstiilikaupadega. Tuginedes eespool toodule järeldas kohus, et Port Louis on tekstiilitoodete suhtes registreeritav. Täpselt sama kehtib ka VERGI ja jookide tootmise kohta, selle erinevusega, et Vergis jooke ei toodetagi.

Patendiamet on oma otsuses korduvalt märkinud, et igale ettevõtjale peab jääma võimalus viidata tema poolt pakutava kauba geograafilisele päritolule ning KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamise aluseks olevaks avalikuks huviks on teiste ettevõtjate huvi vabalt kasutada geograafilist päritolu näitavaid tähiseid. Taotleja leiab, et selle eesmärgi tagamiseks ei ole sobiv ja proportsionaalne abinõu kõikide Eesti kohanimedega kaubamärgina registreerimisest keeldumine jookide tähistamise osas, nagu võib aru saada Patendiameti otsuse argumentatsioonist. Euroopa Kohus on seda küsimust kaalunud otsuses C-108/97-C-109/97 Chiemsee ja leidnud, et kolmandate isikute õigus näidata oma kaupade ja teenuste geograafilist päritolu ei ole vastuolus ega piira geograafiliste nimetuste registreerimist kaubamärgina. Kohtu tõlgenduse kohaselt ei tähenda igaühe õigus näidata oma kaupade ja teenuste geograafilist päritolu õigust kasutada geograafilist nimetust kaubamärgina. Kolmandatel isikutel on vaid õigus kasutada geograafilisi nimetusi kirjeldavas funktsioonis ja sedagi kooskõlas heade äritavadega. Kohtu tõlgendusest on ilmne, et ei saa eksisteerida mingit üldist ettevõtjate avalikku huvi kõikvõimalike geograafiliste tähiste (sealhulgas nii Eesti kui mitte-Eesti omade) registreerimisest keeldumiseks, sest kohanime kaubamärgina registreerimine ei takista selle kasutamist kirjeldaval eesmärgil. Geograafilise nimetuse registreerimine kaubamärgina ei piira kolmandate isikute õigust kasutada seda oma kauba geograafilise päritolu kirjeldamiseks ja ei saa seega ka olla selliseks avalikuks huviks, millest johtuvalt saaks keelduda kaubamärki registreerimast. Avalik huvi, millest lähtuvalt kaubamärgi registreerimisest tuleb keelduda, esineb vaid nende geograafiliste nimetuste puhul, mis tarbija jaoks kajastavad kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ning mõjutavad erineval moel tarbijate eelistusi.

Patendiameti tõlgendus, et absoluutselt iga Eesti kohanimi seostub kodumaise päritoluga ja võib mõjutada tarbija ostueelistusi väljub Euroopa Kohtu seatud kriteeriumite piiridest. Kohanime kaubamärgina registreeritavust hinnates tuleb analüüsida, kuidas konkreetse koha nimi kajastab tarbija jaoks taotletud kaupade ja teenuste kvaliteeti ja mõjutab ostueelistusi. Taotleja on Eesti äriühing, tema kaup on pärit Eestist ja seega ei anna Eesti kohanime kasutamine talle teiste Eesti toidukaubatootjate ees mingit põhjendamatut eelist. Patendiameti tõlgendus, et kõik Eesti kohanimed peavad olema vabad kasutamiseks kõigile ettevõtjatele on põhjendamatult ja viib süsteemi kuritarvitamisele. Näiteks, 20 aastat Otepääl tegutsenud Otepää Lihatööstusel ei ole võimalik takistada Otepää nime ärakasutamist Saaremaa äriühingul, kellel pole Otepäaga mingit seost. Kui Patendiamet tõlgendaks seadust Euroopa Kohtu kriteeriumitele vastavalt, saaks Otepää Lihatööstus registreerida kaubamärgi Otepää ja takistada neid isikuid, kes seda nimetust õigustamatult kasutavad. Samas jääks kõigile õigustatud isikutele alles õigus kasutada nimetust Otepää kirjeldavas funktsioonis. Sellest järeldub selgelt, et üleüldine geograafiliste nimede registreerimise keeld ei taga õiglust nagu väidab Patendiamet.

Kaubamärgil "VERGI" puudub otsuses C-108/97 ja C-109/97 p 26 nõutud võime kajastada asjaomaste kaupade võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ja võime mõjutada mingil moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga. Järelikult puudub ka

geograafiliste nimede registreerimise keelu aluseks olev avalik huvi. Patendiameti teistsugune lähenemisviis on selgelt vastuolus Euroopa Kohtu tõlgendusega ja lähtuvalt asjaolust, et tegemist on direktiivist ülevõetud seadusesättega, ebaseaduslik.

Taotleja leiab Patendiameti KaMS §9 lg 2 ebaõige kohaldamisega järgmist.

Taotleja palus Patendiametil alternatiivselt kohaldada KaMS § 9 lõiget 2. Taotleja leidis, et kaubamärk on taotluse esitamise kuupäevaks eristusvõime omandanud ka kasutamise tulemusena ja esitas selle kohta 2.07.2012 järgmised põhjendused ja tõendid:

Taotleja on kaubamärki "VERGI" erinevate jookide tähistamiseks kasutanud alates aastast 2003. "VERGI" viina toodetakse kahes kanguses (40% ja 80%) ning 50 cl klaaspudelil ning 50cl lapikpudelil. "VERGI viina" näol on tegemist ühe Eesti populaarsema viinaga, mille läbimüük on aasta-aastalt hüppeliselt kasvanud. Aastal 2006 oli läbimüük 61672 liitrit, 2007 - 58416,5 liitrit, 2008 - 166589 liitrit, 2009 - 288700,5 liitrit ja 2010 - 490458,5 liitrit (tabel lisa 16). Eesti viinaturu maht oli aastal 2010 11,1 miljonit liitrit ja viina sortiment Eesti kauplustes oli 60 nimetust, sh kodumaiseid 31 nimetust (lisa 17, lk 34, lk 16). Seega arvutuslik keskmine müük oli 2010. aastal 185 000 liitrit nimetuse kohta, kuid "VERGI viina" müük oli sellest 2,6 korda suurem. Juhtiva alkoholituru uuringutega tegeleva Londoni ettevõtte IWSR andmetel (lisa 18) oli Eesti kangete alkoholide turul 2007. aastal seitse esimest toodet: "Laua viin", "Saaremaa viin", "Viru Valge", "Remedia viin", "Aramis brändi", "Vana Tallinn" ja "Liivi Heliisi viin".

2007. aasta edetabelis oleks "VERGI viin" 2010. aasta müügitulemusega (54,50 teisendatuna IWSR tabelis kasutatud mõõtühikusse 1000 9-liitrist kasti) saavutanud kõrge kaheksanda koha. Kahjuks puudub taotlejal IWSR statistika 2010. aasta kohta, kuid arvestades, et aastaks 2010 oli kange alkoholi müügimaht Eestis võrreldes 2007. aastaga langenud 23,9 miljonilt liitrit 17,0 liitrini (ca 30%), oli VERGI koht tegelikult tõenäoliselt veelgi kõrgem. VERGI kaubamärgi ärilist edukust ja seega ka omandatud tuntust tarbijate hulgas näitab ka see, et kui kange alkoholi müügimaht Eestis langes perioodil 2007 - 2010 30%, siis "VERGI viina" müük tõusis samal perioodil 840% (58416,5 liitrit 490458,5 liitrile). Täiendavalt selgitas taotleja 9.01.2013 Patendiametile, et kaubamärgi omandatud eristusvõime tekib kasutamise käigus ja ei olene sellest, kas kaubamärki on jätkuvalt kasutanud sama isik või on omanikeringis toimunud muudatusi. Vergi sadam ja taotleja on seotud ettevõtted. Ühest küljest väidab Patendiamet, et puuduvad võrdlevad müügiandmed, teisest küljest aga, et esitatud müügi mahtu ja turuosasid peegeldavad andmed on asjassepuutumatud. Taotleja hinnangul kajastavad kõrge müügi maht ja kõrge koht võrdluses konkureerivate toodetega kaubamärgi tuntust ja eristusvõimet tarbijate hulgas.

Patendiamet on jätnud taotleja argumendid ja tõendid sisuliselt läbi vaatamata, piirdudes nii oma 27.12.2012 teates kui ka otsuses paljasõnalise deklareerimisega, et need on asjassepuutumatud, põhinevad oletustel ja ei kajasta kaubamärgi tuntust ega eristusvõimet. Selle asemel, et analüüsida otsuses taotleja esitatut väidab Patendiamet, et taotleja oleks pidanud esitama tõendeid muude asjaolude kohta. Õigusaktidega ei ole määratletud, milliste tõenditega peab põhistama omandatud eristusvõime olemasolu. Eristusvõime omandamise tingimuseks on, et tarbijad identifitseerivad tänu kaubamärgile asjaomased kaubad või teenused kindlalt ettevõtjalt pärinevatena. Selleks ei pea kaubamärk omama domineerivat turuosa või olema müügil paljudes kauplustes. Arvestades, et taotleja poolt esitatud materjalidega tõendanud kaubamärgi "VERGI" pikaajalist turulolekut (alates aastast 2003), mitmekülgset tootevalikut, kõrget kohta müügitabelites, läbimüügi kiiret kasvu ning asjaolu, et vastavas turusegmendis pakutavate toodete sortiment on suur, siis järeldub sellest, et tarbijad identifitseerivad tänu kaubamärgile asjaomased kaubad kindlalt ettevõtjalt pärinevatena.

Patendiamet ajab otsuses segamini tähise kasutamise kaubamärgi rollis ning kirjeldavas rollis. Kui kaubamärk antakse üle ühelt äriühingult teisele (mitte eri äriühingud ei kasuta seda iseseisvalt ja

eraldi), on tegemist õigusjärglusega. Kaubamärk on jätkuvalt kindla äriühingu kontrolli all ja koos kaubamärgiga lähevad üle ka kõik sellega seotud õigused ja huvid, sh õigus kasutamise käigus omandatud eristusvõimele ja üldtuntusele. Taotleja on Patendiametile selgitanud, et Vergi sadam ja taotleja on seotud ettevõtte.

Patendiamet on eksinud leides, et kombineeritud kaubamärgi kasutamisest ei tulene selle sõnalise osa eristusvõimet ning see ei näita kuidas tarbija tajub märgi sõnalist osa. Antud juhul on sõna "VERGI" esitatud tõendites sisalduva kaubamärgi domineerivaks eristavaks elemendiks. On selge, et valdav osa sõnalisi kaubamärke kasutatakse kaupade pakenditel ja etikettidel mingis kujunduses või kujunduse taustal. Patendiameti tõlgenduse järgi oleks sõnalistel kaubamärkidel seega võimatu omandada kasutamise käigus eristusvõimet. Euroopa Kohtu 07. 07.2005 otsuses kohtuasjas C 353/03 Nestle punktides 30 ja 32 on seda küsimust käsitletud ja asunud seisukohale, et kaubamärk saab omandada eristusvõime selle kasutamise tagajärjel teise kaubamärgi koostisosana või sellega kombinatsioonis. Seega on Patendiamet järjekordselt eiranud Euroopa Kohtu seatud kriteeriume ja asunud väärrele seisukohale.

Taotleja palub lähtuvalt eespool toodust ja juhindudes kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p 3, § 9 lg 2 ning § 41 lg 1 ja 3, tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi "VERGI" klassis 32 ja 33 Aldar Eesti OÜ nimele registreerimisest keeldumise kohta ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust.

Kaebusele on lisatud Patendiameti 02.05.2013 otsus 7/M201001056 sõnalise tähise "VERGI" kaubamärgina registreerimisest keeldumise otsus; Aldar Eesti OÜ volikirj; registreerimistaotluse M201001056 väljatrükk Patendiameti andmebaasist; Patendiameti 10.01.2012 teade registreerimistaotluse M201001056 puuduste kõrvaldamise teade ja selgituste andmise teade; taotleja 18.01.2012 vastus Patendiameti teatele; Patendiameti 16.02.2012 teade registreerimistaotluse M201001056 puuduste kõrvaldamise teade ja ja selgituste andmise teade; taotleja 12.03.2013 märgukiri; taotleja 02.07.2012 vastus (ilma lisadeta); taotleja 10.10.2012 vastus Patendiameti 03.05.2012 teatele (kaubamärgi "Silesia" väljavõte); Patendiameti 27.12.2012 teade registreerimistaotluse puuduste kõrvaldamise ja selgituste andmise teade; taotleja 09.01.2013 vastus Patendiameti 27.12.2012 teatele; väljavõte 29.08.2012 artiklist "Saaremaa lihatootjad kaaperdasid Otepää nime"; "VERGI" viina fotod; "VERGI" muude toodete fotod; VERGI viina müügiandmed; "Alkoholi turg, tarbimine ja kahjud Eestis"- Aastaraamat 2011, lk 34,16; IWSR Eesti müügiandmete tabel 2007.

Patendiameti 18.09.2013 seisukohad kaebuse kohta

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

Patendiamet on kaubamärgi registreerimisest keeldunud alljärgnevatel põhjustel.

1. Vastavalt kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p3 ei saa õiguskaitset 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.

Euroopa Kohus on otsuses C-191/01P andnud määruse nr 40/94 [kehtiv määrus nr 207/2009, edaspidi määrus] artikkel 7 lõike 1 punktis c üldise tõlgenduse, mille kohaselt peavad kaupade ja teenuste iseloomu näitavad tähised olema vabalt kasutatavad kõigi poolt. Keeldudes artikli 7 lõike I punkt c mõttes registreerimast kirjeldava iseloomuga kaubamärke püüeldakse eesmärgi poole, milleks on avalik huvi, kuna seeläbi hoitakse ära sellise tähise reserveerimine ühele ettevõttele üksikult. Seejuures

ei pea antud konkreetne kirjeldava iseloomuga tähis kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise hetkel olema tegelikult kasutusel kaupade või teenuste kirjeldamiseks. Piisab, nagu määruse sõnastus ise ütleb, et selline tähis võib olla kasutusel sellistel eesmärkidel.

Kaubamärgi kirjeldavuse hindamine peab vastavalt väljakujunenud kohtupraktikale lähtuma sellest, kuidas asjaomane avalikkus seda tajub ning teiseks seoses asjassepuutuvate kaupade ja teenustega. Arvestades neid asjaolusid peab Patendiamet kindlaks tegema, kas kaubamärk, mida registreerida soovitakse, kujutab endast käesoleval ajahetkel sihtgrupi jaoks asjaomaste kaupade või teenuste iseloomulike tunnusjoonte kirjeldust või on mõistlik eeldada, et see võib nii olla tulevikus.

Patendiamet on oma registreerimisest keeldumise otsuses selgitanud, et sõna „VERGI“ ei ole tajutav tarbijate poolt teisiti kui loetelus toodud kaupade geograafilist päritolu kirjeldava tähisena.

Registreerimiseks esitatud sõnamärk „VERGI“ on küla nimi ja sadam Vihula vallas Lääne-Viru maakonnas. Patendiamet on ekspertiisis tuvastatud, et vastav sõnaline tähis on vähemalt Eesti tarbijale mõistetav ja tuntud geograafilist päritolu näitava tähisena. Käesoleval juhul soovitakse tähistada sõnaga Vergi klassides 32 ja 33 loetletud tooteid, milleks on alkohol ja alkoholivabad joogid. Eesti tarbijale on teada, et Lääne-Viru maakonnas, kus asub ka Vergi küla, on toodetud ja toodetakse tänapäeval alkoholi ja alkoholivabu jooke (kaubamärgi loetelus esitatud kaubad), sh ka väiksemates asulates, nt Võhu külas (AS Võhu Vein), Unukse külas (AS Nigula Õlu). Patendiamet on oma registreerimisest keeldumise otsuses rõhutanud, et loetelus toodud kaupade puhul on kauba päritolu tarbija jaoks oluline, kuna kodumaisesse toidukaupa suhtutakse usaldusväärsemalt ja seda peetakse kvaliteetsemaks, tervislikumaks jne. Seega kohanimi Vergi kaubal seostub otseselt kodumaise päritoluga ja võib mõjutada tarbija ostueelistusi. Ülaltoodud asjaoludest tulenevalt leidis Patendiamet oma registreerimisest keeldumise otsuses õiguspäraselt, et sõnaline tähis „VERGI“ võimaldab sihtgrupil otsekohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on kõnealuste kaupade või teenuste geograafilist päritolu kirjeldava tähisega.

Ka on komisjon varasemas otsuses nr 951-o leidnud, et kaubamärgi „VERGI+kuju“ sõnalise osa näol on tegemist geograafilise koha nimetusega ning nähes alkoholitoodetel sõna „Vergi“, võib tarbija arvata, et tegemist on sellest kohast pärit alkoholiloodetega või, et tooted on muul moel Vergi külaga seotud. Seda iseäranis arvestades, ei Lääne-Virumaal tegeletakse ka tänapäeval aktiivselt piiritusetootmisega.

Seega osutub registreerimiseks esitatud sõna „VERGI“ üksnes loetelus toodud kaupade geograafilist päritolu näitavaks tähiseks. Kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 punkt 3 välistab üheselt õiguskaitse andmise sellistele tähistele, mis osutuvad üksnes loetelus toodud kaupade geograafilist päritolu kirjeldavaks ja seetõttu ei ole Patendiametil võimalik registreerimiseks esitatud tähisele õiguskaitset anda.

Ülaltoodust lähtudes jääb Patendiamet seisukohale, et sõnaline tähis „VERGI“ ei ole KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaselt registreeritav.

2. Kaebaja ei nõustunud Patendiameti seisukohtadega ning esitas kaubamärgi registreerimisest keeldumisele järgmised vastuväited:

2.1. Kaebaja on seisukohal, et Patendiamet ei ole tõendanud, et Vergi kui koht on üldse tarbijatele teada kui Lääne-Viru maakonnas asuva koha nimi. Kaebaja väidab, et kohanime Vergi olemuslik tunnus on vähene, sest pole alust arvata, et Vergis toimuvad üritused omaksid üleriigilist tuntuust ja külastatavust nii suures ulatuses, et Eesti elanikkond oleks tänu sellele Vergist kui kohast teadlik. Lisaks leiab kaebaja, et Eesti tarbija ei eelista Lääne-Viru maakonnas toodetud jooke nende geograafilise päritolu pärast, nagu Peipsi ääres kasvatatud sibulat ja kurke või Saaremaa kadakast tooteid.

Patendiamet on kaebajale esitanud tõendid, mis kinnitavad, et tähis „VERGI” seostub Eesti tarbijale konkreetse geograafilist päritolu näitava kohanimega. Seda fakti kinnitab muu hulgas asjaolu, et Vergis korraldatakse erinevaid üleriigilisi kultuuriüritusi ja kontserte. Järelikult ei ole põhjendatud kaebaja seisukoht, et Vergi on tarbijatele tundmatu küla.

Patendiamet on ka oma 03.05.2013 teates kaebaja tähelepanu juhtinud sellele, et komisjon on oma varasemas otsuses nr 951-o leidnud, et Vergi puhul on tegemist Eestis tuntud kohanimega. Ajalooliselt seonduvad Põhja-Eesti kalurikülad ja väikesadamad, sh Vergi piirituse veoga. Lisaks tuleb silmas pidada, et Lääne-Virumaal tegeletakse ka tänapäeval aktiivselt piirituse tootmisega ning vastavad tehased võivad paikneda ka väiksemates asulates (nt Moe Piiritustehas). Seetõttu nähes alkoholitoodetel sõna „VERGI”, võib tarbija arvata, et tegemist on sellest kohast pärit alkoholitoodetega või, et tooted on muul moel Vergi külaga seotud. Patendiamet rõhutab, et kaupade geograafilist päritolu näitavate tähiste kasutamise ainuõigust ei saa anda ühele ettevõtjale, selliste tähiste kasutamise võimalus peab olema kõigil. Kaebaja ei ole Patendiametile esitanud sisulisi argumente oma väite kohta, mis kinnitaks, et tarbija ei tea Lääne-Viru maakonnas asuvat küla Vergi.

Samuti leiab Patendiamet, et kaebaja väide, nagu ei eelistaks Eesti tarbija loetelus nimetatud tooteid nende geograafilise päritolu pärast, ei tugine ühelegi tõendile või argumendile ning seega pole vastav väide põhjendatud. Selline seisukoht ignoreerib Patendiameti poolt menetluse käigus esitatud materjale ega arvesta reaalse turusituatsiooniga ning tarbijate väljakujunenud eelistustega.

Patendiamet ei nõustu kaebaja seisukohaga, et geograafilist päritolu näitavaks osutuvad üksnes sellised nimetused nagu Peipsi ja Saaremaa. Patendiamet leiab, et ka teised Eesti kohanimed, mis ei ole tuntud konkreetse kauba päritolu kohana on siiski võimelised tarbija jaoks otseselt kirjeldama kaupade ja teenuste päritolu. Kaebaja loogikat järgides tuleks kaubamärgina registreerida muu hulgas ka sellised geograafilist päritolu kirjeldavad nimed nagu Tallinn, Tartu jne. Patendiamet leiab, et see on vastuolus nii kaubamärgiseaduse kui ka Euroopa Kohtu praktikaga, kuna selline registreerimise praktika piiraks alusetult teiste ettevõtjate õigust kasutada vabalt geograafilisi päritolu kirjeldavaid tähiseid.

2.2 Kaebaja leiab, et KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamise aluseks oleva avaliku huvi tagamiseks ei ole sobiv ja proportsionaalne abinõu kõikide Eesti kohanimede kaubamärgina registreerimisest keeldumine jookide tähistamise osas. Lisaks leiab kaebaja, et Patendiameti tõlgendus, et absoluutselt iga Eesti kohanimi seostub kodumaise päritoluga ja võib mõjutada tarbija ostueelistusi, väljub Euroopa Kohtu seatud kriteeriumite piiridest. Kaebaja on seisukohal, et kuna taotleja puhul on tegemist Eesti äriühinguga, kelle kaup on pärit Eestist, ei anna Eesti kohanime kasutamine talle teiste Eesti toidukaubatootjate ees mingit põhjendamatu eelist.

Kaebaja väite näol, et Patendiamet keeldub absoluutselt iga Eesti kohanime kaubamärgina registreerimisest, on tegemist lihtsustatud üldistusega. Patendiamet nõustub kaebajaga, et KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamise aluseks oleva avaliku huvi tagamiseks ei ole sobiv ja proportsionaalne abinõu kõikide Eesti kohanimede kaubamärgina registreerimisest keeldumine jookide tähistamise osas.

Patendiamet selgitab, et ta keeldub konkreetset kaubamärki registreerimast ilma, et ei oleks eelnevalt analüüsinud kõiki konkreetse kaubamärgiga seonduvaid asjakohaseid fakte ja asjaolusid. Õiguskaitsset välistavate asjaolude analüüsimisel on Patendiamet lähtunud Euroopa Kohtu otsusest, milles kohus on sedastanud, et registreerimisest keeldumise hindamisel tuleb kaaluda, kas tarbija on võimeline tajuma registreerimiseks esitatud tähist geograafilisele päritolule viitavana ning kas tarbija jaoks on geograafiline nimi võimeline näitama kaubakategooria geograafilist päritolu. Nimetatud kohtuotsusest lähtuvalt on Patendiamet jõudnud järeldusele, et sõna „VERGI” on võimeline tarbijate jaoks loetelus toodud kaupade geograafilist päritolu kirjeldama.

Komisjon oma varasemas otsuses nr 951-o nii nagu Patendiamet oma registreerimisest keeldumise otsuses on rõhutanud, et Vergi puhul on tegemist Lääne-Virumaal asuva tuntud külaga ning Lääne-Virumaal tegeletakse tänapäeval aktiivselt piiritusetootmisega. Seetõttu nähes alkoholitoodetel sõna „VERGI“ võib tarbija arvata, et tegemist on sellest kohast pärit alkoholitoodetega või, et tooted on muul moel Vergi külaga seotud. Järelikult on KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamine konkreetse kaubamärgi „VERGI“ puhul õigustatud.

Patendiamet ei nõustu kaebaja väitega, et kuna kaubamärgi taotleja puhul on tegemist Eesti äriühinguga, kelle kaup on pärit Eestist, ei anna Eesti kohanime kasutamine talle teiste Eesti toidukaubatootjate ees mingit põhjendamatut eelist. Patendiamet on ka oma registreerimisest keeldumise otsuses selgitanud, et kuna tarbija seostab sõna „Vergi“ loetus loodud kaupadel Vergi külaga ning geograafilisele päritolule viitamine vastava tootegrupi puhul mõjutab tarbija ostueelistusi, on ka teistel ettevõtjatel põhjendatud huvi kõnealust kohanime taotluses nimetatud kaupade päritolu kirjeldava tähisena kasutada.

2.3 Kaebaja leiab, et Patendiameti seadusetõlgendus ei vasta Euroopa Kohtu geograafiliste nimede kaubamärgina registreeritavuse tõlgendusele, Euroopa Üldkohtu ning Eesti kohtute lahenditele. Lisaks toob kaebaja välja, et geograafiliste nimede registreerimise keelu ulatust on Euroopa Kohus analüüsinud lahendis C-108/97-C-109/97 Chiemsee 04.05.1999 ja Üldkohus lahendites T-295/01 OLDENBURGER 15.10.2003, T-379/03 Cloppenburg 25.10.2005, T-230/06 PORT LOUIS 15.10.2008, T-225/G8 ALASKA 08.07.2009, T-337/09 PASSIONATELY SW1SS 15.12.2011 ning Harju Maakohus lahendis 2-06-4235 SILESJA 28.01.2008. Kaebaja väidab, et avalik huvi, millest lähtuvalt kaubamärgi registreerimisest tuleb keelduda, esineb vaid nende geograafiliste nimetuste puhul, mis tarbija jaoks kajastavad kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ning mõjutavad erineval moel tarbijate eelistusi.

Patendiamet on seisukohal, et kaebaja viited erinevatele kohtulahenditele on üldsõnalised ning ei põhjenda seda, miks kaebaja arvates ei vasta Patendiameti seadusetõlgendus Euroopa Kohtu geograafiliste nimede kaubamärgina registreeritavuse tõlgendusele, Euroopa Üldkohtu ning Eesti kohtute lahenditele. Patendiamet on ka oma 05.05.2012 teates kaebajale selgitanud, et Patendiamet juhindub ekspertiisi tehes kõigist asjakohastest otsustest ja ka kaubamärgi „VERGI“ menetluses lähtus sellest, et üldtunnustatud kohtupraktika kohaselt tuleb kaubamärgi õiguskaitset välistavaid asjaolusid tõlgendada lähtuvalt nende aluseks olevast avalikust huvist. Samuti leiab Patendiamet, et kaebaja poolt esitatud kohtulahenditest ei tulene järeldust, et geograafilist päritolu kirjeldavad vaid need kohanimed, mis seostuvad kaupade ja teenuste kvaliteediga.

Patendiamet on ka oma varasemates teadetes ning otsuses analüüsinud kaebaja poolt esitatud kohtulahendeid. Nimelt on Patendiamet oma registreerimisest keeldumise otsuses selgitanud, et otsuses T-230/05 Port Louis ei ole kohus andnud täiendavaid direktiivi tõlgendusi, vaid faktilisi asjaolusid analüüsid võtnud vastu otsuse konkreetse kaubamärgi registreeritavuse suhtes. Selline konkreetset kaubamärki käsitlev otsus, mis lähtub vastava juhtumiga seotud asjaoludest ning mis ei sisalda õigust tõlgendavaid seisukohti, ei saa olla siduv registreerimiseks esitatud kaubamärgi õiguskaitse hindamisel. Vastavat kohtuotsust ei saa seostada käesoleva vaidlusega ega vaidluses esinevate asjaoludega. Sama võib öelda ka näiteks otsuste T-295/01 OLDENBURGER, T-225/08 ALASKA ja T-337/09 PASSIONATELY SW1SS ning Harju Maakohtu lahendi 2-06-4235 SILESIA kohta.

Patendiamet on oma 27.12.2012 teates kaebajale selgitanud, et Euroopa Kohus on kohtuasjas nr C-108/97-C-I 09/97 p 26 üksnes sedastanud, et avalik huvi geograafilist päritolu näitavate tähistega vabalt kasutamise võimaluse säilitamiseks tuleneb muu hulgas ning eriti sellest, et päritolu näitav tähis võib kajastada kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi ning mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi. Viidatud otsus ei sisalda seisukohta, et geograafilist päritolu näitava tähise kaubamärgina registreerimisest keeldumise aluseks olev avalik huvi esineks üksnes nende

geograafiliste nimetuste puhul, mis tarbija jaoks kajastavad kaupade ja teenuste võimalikku kvaliteeti. Kohus sedastab oma otsuses, et registreerimisest keeldumise hindamisel tuleb kaaluda, kas tarbija on võimeline tajuma registreerimiseks esitatud tähist geograafilisele päritolule viitavana ning kas tarbija jaoks on geograafiline nimi võimeline näitama kaubakategooria geograafilist päritolu. Vastavaid asjaolusid on Patendiamet ekspertiisi käigus kaalunud.

2.4 Kaebaja ei nõustu Patendiameti järeldusega, et kohanimi Vergi võib mõjutada tarbijate eelistusi, tulenevalt sellest, et tähis „VERGI” seostub tarbijale kohanimega ning Lääne-Viru maakonnas on mõnedes kohtades (Moe, Võhu, Unukse) toodetud ja toodetakse praegu alkoholi.

Patendiamet ei nõustu kaebaja väitega. Patendiamet viitab siinkohal Euroopa Kohtu otsusele T-379/03 Cloppenburg, millele ka kaebaja ise on oma kaebuses tuginenud. Kohus tõdeb, et selleks, et kontrollida, kas kõnealused registreerimisest keeldumise põhjused on täidetud, tuleb arvesse võtta ka seda, mil määral võiks asjaomaste kaupade või teenuste geograafiline päritolu huvigrupi silmis olla oluline asjassepuutuvate kaupade või teenuste kvaliteedi või muude omaduste hindamisel. Kaubamärki taotletakse toodete tähistamiseks klassides 32 ja 33. Patendiamet on ka oma registreerimisest keeldumise otsuses rõhutanud, et toidukaupade ja jookide puhul on kauba Eesti päritolu tarbija jaoks oluline, kuna kodumaisesse toidukaupa ja jookidesse suhtutakse usaldusväärsemalt ja seda peetakse kvaliteetsemaks, tervislikumaks jne. Eesti kohanimi kaubal seostub kodumaise päritoluga ja võib mõjutada tarbija ostueelistusi.

Vastavalt Euroopa Kohtu otsuses C-342/97 esitatule tuleb lähtuda kaubamärgi registreerimisel taotletavate kaupade mõistlikult hästi informeeritud, tähelepanelikust ja hoolsast tarbijast. Kohus rõhutab ka seda, et toidukaupade puhul on tarbijale oluline kauba päritolu ja tarbija on harjunud etiketil vastavasisulist infot nägema ning selle põhjal järeldusi tegema. Seda ka antud juhul, mil toode on tähistatud nimetusega „VERGI”, mis on küla Lääne-Virumaal. Tarbija eeldab, et tegemist on Vergist pärit tootega.

2.5 Kaebaja on seisukohal, et ainuüksi teoreetiline võimalus kusagil midagi toota ei ole mõistlikuks eelduseks, et see koht muutubki tulevikus tuntuks selle kauba päritolukohana ning hakkab mõjutama tarbijate eelistusi. Kaebaja leiab, et „VERGI” ja jookide tootmise kohta kehtib ka kohtuasjas T-230/06 PORT LOUIS kohtu poolt välja toodud väide, et teoreetiline arutus selle kohta, et tekstiilitööstus võib areneda ja maine võib tekkida, ei ole piisav, sest ei ole mingeid märke selle kohta, et tekstiilitööstus areneks Port Louisis kiiremini kui muud majandusvaldkonnad ning viiks tulevikus selleni, et tarbija hakkaks Port Louisi seostama tekstiilikaupadega.

Patendiamet on ka oma registreerimisest keeldumise otsuses viidanud Euroopa Kohtu otsusele C-108/97-C-3 09/97, millele ka kaebaja ise on oma kirjades korduvalt tuginenud. Euroopa Kohus on direktiivi nr 89/104/EMÜ (nr 2008/95/EÜ) artikli 3 lõike 1 punkti c tõlgendamisel märkinud, et kui hetkel ei eksisteeri sihtgrupi teadvuses assotsiatsiooni geograafilise nime ning vaidlusaluse kaubakategooria vahel, siis peab pädev asutus hindama, kas on mõistlik eeldada, et sihtgrupi jaoks on selline geograafiline nimi võimeline näitama selle kauba kategooria geograafilist päritolu. Seda hinnates tuleb eriti arvestada seda, millisel määral on sihtgrupp tuttav selle geograafilise nimega, selle nimega tähitatava koha iseloomuga ning selle kaubakategooriaga. Antud juhul on eelpool nimetatud pädevaks asutuseks Patendiamet ning Patendiamet on kaebajale ka esitanud tõendid, mis kinnitavad, et tähis „VERGI” seostub Eesti tarbijale konkreetse geograafilist päritolu näitava kohanimega. Patendiamet on ka juhtinud kaebaja tähelepanu faktile, et Vergi küla asub Lääne-Viru maakonnas, kus on toodetud ja toodetakse tänapäeval alkoholi ja alkoholivabu jooke. Neid asjaolusid arvestades võib eeldada, et tarbija nähes kaubal sõna „VERGI” järeldab, et antud toode on valmistatud Vergis või on kaubal muul moel seos Vergi külaga, nt kaupa toodetakse Vergist pärineva retsepti alusel.

Patendiamet rõhutab veel kord, et kohtuasjas T-230/06 PORT LOUIS ei ole kohus andnud täiendavaid direktiivi tõlgendusi, vaid faktilisi asjaolusid analüüsid võtnud vastu otsuse konkreetse kaubamärgi registreeritavuse suhtes. Järelikult selline konkreetset kaubamärki käsitlev otsus, mis lähtub vastava juhtumiga seotud asjaoludest ning mis ei sisalda õigust tõlgendavaid seisukohti, ei saa olla siduv registreerimiseks esitatud kaubamärgi õiguskaitse hindamisel.

2.6 Kaebaja leiab, et Patendiamet on jätnud taotleja argumendid ja tõendid sisuliselt läbi vaatamata, piirdudes nii oma 27.12.2012 teates kui ka otsuses paljasõnalise deklareerimisega, et need on asjassepuutumatud, põhinevad oletustel ja ei kajasta kaubamärgi tuntust ega eristusvõimet. Lisaks ei nõustu kaebaja Patendiameti väitega, et kaubamärgi taotleja oleks pidanud esitama tõendeid muude asjaolude kohta. Kaebaja on seisukohal, et õigusaktidega ei ole määratletud, milliste tõenditega peab põhistama omandatud eristusvõime olemasolu ning leiab, et kaebaja poolt esitatud materjalidest võib järeldada, et tarbijad identifitseerivad tänu kaubamärgile asjaomaseid kaupu kui kindlalt ettevõtjalt pärinevatena.

Patendiamet on oma registreerimisest keeldumise otsuses asunud seisukohale, et asjassepuutumatud on kaebajapoolsed arvutused, mis põhinevad Eesti Konjunkturiinstituudi 2011. aastaraamatu "Alkoholi turg, tarbimine ja kahjud Eestis" (02.07.2012 nr KM-10065/IM) ja Londoni ettevõtte WSR andmetel (02.07.2012 nr KM-10065/IM), sest need ei kajasta kaubamärgi tuntust ega eristusvõimet. Samuti ei ilmne kaebaja poolt registreerimisel esitatud materjalidest infot sõnamärgi kasutamise kohta.

Patendiamet ei ole väitnud, et kaebaja poolt esitatud müügimahtu ja turuosa peegeldavad andmed oleksid asjassepuutumatud. Samas leiab Patendiamet, et „VERGI viina” läbimüügi hüppeline kasv ei tähenda, et kaubamärk oleks omandanud eristusvõime ja tuntuse Eesti tarbijate hulgas taotluse esitamise kuupäevaks. Eesti Konjunkturiinstituudi poolt läbiviidava uuringu „Eesti alkoholiturg” materjalidest selgub, et kangete alkoholsete jookide, sh viina toodangumahtude osas on turuliidriks AS Liviko, kes hõlmab rohkem kui poole kogu Eesti viinatoodangu mahust ning seejuures on teiste Eesti tootjate turuosa väga väike. Kaebaja ei ole Patendiametile esitanud andmeid selle kohta, milline on „VERGI” viina osakaal teiste Eestis toodetud viinade hulgas, kus ja millistes kogustes on „VERGI viina” turustatud teistes kauplustes üle Eesti. Seega väide, et „VERGI viina” puhul on tegemist ühe populaarsema viinaga Eesti tarbijate hulgas ning tarbijad identifitseerivad tänu kaubamärgile asjaomaseid kaupu kindlalt ettevõtjalt pärinevatena, on tõendamata. Samuti ei ole kaebaja esitanud materjale selle kohta, millised on tema müügiomadused ning kui suured on need müügiomadused võrreldes teiste Eesti kangete alkoholsete jookide, sh viina tootjatega.

2.7 Kaebaja väidab, et Patendiamet ajab otsuses segamini tähise kasutamise kaubamärgi rollis ning kirjeldavas rollis. Lisaks on kaebaja asunud seisukohale, et Patendiamet on eksinud leides, et kombineeritud kaubamärgi kasutamisest ei tulene selle sõnalise osa eristusvõimet ning see ei näita, kuidas tarbija tajub märgi sõnalist osa. Kaebaja leiab, et Patendiamet on eiranud Euroopa Kohtu seatud kriteeriume ja asunud vääralt seisukohale selles, et sõnalistel kaubamärkidel on võimatu omandada kasutamise käigus eristusvõimet.

Patendiamet ei nõustu kaebaja väidetega. Patendiamet juhib tähelepanu, et KaMS § 12 lg 1 p 1 sätetab, et kaubamärgi õiguskaitse ulatuse aluseks on üldtuntud kaubamärk kujul, millisena ta üldtuntuse omandas. Järelikult peavad kaubamärgi kasutamist näitavad tõendid kajastuma sellisena, nagu kaubamärgi taotluses on esitatud.

Patendiamet viitab siinkohal Euroopa Kohtu otsusele C-353/03 Nestle, millele ka kaebaja ise on oma kaebuses tuginenud. Kohus tõdeb, et kaubamärk saab omandada eristusvõime selle kasutamise tagajärjel teise juba registreeritud kaubamärgi koostisosana või sellega kombinatsioonis, kui asjaomane avalikkus tajub, et taotletud kaubamärgiga tähistatud toode või teenus on pärit kindlast

ettevõttest. Patendiamet leiab, et eelpool nimetatud otsusest ei saa aga järeldada, et iga sõnamärk, mis on teise kaubamärgi koostisosa või sellega kombinatsioonis, on automaatselt omandanud eristusvõime, kui teda on kasutatud kombineeritud märgis. Patendiamet on ka oma registreerimisest keeldumise otsuses leidnud, et kaebaja ei ole tõendanud, et tarbijad tajuvad sõnalist tähist „VERGI“ iseseisvalt ning kujunduslikest elementidest sõltumatult ühe ettevõtja kaubamärgina. Patendiamet on seisukohal, et taotleja poolt esitatud näidetele tootenimetuse „VERGI“ kasutamise kohta on tarbijate jaoks toote meeldejätmisel ning äratundmisel oluline osa ka toote kujundusel, so pudeli etiketil ja pakendi kujundusel tervikuna. Toodetele on lisaks sõnale „VERGI“ esitatud ka Vergi sadama logo, mis tugevdab muljet, et sõna „VERGI“ ei kasutata kaubamärgina, vaid konkreetsele geograafilisele kohale viitava nimetusena. Seega ei piisa kaebaja poolt esitatud materjalidest, et tõendada sõnalise tähise „VERGI“ omandatud eristusvõimet.

Lähtudes eeltoodust ja tulenevalt kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p 3 palub Patendiamet komisjonil jätta kaebus rahuldamata.

Kaebaja esitas 27.02.2014 kaebusele täienduseks tõlkeid

Juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse (TÕAS) § 46 lõikest 1 ja tööstusomandi apellatsioonikomisjoni põhimääruse § 10 lg-st 1 palub kaebaja võtta lisatud tõlked kaebuse juurde.

Need on Euroopa Kohtu 04.05.1999 otsus ühendatud kohtuasjades C-108/97 ja C-109/97 WINDSURFING CHIEMSEE, punktid 26-32; Üldkohtu 15.10.2008 otsus kohtuasjas 2008 T-230/06 PORT LOUIS, punktid 28-67; Üldkohtu 08.07.2009 otsus kohtuasjas T-225/08 ALASKA, punktid 15-41.

Kaebaja lisab, et tõlgete esitamine ei laienda kaebuse või vaidlustusavalduse esitamise kuupäeval selles esitatud nõude alust ja sisu, sest neile kohtuotsustele on tuginetud juba Patendiameti menetluses ja kaebuse esitamisel.

Kaebaja 10.02.2014 lõplikud seisukohad

Kaebaja teatab, et kauba- ja teenindusmärkide registrisse on tehtud ülemineku kanne ja kaubamärgitaotleja (kaebaja) on: **Osaühing Aldar Eesti, (F.G. Adoffi 11, Rakvere, 44310 Lääne-Viru maakond, EE).**

Kaebaja lisab, et kaubamärgi senine omanik Aldar Eesti OÜ (registrikood 1130482) ühines 18.12.2013 äriühinguga Aldar Trading OÜ (registrikood 11710650), aadressiga F.G. Adoffi 11, Rakvere, 44310 Lääne-Viru maakond, EE, kes muutis samal päeval oma nime ning äriühingu uueks nimeks registreeriti Osaühing Aldar Eesti. Osaühing Aldar Eesti astub menetlusse senise kaebaja asemel. Volikiri on lisatud.

Kaebaja jääb 10.02.2014 esitatud seisukohtades täies ulatuses kaebuses esitatud nõude, seisukohtade ja argumentide juurde ning palub, lähtudes lisatud seisukohtadest ja kaebuses esitatust ning juhindudes KaMS § 9 lg 1 p 3, § 9 lg 2 ning § 41 lg 1 ja 3, tühistada täielikult Patendiameti otsus kaubamärgi „VERGI“ Aldar Eesti OÜ nimele registreerimisest keeldumise kohta ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust.

Patendiamet esitas 07.03.2014 oma lõplikud seisukohad kaebuse kohta

Patendiamet vaidleb kaebusele vastu ja leiab, et kaubamärgi „VERGI“ registreerimisest keeldumise otsus on seaduslik ja põhjendatud ning kaubamärgile õiguskaitset anda ei saa ning palub, lähtuvalt eeltoodust ja tulenevalt KaMS § 9 lg 1 p-st 3, jätta kaebus rahuldamata.

Komisjon alustas kaebuse nr 1468 lõppmenetlust 02.04.2014 a.

Komisjoni seisukohad ja otsus

Komisjon hinnanud kaebuse menetluskohustustega esitatud asjaolusid ja tõendeid kogumis ning vastastikus seoses, leiab järgmist.

Taotleja esitas 06.06.2013 komisjonile kaebuse Patendiameti 02.05.2013 otsuse nr 7/M201001056 peale, millega Patendiamet keeldus tulenevalt KaMS § 9 lg 1 p-st 3 ja § 9 lg-st 2 taotleja nimele registreerimast kaubamärgina sõnalist tähist „VERGI“ ja taotles märgitud otsuse tühistamist ning Patendiameti kohustamist jätkama menetlust komisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

Taotleja soovis Patendiametile 03.10.2010 esitatud sõnalise tähise „VERGI“ kaubamärgina registreerimise taotlusega (nr M201001056) omandada sisuliselt ainuõigust sõnale „VERGI“ kui kaupade geograafilise päritolukoha nime kasutamiseks kaubamärgina klassides 32 (õlu; mineraal- ja gaseerved ning muud alkoholivabad joogid; puuviljajoogid ja puuviljamahlad; siirupid ja teised joogivalmistusained) ja 33 (alkoholijoogid, välja arvatud õlu).

Patendiamet keeldus sõnalist tähist „VERGI“ klassis 32 ja 33 kaubamärgina registreerimast, leides, et KaMS § 9 lg 1 p-st 3 kohaselt „õiguskaitset ei saa tähis, mis koosneb üksnes kaupade või teenuste liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade toomise 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“, sest nimi Vergi tähistab küla ja sadamat Lääne-Virumaal.

Samuti lähtus Patendiamet Euroopa Kohtu otsuses C-191/01P viidatud määruse 207/2009 artikli 7 lõike 1 p c üldisest tõlgendusest, mille „kohaselt peavad kaupade ja teenuste iseloomu näitavad tähised olema vabalt kasutatavad kõigi poolt. Keeldudes määruse artikli 7 lõike 1 punkt c mõttes registreerimast kirjeldava iseloomuga kaubamärke, püüeldakse eesmärgi poole, milleks on avalik huvi, kuna seeläbi hoitakse ära sellise tähise reserveerimine ühele ettevõttele üksikult. Seejuures ei pea antud konkreetne kirjeldava iseloomuga tähis kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise hetkel olema tegelikult kasutusel kaupade või teenuste kirjeldamiseks. Piisab nagu määruse sõnastus ise ütleb, et selline tähis võib olla kasutusel sellistel eesmärkidel“. Patendiamet leidis lisaks, et ka komisjon on oma varasemas otsuses nr 951-o leidnud, et „kaubamärgi „VERGI+kuju“ sõnalise osa näol on tegemist geograafilise koha nimetusega ning nähes alkoholitoodetel sõna „VERGI“, võib tarbija arvata, et tegemist on sellest kohast pärit alkoholitoodetega või et tooted on muul moel Vergi külaga seotud. Seda iseäranis arvestades, ei Lääne-Virumaal tegeletakse ka tänapäeval aktiivselt piiritusetootmisega“.

Taotleja leiab kaebuses, et Patendiameti seadusetõlgendus ei vasta Euroopa Kohtu geograafiliste nimede kaubamärgina registreeritavuse tõlgendusele, Euroopa Üldkohtu (endise nimega Esimese Astme Kohtu) ning Eesti kohtute lahenditele, milles on käsitletud geograafiliste tähiste ja avaliku huvi küsimusi (C-108/97-C-109/97 Chiemsee 04.05.1999 ja Üldkohus lahendites T-295/01 15.10.2003 OLDENBURGER, T-379/03 Cloppenburg 25.10. 2005, T-230/06 PORT LOUIS 15.10.2008, T-225/08 ALASKA 08.07.2009, T-337/09 PASSIONATELY SWISS 15.12.2011).

Taotleja ja Patendiameti vahel puuduvad erimeelsused selles, et sõna „VERGI“ seondub semantiliselt Lääne-Viru maakonna Vihula vallas asuva Vergi külaga ja et taotletav kaubamärk on sõnaline, millel puuduvad muud eristavad tunnused.

Taotleja ja Patendiameti vahel on vaidlus selles, milliste asjaolude esinemisel tuleb keelduda kaubamärgina registreerimast geograafilisi nimetusi.

Taotleja nimele on klassis 32 (õlu, sh alkoholivaba õlu; õllekokteilid, õllesisaldusega ning õllemaitseained joogid; õllejoogivalmistusained) registreeritud teiste kombineeritud kaubamärkide (nt

nr-d 49428, 49429, 49430, 49431 jt) kõrval ka kombineeritud kaubamärk „VERGI+kuju“ (08.01.2009 reg nr 45829, 07.12.2004 taotlus M200401732) klassis 33 (alkoholjoogid v.a õlu), mis sisaldab mittekaitstavat osa märkusega, et kaubamärgi registreerimine ei anna ainuõigust sõna “VERGI” kasutamiseks. Seejuures on tähise sõnaosa „VERGI“ kaubamärgina registreerimiseks oluliselt KaMS § 9 lg 1 p 3 mõttes muudetud.

Taotleja on kaebuses viidanud Euroopa Kohtu seisukohale (C-108/97, C-109/97), et *“avalik huvi geograafiliste nimede kättesaadavuse säilitamiseks on tingitud muu hulgas nende võimest mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad ja teenused positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga. Sellest valiku huvi definitsioonist lähtuvalt on Euroopa Kohus kehtestanud kriteeriumi, et kaubamärgina registreerimise keeld laieneb geograafilistele nimetustele, mille puhul on koht tarbijatele tuntud asjakohaste kaupade või teenuste poolest või on mõistlik eeldada, et tarbijate jaoks võib selline seos koha ja kaupade või teenuste vahel tekkida tulevikus”*.

Taotleja on leidnud kaebuses, et tarbijad ei teagi Lääne-Viru maakonnas asuvat küla nimega Vergi, leides oletuslikult, et: *“kohanime Vergi olemuslik tuntus on vähene ja puudub alus arvata, et taotletud klassi 32 ja 33 kaupade tarbijad oleksid Vergist kui kohast üldse teadlikud”*.

Komisjon ei nõustu taotlejaga ja leiab, et sõna “Vergi” ei tähista mitte üksnes Vergi küla, vaid ka Lääne-Viru maakonna Vihula valla ühte kindlat piirkonda, so Vergi poolsaart, sh Vergi neeme (kunagist Vergi saart).

Vergi kui geograafilise koha nimi on ajaloos tuntud Eesti põhjaranniku kunagise suurima kalurikülana, rannakaubanduskeskusena, samuti purjelaevaehitajate, kalurite ja piiritusevedajate jt poolest. Vergi külas tegutsevad tänapäeval muu hulgas piiripunkt, jahi- ja paadisadam, kauplus “SuPer Alko”, ettevõtte Eswire OÜ (elektroonika ja elektrijuhtme või -kaabli tootmine), tuletorn, külamaja, raamatukogu, sadamakõrts jms. Vergi küla on tuntud kui puhke- ja vabaaja veetmise ning kultuuriürituste toimumise paigana. Vergi Sadama veebilehe menüüs “Tegevused” on avaldatud muu hulgas Vergis 2013. aasta suveperioodil toimuvate kultuuriürituste ajakava, mis on kättesaadav nii eesti kui ka soome ja inglise keeles, mis tähendab, et informatsioon Vergi ja seal toimuva kohta on avalik.

Vergi poolsaarel tegeletakse muu hulgas tänapäeval Eestile traditsioonilise metsa- ja põllumajandusega ning põllumajandusliku väiketootmisega sh kartuli-, teravilja- ja puuviljakasvatusega. Vergi poolsaare siseosa katab mets nii nagu ka Vihula valla kogu territooriumi katavad 72 % ulatuses riigi- ja erametsad, mis on tuntud mustika, pohla jt nt soomuraka kasvualana.

Õlle pruulimine, alkoholi jookide ja -vabade jookide valmistamise ja tarbimise traditsioonid on Eestis sajanditevanused ja on kuulunud mõisa-, küla- ja talukultuuri hulka. Ka Lääne-Virumaal toodetakse tänapäeval klassides 32 ja 33 loetletud jooke (Viru Õlu, Nigula Õlu, Moe Piiritustehas, Võhu Vein jt). Komisjoni hinnangul on alkoholi- ja alkoholivabade jookidealane ettevõtetus Eestis jätkusuutlik. Seda tänu põllumajandusele sobilikele looduslikele tingimustele, samuti Eesti liberaalsele turumajandusele ja kapitali vabale liikumisele EL-s aga ka tehnoloogiliste seadmete, kohaliku toorme ning jookide tootmiseks vajalike teiste komponentide heale kättesaadavusele.

Kuna taotleja piirdus kaebuses Vergi küla puhul selle “vähese olemusliku tuntusega”, siis ei ole ta ka millegiga tõendanud, et Vergi poolsaarel põllu- ja metsamajanduslikus kasutuses olev maa ei ole sobilik klassides 32 ja 33 loetletud kaupade toormeks oleva teravilja, kartuli, marjade, puuviljade või näiteks maitseainete kasvatamiseks tulevikus. Vastupidist, et tarbijate jaoks seost Vergi küla või poolsaare ja seal kohalikust toormest toodetud klassides 32 ning 33 loetletud kaupade või teenuste vahel ei saa tekkida ka tulevikus, ei ole taotleja menetluskohustuslike dokumentidega tõendanud.

Taotleja on viidanud kaebuses Euroopa Kohtu (edaspidi Kohtu) ühendatud kohtuasjade C-108/97-C-109/97 Windsurfing, Chiemsee lahendi punktidele 26-32. Kohtu otsuse punktis 26 on kohus leidnud, et *“märke ja tähiseid, mida saab kasutada kaubaliigi, mille suhtes kaubamärgi registreerimist on taotletud, geograafilise päritolu tähistamiseks, eriti geograafilistesse nimedesse, on üldistes huvides, et need jäävad vabalt kasutatavaks, eriti sellepärast, et need võivad olla asjaomase kaubaliigi kvaliteedi- ja muude omaduste tähiseks ja võivad ka erinevatel viisidel mõjutada tarbijate eelistusi, näiteks seostades kaupa kohaga, millega võib kaasneda positiivne reaktsioon”*.

Sarnaselt eespool viidatud Kohtu otsuse punktile 26 võib geograafilise koha nime “VERGI” nägemine kaupadel tarbijais tekitada positiivseid tundeid Vergi kui geograafilise koha suhtes ja õigustatud ootuse, et kohanimega Vergi tähistatud õlle pakendites on õlu, mis on pruulitud Vergis või vähemalt Lääne-Viru maakonnas tegutsevates aktsiaseltsides Viru Õlu või Nigula Õlu.

Komisjoni hinnangul ei ole välistatud määruse artikli 7 lõike 1 punkti c mõttes, et lisaks senisele ettevõtlusele, võib tulevikus asjomaste alkoholi- ja alkoholivabade jookide tootmisalane ettevõtlus laieneda ka Vihula vallas asuvale Vergi poolsaarele. Nimelt kohalikku metsa- ja põllumajandussaadusi töötlev toiduainetööstus, sh asjomaste alkoholi- ja alkoholivabade jookide tootmisalane ettevõtlus, millega seoses võib asjaomastel ettevõtjatel tekkida ka õigustatud huvi kasutada KaMS § 9 lg 1 p-le 3 mõttes toodete pakenditel kombineeritud kaubamärke, mis sisaldavad sõna “Vergi” kui kauba päritolutähist.

Kohtu otsuse punkti 31 kohaselt on kohus leidnud, et *“direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti c järgi peab pädev asutus tõendama, et geograafiline nimi, mille kaubamärgina registreerimiseks on taotlus esitatud, tähistab praegu kohta, mida sihtrühm seostab asjaomase kaubaliigiga, või on mõistlik eeldada, et selline seos võiks tulevikus välja kujuneda”*.

Eelnevaga seoses ja toetudes veebilehe www.beersofestonia.com andmetele, leiab komisjon, et geograafilise koha nime “Vergi+kuju” sisaldavate kombineeritud kirjeldavate kaubamärkidega tähistatud ja klassis 32 loetletud joogikaubad on taotleja asjaomases äritegevuses tuntud. Need on näiteks taotlejale kuuluvate geograafilise koha nime “Vergi” sisaldavate kombineeritud kirjeldavate kaubamärkidega tähistatud pakendites ja näiteks aktsiaseltsis Saku Õlletehas ja osaühingus A.le Coq



pruulitud õlletoodetele

Samas puuduvad näitena toodud aktsiaseltsi Saku Õlletehas ja osaühingu A.le Coq õlletoodetel päritoluline side Vergi külaga või poolsaarega, mis (võib eksitada) eksitab tarbijaid ostuotsuste või tarbimiseelistuste kujundamisel. Tarbijad võivad arvata näiteks, et kohanime Vergi sisaldava kaubamärgiga tähistatud pakendis olev õlu on pruulitud Vergis või Vergile traditsioonilise tehnoloogia, retseptuuri, kohaliku vee ja/või toorme baasil Vergi külas või poolsaarel.

Kohtu otsuse punktis 30 on kohus leidnud, et *“artikli 3 lõike 1 punkti c täpne sõnastus, mis osutab „...tähistele, mis ...tähistavad ... geograafilist päritolu“ on selge, et ka geograafilised nimed, mis on sellised, et neid võidakse tulevikus kasutada ettevõtjate poolt asjaomaste kaubaliikide geograafiliste päritolutähistena, peavad sellistele ettevõtjatele jääma vabalt kasutatavaks”*.

Komisjon nõustub Patendiametiga selles, et Lääne-Viru maakonnas, kus asub ka Vergi küla, on toodetud ja loodetakse tänapäeval alkoholi, alkoholijooke ja alkoholivabu jooke, sh ka väiksemates asulates.

Komisjon nõustub Patendiametiga selles, et geograafilise koha nimi "Vergi" on kaubamärgina tarbijale mõistetav ja tuntud geograafilist päritolu näitava tähisena. Samuti selles, et kauba eestimaine päritolu on tarbija jaoks oluline, sest kodumaisest toormest valmistatud toidukaupu peetakse kvaliteetsemaks, tervislikumaks. Lisaks on kohaliku päritolu kaupade soetamine teatavasti paljudele tarbijatele enesestmõistetav, sest sellega edendatakse kohalikku ettevõtlust, püsielanike tööga hõivatust, kohalikku eluolu tervikuna jms.

Komisjon leiab et, vastavalt eespool toodule ja KaMS § 9 lg 1 p-le 3 ning määruse artikli 7 lg 1 p-le c, ei ole sõnaline tähis "VERGI" kui geograafilise koha nimi registreeritav kaubamärgina klassides 32 ja 33 ning nendega samaliigiliste kaupade osas.

Komisjon nõustub Patendiametiga ja leiab ka, et komisjonile taotleja poolt esitatud menetlusedokumentid ei tõenda kaubamärgi "VERGI" registreerimistaotluse esitamise kuupäevaks kasutamise tulemusena omandatud eristusvõimet KaMS § 9 lg 2 mõttes.

Tulenevalt eeltoodust, võttes aluseks TÕAS § 61 lg 1 ja 2, komisjon

o t s u s t a s:

jätta Aldar Eesti OÜ kaebus rahuldamata.

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

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

Allkirjad:

H.-K. Lahek

P. Lello

E. Sassian