

UUDISKIRI

Nr. 17, märts 2016

Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsused

I Vaidlustusavaldused

• Otsus nr. 1521-0

Varasem kaubamärk

Vaidlustatud kaubamärk

NUXE



Kahe kaubamärgi vahel ei esine tõenäoliselt kaubamärkide äravahetamist tarbija poolt.

Komisjon viitas Euroopa Kohtu praktikale tuues välja, et antud juhul kosmeetika eesmärkidel disainitud toodete lõpptarbija on üldiselt hästi informeeritud ja tema tähelepanu tase on suhteliselt kõrge. Komisjon märkis, et ühelt poolt kattuvad kaubamärgid oma vastava esimese ja kolmanda tähe poolest. Samas on varasem tähis pikem kui taotleja tähis. Vastandatud kaubamärgi neljas täht E on taotleja kaubamärgis puudu. Komisjon leidis, et need erinevused võrreldavate kaubamärkide pikkuse ja tähekasutuse osas ei ole ebaolulised, tulenevalt asjaolust, et võrreldavad kaubamärgid on suhteliselt lühikesed. Ka taotleja kaubamärgi eriline stiil on eristumisel oluline element. Komisjoni arvates ei saa märkide hääldest kirjeldada

identse või sarnasena, vaatamata väikesele foneetilisele sarnasusele. Komisjon leidis, et kaubamärk NUXE koosneb tähenduseta sõnast, aga kaubamärk NYX tähendusega sõnast. Foneetilised, visuaalsed ja semantilised erinevused kaubamärkide vahel on piisavad vältimaks, et asjaomane eesti tarbija ajab kõnealuste kaupade päritolu segi.

Vaidlustusavaldus jäeti rahuldamata.

• Otsus nr. 1553-o

Varasem kaubamärk



Vaidlustatud kaubamärk



Kaubamärgid on sarnased ja nende äravahetamine on tõenäoline.

Komisjon peab kaubamärke visuaalselt sarnasteks, kuna mõlemal kaubamärgil esmapilgul annab tooni sama ülesehitusega tütarlapse kujutis. Erinevused tütarlaste kujutistes on sedavõrd väikesed, et tavapärase tähelepanu puhul ja eriti arvestades, et tarbija ei pruugi märke näha koos, on need kujutised visuaalselt tõenäoselt ära vahetatavad. Elementi kollase suure päikese näol ei saa väga eristavaks lugeda, kuna kaubamärgid on kaitstud must-valge toonides ja neid tuleb nendes toonides ka võrrelda. Komisjon märkis, et kaupade kirjeldavate omadusi iseloomustavate sõnaliste osade lisamine tõenäoselt äravahetamiseni sarnastele kujutislikele elementidele ei ole antud juhul nii suure kaaluga, et nimetatud kaubamärgid üldmuljelt muutuksid eristatavateks. Elemendid „parim valik igaks päevaks“ ning „Värske ja hea“ on lisaks eristusvõimetus ja kirjeldavad.

Vaidlustusavaldus rahuldati.

• Otsus nr. 1587-0

Varasem kaubamärk

Vaidlustatud kaubamärk

NEXT



Next

Kaubamärgid on identsed ja nende äravahetamine on tõenäoline.

Taotleja kaubamärk ja vaidlustaja varasem kaubamärk on foneetiliselt ja tähenduslikult identsed. Kuigi visuaalselt algab taotleja kaubamärgi sõnaline osa suurtähega, millele järgnevad väiketähed, on selline suur- ja väiketähtede kasutamine turul tavapärane võte. Taotleja kaubamärk kasutab ka kindlat šrifti, kuid see pole teistest kasutatavatest tavapärastest šriftidest selgelt erinev või mingil moel ebatavaline. Seega leidis Komisjon, et kaubamärgid on ka visuaalselt äravahetamiseni sarnased. Tarbija võib uskuda, et vaadeldavad kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või majanduslikult seotud ettevõtjalt. Asjaolu, et osad võrreldavate kaubamärkidega kaetavad kaubad on identsed, suurendab võrreldavate tähiste tarbijapoolse äravahetamise tõenäosust veelgi.

Vaidlustusavaldus rahuldati.

II Kaebused

• Otsus nr. 1558-0

Kaebus kaubamärgi „GRILLCUBE“ osalise registreerimisest keeldumise otsuse tühistamiseks.

Taotletud kaubamärk on vähemalt nõrgalt eristusvõimeline ning seega võimeline täitma kaubamärgifunktsiooni.

Patendiamet rahuldab ülaltoodud kaubamärgi registreerimistaotluse osaliselt ning keeldus registreerimisest teatud kaupade osas klassides 4 (sh. kütteained, puidust kütteained; halupuud, hakkepuu, puitlaastud, grillisüsi, puidugraanulid) ja 11 (toiduainete kuumtötlusseadmed, grillid; bbq-ahjud; suitsuahjud, ahjud; küpsetusseadmed, küpsetid; gaasipõletid; süüteseadised) eristusvõime puudumise ja kirjeldava iseloomu alusel.

Komisjon leidis, et antud juhul tuleb silmas pidada, et GRILLCUBE on tehissõna, mille otsene ja kindel tähendus inglise ning eesti keeles puudub. Sõna eestikeelne vaste grillkuup või grillkuubik ei ole sellisena eesti keeles kasutuses ning pole Patendiameti otsuses märgitud kaupade sektoris levinud sõnakombinatsioon. Järelikult ei ole põhjendatud Patendiameti väide, et kaubamärgi kirjeldav tähendus Eesti tarbija jaoks on selgesti arusaadav ning ei nõua täiendavat tarbijapoolset analüüsi. Apellatsioonikomisjon oli seisukohal, et kõikide registreerimisest keeldutud kaupade juures ei ole kauba kuju võrdselt oluline tingimus.

Komisjon leidis, et Patendiameti otsus oli põhjendamiskohustuse rikkumise tõttu olulise vormiveaga, kuna otsusest ei selgu üheselt, millistel kaalutlustel on kaubamärgi GRILLCUBE registreerimise taotlus jätetud osaliselt rahuldamata.

Kaebus rahuldati.

III Domeenivaidluste Komisjoni Otsused

• Vaidlusasi nr. 15a-1a-305

Vaidlustatud domeeninimi: puma.ee

Komisjon otsustas anda domeeninimi puma.ee üle Vaidlustajale.

Vaidlustaja leidis, et domeeninimi puma.ee on identne vaidlustaja kaubamärgiga (erinevus vaid domeeni riigitunnuses .ee), registreerijal puudus õigus või õigustatud huvi vaidlustatud domeeninimele ning see oli registreeritud pahauskselt.

Komisjon nõustus Vaidlustajaga, et domeeninimi puma.ee on identne Vaidlustaja varasemate PUMA kaubamärkidega. Registreerija ei ole tõendanud oma õigustatud huvi domeenile. Arvestades ka asjaolu, et Eestis puumasid ei ela, leidis Komisjon, et puudub loogiline õigustus Registreerija väitel, et domeen on vajalik loomade kaitse eesmärgil. Komisjoni seisukohalt tõestas pahausksust fakt, et kuigi Registreerija otseselt ei küsinud konkreetset summat domeeni üleandmise eest, võis Registreeriva vastusest välja lugeda valmisoleku domeeninimi loovutada, kui tehakse piisavalt atraktiivne pakkumine. Pahausksusele viitab ka registreerija ähvardus pöörduda meedia poole, kuid domeeni registreerimise küsimuses peaks algama õiguslik menetlus. Lisaks tuvastati domeeninime registreerimise peamise eesmärgina Vaidlustaja tegevuse häirimine.

Vaidlustusavaldus rahuldati.

III Maa- ja Ringkonnakohtud

Harju Maakohus

• Tsiviilasi nr. 2-15-773

Hagi kaubamärgiomaniku ainuõiguse lõppenuks tunnistamiseks.

Hageja esitas taotluse kaubamärgi МИШКА КОСОЛАПЫЙ registreerimiseks klassis 39 kaupade osas. Kostja on varasema kaubamärgi МИШКА КОСОЛАПЫЙ (klass 30) omanik. Kostja kaubamärk on identsuse tõttu konfliktseks hageja kaubamärgiga identsete kaupade osas KaMS § 10 lg 1 p 1 alusel. Kostja kaubamärki Eestis ei kasuta, viieaastane kaubamärgi kasutamise kohustuse periood täitus juba 2005. aastal. Asjast huvitatud isikuna taotles hageja kostja kaubamärgi registreeringu tühistamist kaubamärgi mittekasutamise tõttu.

Kostja vaidles hagile vastu. Kostja juhtkond oli teinud otsuse alustada МИШКА КОСОЛАПЫЙ tootenime kasutamist kõikidel kaubamärki MESIKÄPP kandvate toodete pakenditel. Kostja alustas reaalseid ettevalmistusi oma kaubamärgi kasutusse võtmiseks pärast 5-aastat mittekasutamist, kuid enne hageja poolt hagi esitamise kavatsusest teadasaamist.

Kohus leidis, et hagi kostja kui kaubamärgi omaniku ainuõiguse lõppenuks tunnistamiseks tuleb rahuldada. Kostja poolt esitatud tõendid ei tõenda kaubamärgi kasutamist.

Kohus rahuldab hagi.



Patent Agency

Käesolevas uudiskirjas sisalduv materjal on üksnes informatiivse eesmärgiga ja ei sisalda juriidilisi nõuandeid. Lisainformatsiooni saamiseks palun võtke ühendust meie patendibürooga:

Patendibüroo TURVAJA OÜ

Liivalaia 22

Tallinn 10118

Estonia

turvaja@turvaja.ee

Telefon: +372 6 403 109

Faks: +372 6 403 105

© Patendibüroo TURVAJA OÜ, 2015