

**INTELLEKTUAALSE OMANDI KAITSE AASTARAPORT**





## Sisukord

Eessõna.....	4
Intellektuaalse omandi õiguste kaitse tähtsus .....	5
Maksu- ja Tolliamet .....	6
Õiguslik alus .....	6
Tulemused .....	6
Politsei- ja Piirivalveamet .....	9
Politsei- ja Piirivalveameti 2016. aasta statistika IO süütegude registreerimisest.....	9
Eesti Autoriõiguste Kaitse Organisatsioon .....	10
Füüsiline piraatlus .....	10
Internet.....	11
Olulisemad teadvustusprojektid.....	14
Patendiamet .....	16
Tööstusomandi apellatsioonikomisjon .....	19
Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsused 2016. aastal .....	19
Intellektuaalse omandi alased kohtulahendid .....	22
Euroopa Kohtu praktika.....	48
Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasirde Keskus .....	60
Intellektuaalomandi õppematerjal .....	60
Rahvusvahelised projektid .....	60
Teavitussüritused .....	60

## Eessõna

---

### Austatud lugeja!

Käesolev intellektuaalomandi kaitse aastaraport on järjekorranumbrilt juba viies. Rõõm on tõdeda, et siseriiklike IO-õiguste rikkumiste poolest on olukord Eestis iga aastaga paranemas. Kadunud on ajad, kus piraatkaubad turgudel avalikult müügil olid. Koos sellega on muutunud ka inimeste suhtumine võltskaupade tarbimisse. Keegi ei soovi enam osta kaupa, mille puhul ei ole kindlust, kas see ka järgmisel päeval ühes tükis püsib või ega juhuslikult firmamärgi alt midagi muud välja kooru. Küll aga oleme selle aja jooksul ära unustanud enda IO-õiguste kaitsmise tähtsuse. Me kipume kiiresti laienema ja turgu haarama, jättes enda unikaalsuse kaitseta, mistõttu peame hiljem pealt vaatama, kuidas järsku tekkinud konkurendid selle turuosa meilt sama kiiresti ära võtavad. Loodetavasti ei ole kaugel aeg, mil hoiame enda vara hoolikamalt ja panustame targemalt selle kasvu.

Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasirde Keskus

## Intellektuaalse omandi õiguste kaitse tähtsus

Sõna intellektuaalne tähendab intellektil põhinevat, st mõtlemisega seotut. Juriidilises keeles väljendatuna on omand õiguslik võim asja üle. Intellektuaalne omand tähendab õigusi inimese vaimse tegevuse tulemustele.

Intellektuaalse omandi (IO) mõiste on väga lai, tulenedes Maailma Intellektuaalse Omandi Organisatsiooni (WIPO) asutamise konventsioonis sätestatust.

IO puudutab väga erinevaid valdkondi ning intellektuaalse omandiga erineval moel kaitstavad objektid ümbritsevad meid kõikjal. Intellektuaalne omand sisaldab õigusi seoses:

- kirjandus- ja kunstiteoste ning teadustöödega,
- esituskunstnike teoste esitamisega,
- fonogrammidega,
- raadio- ja televisiooniülekannetega,
- leiutistega kõigis inimtegevuse valdkondades,
- teaduslike avastustega,
- tööstusnäidistega,
- kaubamärkide ja geograafiliste tähistega,
- kaitsega kõlvatu konkurentsi vastu.

Üksikisikule on IO kaitse tähtis näiteks tema isiklike vajaduste paremaks korraldamiseks, haridustaseme parandamiseks või kultuuriväärtuste nautimiseks. Tervele ühiskonnale tagab IO kaitse teoste loomise kaudu kultuuripärandi säilimise, tehnoloogia areng annab paremad võimalused majanduse arenguks. Intellektuaalset omandit on märksa raskem kaitsta kui materiaalsel omandil: viimast saab selgemalt eristada ja ka turvameetmeid on kergem rakendada. Kui IO on kord avalikustatud, on seda ka võimalik kopeerida, reprodutseerida või võltsida. Tavaliselt on just luksuskaubad, muusika- ja filmitööstuse toodang, rõivad ning aksessuaarid olnud IO õiguste rikkumise objektiks. Praegu ohustab õiguste rikkumine ka laiatarbekaupu: kosmeetikat, toiduaineid, sõidukite varuosi, mänguasju, tehnika- ja elektrikaupu, samuti ravimeid. Kuna IO õiguste rikkumine tekitab majanduslikku, sotsiaalset ja füüsilist kahju, tuleb sellega võidelda. Intellektuaalomandi õiguste jõustamine on seotud sanktsioonide ja protseduuridega, mida saab kohaldada IO õiguste rikkumise korral. IO õiguste jõustamine tähendab õiguste omaniku tegevust tema õiguste rikkumise korral. Jõustamistegevustena saab nimetada kohtuväliseid leppeid õiguste rikkujaga, vaidlustamist tööstusomandi apellatsioonikomisjonis või kohtus ja tollimeetmete rakendamist.

## Maksu- ja Tolliamet

Lauri Aasmann

Maksu- ja Tolliameti tolliosakonna peaspetsialist

Maksu- ja Tolliamet (MTA) tegeleb riigitulude haldamise, riikliku maksu- ja tollipoliitika rakendamise ning ühiskonna ja seadusliku majandustegevuse kaitsmisega.

MTA majanduse kaitsega seotud tegevused aitavad tagada võrdsed tingimused kõigile ettevõtluses osalejatele ebaseadusliku majandustegevusega võitluse kaudu. Sellised tegevused viiakse läbi piirikontrollis või sisemaal tollivormistuse käigus ning sisaldavad endas salakauba leidmisele suunatud kontrolli ja intellektuaalse omandi kaitset.

Tollikontrolli tegemisel on MTA üks kohustusi jälgida, et üle Euroopa Liidu piiri ei liiguks IO õigusi rikkuvat, niisiis keelatud kaupa.

### Õiguslik alus

MTA rakendab Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. juuni 2013. aasta määrust (EL) nr 608/2013, mis käsitleb intellektuaalomandi õiguskaitse tagamist tollis ning millega tunnistati kehtetuks nõukogu määrus (EÜ) nr 1383/2003. Määrusega nähakse ette menetluskord, mille kohaselt lubatakse hävitada teatavat kaupa ilma igasuguse kohustusega algatada menetlus intellektuaalomandi õiguse rikkumise kindlakstegemiseks.

### Tulemused

2016. aastal tehti tollis 403 tollikontrolli, mille eesmärk oli selgitada välja, kas kahtlusalune kaup rikub intellektuaalse omandi õigust. Neist 318 korral tuvastati IO rikkumisi kokku 170678 ühiku kaubaga. Väärrib märkimist, et ainult 55 juhul oli sama võltsitud kaubamärgiga partii suurus üle saja toote. Tolli hinnangul ei ole Eesti üldiselt suurte võltskaupade partiide sihtriigiks. Tüüpiliselt on tollis tegemist väikeste saadetistega, üle 90% rikkumistest on avastatud posti- ja kullersaadetiste tolliläbivaatusel.

Umbes 12% juhtudest on toll kontrollitava kauba vabastanud põhjusel, et õiguste valdaja esindaja ei ole vastavale tolli pöördumisele reageerinud või on teatanud, et kogus on tegelemiseks liiga väike.

Jätakuvalt on intellektuaalomandi õigusi rikkuvate kaupade lähtemaaks enamasti Hiina, kuid ka Hongkongist, Singapurist, Venemaalt, Pakistanist jm saabus Eestisse võltsitud tooteid.

2016. aastal avastatud kaubaliikidest olid juhtumite arvu põhjal enam esindatud riidesemed ja jalatsid, kotid ning käekellad, mobiiltelefonid ja nende tarvikud, elektroonika, kosmeetikatooted.

Õiguste liikidest oli enamikul juhtudel tegemist kaubamärkide õiguste rikkumistega, üksikutel juhtudel oli tegemist disainilahenduste õiguste rikkumisega.

2016. aastal tollikontrollis IO õigusi rikkuvaks tunnistatud ja hävitatud kaupade väärtus oli üle kümne miljoni euro. Tegemist on hinnangulise suurusega, mis kujuneb arvestades kontrollitavate kaupadega sarnaste originaaltoodete maksumust legaalselt tegutsevas kaubandusettevõttes, et selle kaudu määratleda hinnanguline kahju, mis oleks tekkinud võltsitud kauba turule jõudmisel.

Endiselt on väikesaadetised tollile väljakutseks, millega tegeleda. MTA soovib jätkuvalt arendada koostööd õiguste omanike esindajate ja kõigi teiste IO õiguste jõustamisega seotud pooltega. Toll vajab oma ülesannetega edukaks toimetulemiseks asjakohast teavet, eeskätt riskiteavet kontrolli objektide selekteerimiseks ja teavet IO õigusi rikkuvate kaupade äratundmiseks.

2016. aastal jõustusid kaubamärgi määruse muudatused (2424/2015), mis näevad muuhulgas tollile ette võimaluse kontrollida ka transiidi protseduuril olevaid kaupu, mille sihtkoht on kolmandas riigis. Alates määruse jõustumisest 23.03.16 kontrolliti transiidil olevaid kaupu kümnel korral.

1. 07.04.2016, 08.04.2016 ja 11.04.2016 kontrollis toll ühe firma imporditavaid kaupu, milleks olid teksapüksid, koguses 33 820 tk.



*Kaubamärgi D omaniku õigusi rikkuvad tooted hävitati. Foto: MTA*



2. 26.05.2016 kontrollis toll ühe firma imporditavaid kaupu, milleks olid pakendamismaterjalid 75929 tk: plasttooted/kilepakendid kaupade veoks/pakkimiseks 9000 tk (11 karpi), kokkuvolditavad pappkastid ja -karbid 1716 tk (8 karpi), tekstiilkotid kaupade pakendamiseks 15713 tk (47 karpi), sildid/etiketid (valged) 10000 tk, sildid/etiketid (hallid) 14 500 tk, paberist ribad kauba pakkimiseks (suured) 15000 tk, paberist kaardid (ca. 10×15 cm) 10000 tk.



*Gucci kaubamärgi omaniku õigusi rikkuvad tooted hävitati. Foto: MTA*

3. 08.06.2016 kontrollis toll ühe firma imporditavaid kaupu: mobiiliümbriseid 5481 tk



*Registreeritud tekstiita kujutismärgiga omaniku õigusi rikkuvad tooted hävitati.*

*Foto: MTA*



## Politsei- ja Piirivalveamet

Politsei- ja Piirivalveameti (PPA) põhiülesanneteks on Euroopa välispiiri tagamine, kodakondsuse määratlemine, dokumentide väljastamine, turvalisus ja avalik kord riigi sees ning kuritegude menetlemine ja ennetamine. IO valdkonna eest vastutab keskkriminaalpolitsei korrakaitseosakond. Regulaarset sihtsuunitlusega järelevalvet politsei poolt selles valdkonnas ei toimu: peamiselt avastatakse sellised rikkumised üldise kontrolli käigus või laekunud teabe alusel.

### Politsei- ja Piirivalveameti 2016. aasta statistika IO süütegude registreerimisest

§ 222. Piraatkaubandus	1
§ 222 <sup>1</sup> . Autoriõiguse rikkumine arvutisüsteemis	2
§ 223. Teose ja autoriõigusega kaasnevate õiguste objekti ebaseaduslik üldsusele suunamine	5
§ 227. Völtskaubandus	6

## Eesti Autoriõiguste Kaitse Organisatsioon

Erik Mandre

Eesti Autoriõiguste Kaitse Organisatsiooni tegevdirektor

MTÜ Eesti Autoriõiguste Kaitse Organisatsioon (EAKO) alustas tegevust 2. jaanuaril 1999. aastal, et võidelda autoriõiguse rikkumistega Eestis. EAKO tegevuse peaesmärk on avastada ja tõkestada autoriõiguse seadusega kaitstavate objektide ebaseaduslik kasutamine Eesti Vabariigis. EAKO keskendub peamiselt filmi, muusika ja interaktiivsete mängude autoriõiguste kaitsele. Rohkem kui 17 aasta pikkuse tegevuse käigus on organisatsioon etendanud põhirolli autoriõiguse rikkumiste osatähtsuse vähendamisel Eestis. EAKO jälgib pidevalt erinevaid internetikeskkondi, et vähendada autoriõiguse rikkumisi ja toetada loometööde ausat kasutamist Eesti ühiskonnas. Organisatsioonil on tihe koostöö politsei ja tollitöötajatega autoriõiguse rikkumiste avastamisel, tõkestamisel ning menetlemisel.

Lisaks kohalikele ettevõtetele, kuuluvad EAKO koostööpartnerite hulka muu hulgas:

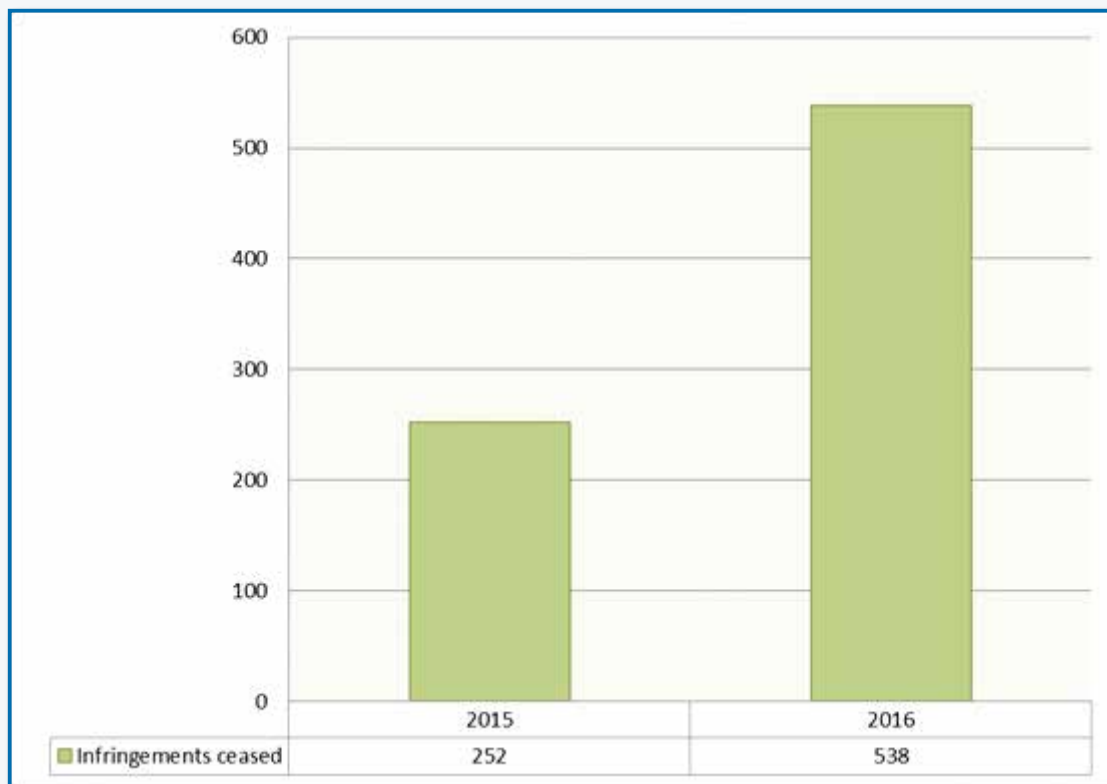
- Motion Pictures Association of America (MPAA), kes esindab järgmisi Ameerika filmistuudioid: Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Twentieth Century Fox Film Corporation, Universal City Studios LLLP, Walt Disney Studios Motion Pictures, Warner Bros. Entertainment Inc.;
- tarkvaraettevõtte Sony Computer Entertainment Europe Ltd (SCEE);
- International Federation of Phonographic Industry (IFPI), kes esindab rahvusvahelist fonogrammitööstust;
- Nordisk Copyright Bureau (NCB), kes esindab muusikateoste salvestamise õigusi.

### Füüsiline piraatlus

Füüsiliste andmekandjate ja võltsitud toodete müük erinevates kaubanduskeskustes ja turgudel on tänu järjepidevatele kontrollkülastustele sisuliselt kadunud. 2016. aastal tehtud kontrollkülastuste käigus ei tuvastanud EAKO turgudel ja kauplustes ühtki liikmete õigusi rikkuvat toodet. Siiski on kontrollkülastused vajalikud omamaks järjepidevat kontrolli erinevate levituskanalite üle ja hoidmaks kohalikku turgu õigust rikkuvatest toodetest puhtana. Koos NCB Eestiga hoiame silma peal kohalikul DVD/LP tehasel.

Füüsiliste andmekandjate ja võltsitud toodete müük käib peamiselt läbi veebikeskkonna – oksjonid, kuulutused, foorumid, millede kaudu levitatakse peamiselt eraisikute poolt endiselt aktiivselt õigust rikkuvaid tooteid. Peamised müügiartiklid on Sony PlayStationi tooted, DVD-filmid ja muusika. 2016. a oli EAKO tähelepanu all võltsitud Sony PlayStation 3 ja 4 kontrolleri levitamine. Aastatepikkune järjepidev veebioksjonite, kuulutuslehtede ja foorumite jälgimine on oluliselt neis keskkondades õigusrikkumiste toimepanemist vähendanud. Ühtki võltsitud Sony PlayStation 4 kontrolleriit meie turul veel tuvastatud ei ole, küll aga pakuti võltsitud Sony PlayStation 3 kontrollereid, ebaseaduslikult uuendatud Sony PlayStation 3 konsoole ja piraatkoopiaid Sony PlayStation mängudest, muusikast ning filmidest. 2016. aastal on EAKO tuvastanud ja sulgenud 538 õigust rikkuvat veebikuulutust/oksjoni.

## Lõpetatud füüsilise piraatluse õigusrikkumised



## Internet

EAKO tegevuse põhiohk on suunatud õigust rikkuva sisu kättesaadavuse piiramisele internetis. Selleks jälgisime 2016. a järgmisi veebikeskkondi:

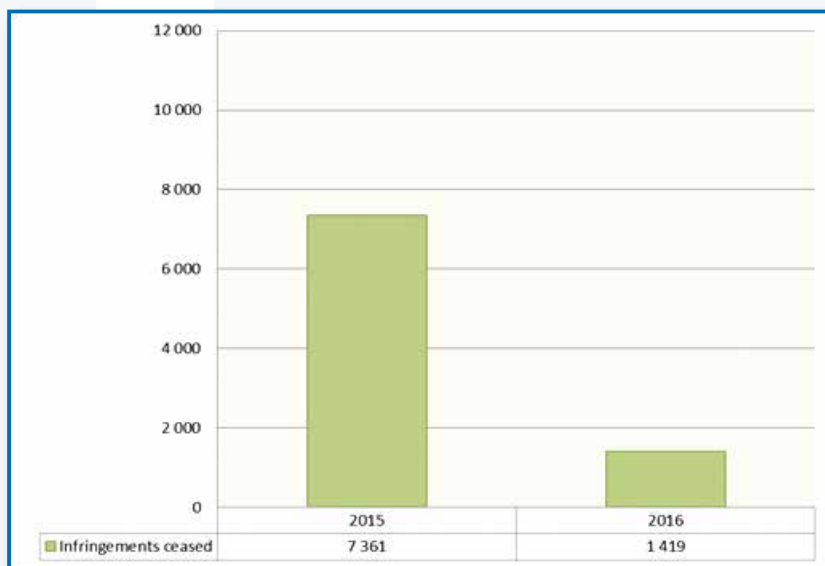
### 1. Google'i otsingumootor (torrent, streaming, failimahutuskeskkondade lingid)

Google on enamikule arvutikasutajatest peamiseks abivahendiks loomesisu hankimisel. Aastatepikkune koostöö ISP-dega, pidev kohalike veebikeskkondade jälgimine ja ebaseaduslike veebilehtede eemaldamine on tänaseks loonud olukorra, kus kohalikes veebikeskkondades laiahaardelisi autoriõiguse rikkumisi enam nii palju ei esine. Peamised autoriõiguse rikkumised leiavad aset välisserverite vahendusel, erinevate välismaiste veebikeskkondade abiga. Google.ee ja Youtube on Eestis enamkülastatavad veebikeskkonnad. EAKO kuulub Google'i usaldusväärse autoriõiguste eemaldamise programmi (Google Trusted Copyright Removal Program – TCRP) ning õigust rikkuvate linkide eemaldamine Google'i otsingumootorist on alates 2015. a olnud EAKO üks peamisi prioriteete. 2016. aastal tuvastati ja eemaldati Google'i otsingumootorist 29 001 õigust rikkuvat linki. Seeläbi on vähenenud õigust rikkuva sisu leitavus läbi Google'i otsingumootori.

EAKO monitooringus peamised õigust rikkuvad domeenid, mis on seotud filmide ebaseadusliku levikuga 2016. aastal:	EAKO monitooringus peamised õigust rikkuvad domeenid, mis on seotud muusika ebaseadusliku levikuga 2016. aastal:
thepiratebay.org	chomikuj.pl
piratetorrents.net	cloud-vibe.com

torrentz.eu	mp3cube.net
torrentsmovies.net	my-free-mp3.website
kaspermovies.com	vibeclouds.net
kat.cr	vibe3.com
thepiratebay.bid	mp3monkey.net
torrentbutler.eu	my-free-mp3.com
freemoviedownload.me	mp3-skulls.us
thepiratebay.se	4shared.com
nachostime.net	uloz.to
treetorrent.com	top100mp3.ru
vitorrentz.co	aiomp3.com
anytorr.com	mp3creek.ru
rutracker.org	rappro.net

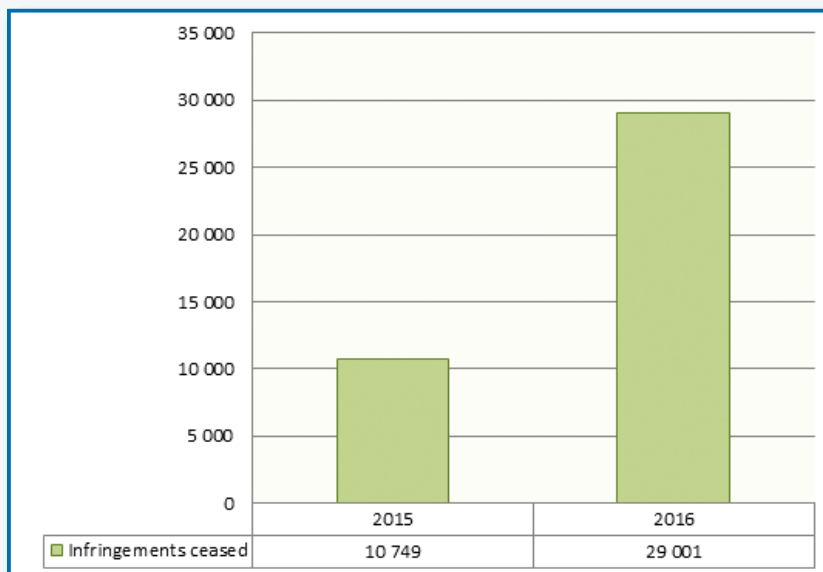
### Google'ist eemaldatud õigusi rikkuvad lingid



## 2. Voogedastusega lehed (Streaming Sites)

Voogedastusega lehti nagu Youtube, Vimeo, Dailymotion jt kasutatakse endiselt aktiivselt nii muusika kui ka filmide üldsusele suunamiseks, kuid nendes keskkondades rakendatakse üha rohkem automatiseeritud sisutuvastuse rakendusi, mis vähendavad õigust rikkuva sisu levikut. Eesti loomingu osas püsivad need siiski endiselt väga probleemsetena. Google'i otsingumootorist teose otsimisel kuvatakse sageli otselinke õigusi rikkuvale sisule, mis paikneb mõnel üldtuntud voogedastuse lehel. Endiselt on levinud otselinkide jagamine ebaseaduslikule sisule voogedastuse lehe kaudu. EAKO jälgib voogedastuse lehti nii Google'i otsingumootori vahendusel kui ka otse, lähtudes liikmete soovidest. 2016. aastal tuvastati ja lõpetati neis keskkondades 1419 õigusrikkumist.

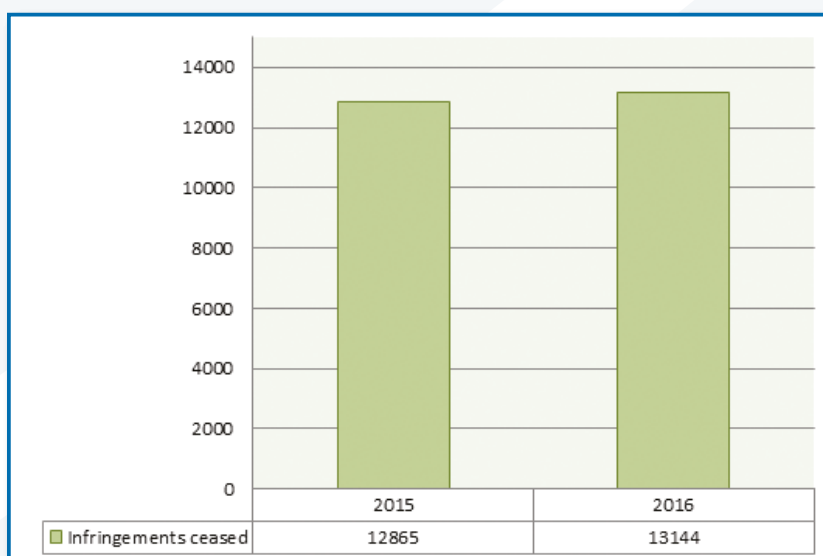
### Voogedastuse lehtedel lõpetatud õigusrikkumised



### 3. Failimahutuskeskkonnad (Direct Download Sites)

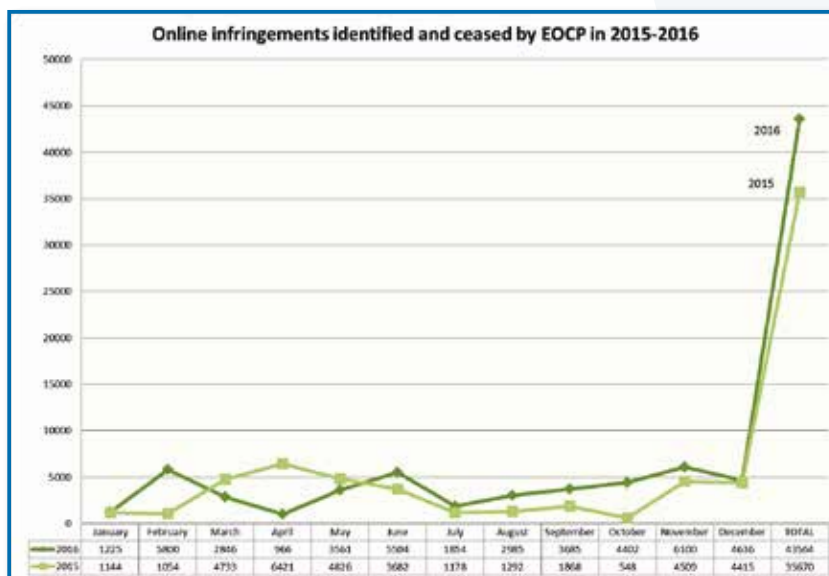
Failimahutuskeskkondade ja neid siduvate otsingumootorite populaarsus on muusika osas endiselt suur. Samuti kasutatakse failimahutuskeskkondi mitmete filmide voogedastust pakkuvate veebikeskkondade poolt. EAKO haldab Eesti repertuaari nimekirja IFPI monitooringusüsteemis ja organiseerib pidevalt monitoorimissüsteemi uuendamist, et eemaldada Eesti muusika allalaadimise võimalused kõige populaarsematest failimahutuskeskkondadest. Filmide osas lähtub EAKO peamiselt Google'i otsingumootoris tuvastatud linkidest ja eemaldab vastava sisu sellest lähtuvalt. 2016. aastal tuvastati ja lõpetati neis keskkondades 13 144 õigusrikkumist.

### Failimahutus keskkondades lõpetatud õigusrikkumised



2016. aastal on EAKO tuvastanud ja lõpetanud veebikeskkonnas kokku 43 564 õigusrikkumist.

## Veebikeskkonnas lõpetatud õigusrikkumised



## Olulisemad teadvustusprojektid

EAKO viib aastatel 2015–2017 läbi kaks konkurssi Tallinna Ülikooli tudengite seas digitaalse piraatluse vastase meediaklipi kohta. Konkursi peamiseks eesmärgiks on suurendada Eesti ühiskonna teadlikkust autoriõigustest ja teoste ausa kasutamise tähtsusest. Konkursi võidutööd kasutatakse aprillis ülemaailmse intellektuaalse omandi päeva raames ja seda on plaanitud näidata kinodes ja televisioonis. Esimese konkursiga alustati 2015. a sügisel. Võidutöö avalikustati 26. aprillil 2016. a Forum Cinemasi kinosaaalis, kus toimus AmCham Estonia iga-aastane ülemaailmse intellektuaalse omandi päevale suunatud üritus. EAKO on AmCham Estonia IPR Komitee ekspertliige ja seega oli seotud vastava ürituse organiseerimisega. Üritusel andis Maris Leemets, AmCham IPR Komitee juht, ülevaate komitee tegevusest ja peamistest eesmärkidest, milleks on intellektuaalse omandi parema kaitse tagamisele suunatud tegevused ja sellega seotud partnerite kokkuviiimine. Justiitsministeeriumi esindajana oli kohal Kai Härmand, kes selgitas ministeeriumi osa, et toetada intellektuaalse omandi kaitset ja selle teema tähtsust. Urmas Ambur Eesti Esitajate Liidu tegevjuhina andis ülevaate, kuidas intellektuaalse omandi kaitse vajadused on aastate jooksul muutunud. EAKO koos USA suursaatkonna suursaadikuga kuulutasid välja selleaastase konkursi võidutöö, mis oli suunatud digitaalse piraatluse vastu. Kõigil kohalviibijatel oli võimalik konkursi võidutööd ka esmakordselt suurelt ekraanilt näha. Võidutöö autoriteks olid Tallinna Ülikooli tudengid ja see kandis sõnumit „Austa artisti! Lõpeta piraatlus!“. Võidutööd näidati enne filmiseansi algust nii Forum Cinemas kui ka Apollo kinodes. TV3 tegi konkursiga seonduvast sündmusest uudisloo, mille käigus näidati ka konkursi võidutööd Seitsmestes uudistes.





*Tallinna Ülikooli tudengite piraatluse vastane sõnum*

Teise konkursiga alustati 2016. a oktoobris ja võidutöö valitakse 2017. a ning avalikustatakse ülemaailmse intellektuaalse omandi päeva puhul 26. aprillil 2017. Projekti koostööpartnerid: Ameerika Ühendriikide suursaatkond, Tallinna Ülikool ja Forum Cinemas AS.

## Patendiamet

Eve Tang

Patendiameti kommunikatsioonijuht

Patendiamet on justiitsministeeriumi valitsemisalasse kuuluv valitsusasutus, mis viib ellu riigi majanduspoliitikat tööstusomandi õiguskaitse valdkonnas. Patendiamet tegeleb õiguskaitse andmisega neile tööstusomandi liikidele:

- patendid,
- kasulikud mudelid,
- Eestis jõustamiseks esitatud Euroopa patendid,
- kaubamärgid,
- tööstusdisainilahendused,
- geograafilised tähised,
- mikrolülituste topoloogiad.

Oma ülesannete täitmisel esindab amet Eesti riiki, kes on ühinenud kõigi tähtsamate rahvusvaheliste lepingutega tööstusomandi valdkonnas. Patendiameti põhiülesanne on tööstusomandi esemetele õiguskaitse andmine riigi nimel (st erapooletu ekspertiisi tegemine kehtiva seadusandluse ning rahvusvahelise praktika kohaselt), registreerimine ja avalikkuse teavitamine õiguskaitse andmisest ning selle kehtivusest (st bülletäänide regulaarne ilmumine ja andmevahetus EPO, WIPO ja EUIPO-ga).

Patendiameti perioodilised ametlikud väljaanded Eest Patendileht, Eesti Kasuliku Mudeli Leht, Eesti Kaubamärgileht ja Eesti Tööstusdisainilahenduse Leht ilmuvad elektroonselt. Patendiameti kodulehe kaudu on kättesaadavad leiutiste, kaubamärkide, tööstusdisainilahenduste ja geograafiliste tähiste andmebaasid.

Riigilõivud Patendiameti toimingute eest laekuvad riigilõivuseaduse kohaselt riigieelarvesse rahandusministeeriumi kontodele. Patendiameti tegevusest tuli 2016. aastal riigieelarvesse 0,94 miljonit eurot puhastulu. 3,2 miljonit eurot kokku laekus riigilõivudena riigieelarvesse.

### Patendiametile esitatud taotluste statistika

Liik	2015. aasta taotluste koguarv	2016. aasta taotluste koguarv
Patendid	36	30
Tööstusdisainilahendused	50	71
Kasulikud mudelid	82	61
Kaubamärgid	1 320	1 157

E-taotluste arv suurenes ka 2016. aastal. Elektroonilisi kanaleid pidi laekus Patendiametisse 82% Euroopa patendi jõustamise taotlustest, 70% patenditaotlustest, 62% kasuliku mudeli taotlustest ja 68% kaubamärgitaotlustest.

Kui taotlus on Patendiametile laekunud, algab selle menetlus. Leiutist saab kaitsta patendiga või kasuliku mudelina. Leiutis peab olema uus, omama leiutustaset ja olema tööstuslikult kasutatav. Patendiga võrreldes on kasulikud mudelid nõuded leiutustasemele madalamad, kuid patendi menetlus on pikem, sest tehakse täisekspertiis. Kaubamärgitaotluste menetlemisel on kasutusel täisekspertiisisüsteem, st kaubamärke kontrollitakse nii absoluutsete kui suhteliste õiguskaitset välistavate asjaolude (varasem õigus) suhtes. Tööstusdisainilahenduse puhul kehtib registreerimissüsteem.

2016. a olid Patendiametis menetluste tähtajad järgmised:

- 23,7 kuud patenditaotluse menetlus,
- 11,1 kuud kasuliku mudeli taotluse menetlus,
- 8,8 kuud siseriikliku kaubamärgi menetlus,
- 8,0 kuud kaubamärgi rahvusvahelise registreeringu taotlus,
- 1,4 kuud tööstusdisainilahenduse taotluse menetlus.

2016. a oli suurte muudatuste aasta tervele Patendiametile. Ellu hakati viima aastatepikkuse töö tulemusi kaubamärgialase tegevuse uuendamisel Euroopa Liidu ulatuses. Muudatused puudutasid nii õiguskorraldust kõige laiemas tähenduses kui ka muutusi kaubamärgi ekspertiisi tegemise põhimõtetes Patendiametis.

Välja vahetati vana, juba 20 aastat toiminud teabesüsteem kaubamärgi- ja tööstusdisainilahenduste taotluste menetluseks. Uus tarkvara Back Office võimaldas tänapäevastada ka avalikkusele pakutavaid teenuseid, nagu mobiilisõbralikud andmebaasid ja veebitaotluste vastuvõtu portaal. Back office on juurutatud koostöös Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametiga (EUIPO).

Eesti on Maailma Intellektuaalomandi Organisatsiooni (WIPO) liige aastast 1994. Patendiamet vahendab oma klientidele paljusid WIPO e-teenuseid. 2016. a valmistati ette liitumine WIPO digitaalse juurdepääsusüsteemiga prioriteedidokumentidele (WIPO DAS – *digital access system*). Süsteem võimaldab lisada esmase leiutisetaotluse dokumendi WIPO digitaalsesse andmekogusse, mis teeb leiutisetaotluse esitamise ja menetlemise protseduuri kiiremaks ja odavamaks. Seda teenust saab kasutada nii rahvusliku patendi kui ka kasuliku mudeli taotluste puhul.

Patendiamet korraldab ja vahendab WIPO konverentse ja seminare Eestis. Patendiameti vahendusel annab WIPO igal aastal üle õpilasleiutajate auhinna Eesti noorele leiutajale.

2016. a alustati WIPO-ga koostöös pilootprojekti Balti riikide intellektuaalomandi kommertsialiseerimise spetsialistide võrgustiku loomiseks. Eestist osalevad lisaks Patendiametile Tartu Ülikool, Maaülikool, Tallinna Tehnikaülikool ja Tallinna Tehnikakõrgkool.

Eesti ühines Euroopa patendikonventsiooniga 2002. a ja on sellest ajast Euroopa Patendiorganisatsiooni täisliige. Euroopa patendisüsteem on väga paindlik. Patenditaotluse esitajal on võimalik taotleda kaitset valikuliselt – kas kõigis liikmesriikides korraga või sõltuvalt majanduslikest huvidest ainult mõnes üksikus riigis. Patendiamet osaleb Euroopa Patendiorganisatsiooni haldusnõukogu, eelarve- ja finantskomitee ning patendiõiguse

komitee ja mitmete töögruppide töös ning patendiekspertiisi tegemiseks. Eestis kasutatakse EPO andmebaase ja ekspertiisjuhendeid.

Intellektuaalomandi teadlikkuse tõstmiseks ja taotluste paremaks ettevalmistamiseks korraldas Patendiamet eelmisel aastal 27 tasuta teabeüritust. Lektoritena olid kaasatud Patendiameti eksperdid. Väikeettevõtjatele anti tasuta konsultatsioone Patendiametis kohapeal 238 huvilisele leiutiste teemadel, 116 inimesele kaubamärgiteemadel ja 57 inimesele tööstusdisainist. Samuti anti pidevalt konsultatsioone telefoni ja e-posti teel ning teavitati avalikkust sotsiaalmeediakanalites. Anti välja valik tööstusomandit tutvustavaid voldikuid jm väljaandeid, mis on tasuta saadaval nii paber- kui ka e-trükisena ja epub-formaadis allalaadimiseks Patendiameti veebilehelt.



*WIPO auhinna üleandmine õpilasteleutajate riiklikul konkursil*

*Foto: Aavo Kaine*

## Tööstusomandi apellatsioonikomisjon

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon on sõltumatu kohtueelne organ, mis lahendab tööstusomandi seadustes sätestatud juhtudel taotleja kaebusi Patendiameti otsuste vaidlustamiseks ning huvitatud isiku ja taotleja või omaniku vaidlusi huvitatud isiku avalduse alusel.

Komisjon tegutseb tööstusomandi õiguskorralduste aluste seaduse, tööstusomandi seaduste, rahvusvaheliste lepingute ning vabariigi valitsuse ja ministrite määruste järgi. Kui mõni tööstusomandi õiguskaitse küsimus ei ole seaduse või rahvusvahelise lepinguga reguleeritud, juhendatakse Euroopa riikides Euroopa õiguse või riigisisese õiguse kohaldamise praktikast.

## Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni otsused 2016. aastal

Allpool mõned näited tööstusomandi apellatsioonikomisjoni tehtud otsustest.

### OTSUS nr 1609-o

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Margus Tähepõld (eesistuja), Tanel Kalmet ja Priit Lello, vaatas kirjalikus menetluses läbi AS-i Eesti Loto kaebuse Patendiameti 24.04.2015 otsusele kaubamärgi

„VIKING LOTTO + kuju” (M201200487, taotluse esitamise kuupäev 23.05.2012) osalise registreerimisest keeldumise kohta.

Kaebaja kaubamärk	Vastandatud kaubamärk
	VIKING (reg nr 22255)- taotluse esitamise kuupäev 19.05.1995 klassi 16 kaupade osas
	VIKING (CTM 009816208)- taotluse esitamise kuupäev 16.03.2011 klassi 41 kaupade osas

### Asjaolud

AS Eesti Loto (edaspidi ka kaebaja) on seisukohal, et Patendiamet on põhjendamatult jätnud hindamata kaebaja kaubamärgi üldtuntuse ning ei ole seda arvesse võtnud äravahetamise tõenäosuse hindamisel ning seetõttu tuleb Patendiameti otsus tühistada.

Patendiamet jäi kokkuvõttes seisukohale, et kuivõrd käesoleval juhul on taotleja ja varasemate kaubamärkide kokkulangevad kaubad ning teenused identsed ja turusituatsioonis ei ole tarbijal enamasti võimalik märke kõrvuti võrrelda, võib tarbijaskond (trükiste, mängude ja meelelahutuse puhul kogu avalikkus) võrreldavad kaubamärgid hoolimata teatavast visuaalsest ja foneetilisest erinevusest omavahel ära vahetada ning uskuda, et vaadeldavad kaubad ja teenused pärinevad samast ettevõttest või omavahel majanduslikult seotud ettevõtetest.



### Apellatsioonikomisjoni otsus:

Tühistada Patendiameti 24.04.2015 otsus nr 7/M201200487 ja kohustada Patendiametit jätkama menetlust apellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

### OTSUS nr 1622-o

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Margus Tähepõld (eesistuja), Tanel Kalmet ja Kerli Tillberg, vaatas kirjalikus menetluses läbi OÜ Rally Estonia (Veerenni 56a, 11313 Tallinn) kaebuse Patendiameti 15.06.2015 otsuse peale, millega keelduti kaubamärgi „RALLY ESTONIA” (taotlus nr M201000839) registreerimisest klassides 25 ja 41.

### Asjaolud

18.08.2015 esitas OÜ Rally Estonia (keda volikirja alusel esindab patendivolinik Almar Sehver) tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi komisjon või TOAK) kaebuse Patendiameti 15.06.2015 otsuse nr 7/M201000839 peale, millega keelduti kaubamärgi „RALLY ESTONIA” registreerimisest klassides 25 ja 41 järgmiste kaupade ja teenuste osas:

- klass 25: rõivad, jalatsid, peakatted
- klass 41: haridus; väljaõpe; meelelahutus; spordi- ja kultuurialane tegevus, sh meelelahutus- ja puhketeave, teave spordiürituste kohta; spordivõistluste korraldamine; mootorispori ürituste- ja võistluste korraldamine, eelnimetatud teenuste alane teave ja konsultatsioon.

Patendiamet keeldus 15.06.2015 kaubamärgi registreerimast kõikide taotletud kaupade ja teenuste suhtes kirjeldavuse (KaMS § 9 lg 1 p 3) ja eristusvõime puudumise (KaMS § 9 lg 1 p 1) alusel ning leidis, et kaubamärk ei ole omandanud eristusvõimet kasutamise tulemusena (KaMS § 9 lg 2). Kaubamärgi kirjeldavuse tõendamiseks esitas Patendiamet kaebajale 14.06.2012 materjalid, millele on tuginetud vaidlustatud Patendiameti otsuse punktides 3.1 ja 3.2.

Kaebaja on esitanud menetluse käigus 22.02.2012, 14.06.2012, 02.05.2013 ja 14.05.2013, 17.09.2014 ning 14.01.2015 esitanud Patendiametile vastuväited mõlema õiguskaitset välistava asjaolu kohaldamise kohta ning materjale kaubamärgi omandatud eristusvõime tõendamiseks.

Kaebaja selgitab, et kaubamärgi õiguskaitset välistavate asjaolude kontroll peab puudutama iga kaupa ja teenust ning keeldumine peab olema põhjendatud iga kauba ja teenuse osas, üldine põhjendus on lubatav vaid homogeensete kauba- või teenuserühmade puhul. Sama põhimõtte tuleneb ka KaMS § 39 lõikest 3. Patendiameti otsusest ei selgu, milline on keeldumise alus ja põhjendus konkreetsete kaupade (klass 25) ja teenuste (klass 41) puhul. Patendiamet on kaubamärgi registreerimisest keeldunud alljärgnevatel põhjustel.

KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaselt ei saa õiguskaitset kaubamärk, mis koosneb üksnes kaupade või teenuste liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu, kaupade tootmise või teenuste osutamise aega võikaupade 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.



KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaselt ei saa registreerida kaubamärke, mis koosnevad üksnes tähistest, mida on võimalik kasutada nende kaupade või teenuste kirjeldamiseks, mille suhtes märgi registreerimist soovitakse. Antud 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 kirjeldavatest tähistest, kaubamärgina registreerimiseks sobivad. Antud sätte kohaldamiseks ei ole vaja, et konkreetne tähis oleks kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise hetkel tegelikult kasutusel taotluses nimetatud kaupu või teenuseid või nende omadusi kirjeldavana. Piisab sellest, nagu sätte sõnastus ise viitab, et sellised märgid ja tähised võivad olla kasutusel sellistel eesmärkidel. Märgi registreerimisest tuleb seetõttu antud sätte alusel keelduda, kui vähemalt üks võimalikest tähendustest näitab asjakohase kauba või teenuse omadust. Eeltoodud seisukohti on Euroopa Liidu Kohus esitanud mitmetes otsustes, näiteks C-191/01P, C-363/99.

**Apellatsioonikomisjoni otsus:**

kaebus rahuldada, tühistada Patendiameti 15.06.2015 otsus nr 7/M201000839 kaubamärgi „RALLY ESTONIA” registreerimisest keeldumise kohta ning kohustada Patendiametit jätkama menetlust käesolevas otsuses toodud asjaolusid arvestades.

## Intellektuaalse omandi alased kohtulahendid

Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasirde Keskus koostab ja arendab andmebaasi Eesti Vabariigi ringkonnakohtute ning Riigikohtu intellektuaalse omandi alastest lahenditest. 2016. aastal sai lahendi 12 intellektuaalomandit puudutavat kohtuasja. Neist kuus käsitlesid kaubamärgi õiguse rikkumisi ja üks puudutas nii kaubamärgi kui ka tööstusdisainilahenduse ainuõiguse rikkumist. Viiel korral oli arutusel patendiõiguse rikkumine ja üks lahend puudutas autoriõiguse teemat.

Allpool näide kaubamärgilahendist, mille sisuks oli Inter IKEA Systems B.V. hagi OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus vastu kaubamärgi KEA + kuju õiguskaitset välistava asjaolu kindlakstegemiseks ja kaubamärgiomaniku ainuõigust rikkuva tegevuse lõpetamiseks.

<b>Kohus</b>	Tallinna Ringkonnakohtus
<b>Kohtukoosseis</b>	Tiit Kollom (eesistuja), Reet Allikvere ja Ulvi Loonurm
<b>Otsuse tegemise aeg ja koht</b>	18.04.2016 Tallinnas
<b>Tsiviilasja number</b>	2-14-19740
<b>Tsiviilasi</b>	Inter IKEA Systems B.V. hagi OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus vastu kaubamärgi KEA + kuju õiguskaitset välistava asjaolu kindlakstegemiseks ja kaubamärgiomaniku ainuõigust rikkuva tegevuse lõpetamiseks
<b>Tsiviilasja hind apellatsioonimenetluses</b>	7000 eurot
<b>Vaidlustatud kohtulahend</b>	Harju Maakohtu 06.03.2015 otsus
<b>Kaebuse esitaja ja kaebuse liik</b>	Inter IKEA Systems B.V. apellatsioonkaebus
<b>Menetlusosalised ja nende esindajad</b>	Hageja Inter IKEA Systems B.V. (RK 000005266459), lepinguline esindaja patendivolnik Mikas Miniotas Kostja OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus (RK 10179997), lepingulised esindajad patendivolnikud Urmas Kauler ja Kristjan Leppik
<b>Menetluse liik</b>	Kirjalik menetlus

### RESOLUTSIOON

Jätta Harju Maakohtu 06.03.2015 otsus tsiviilasjas nr. 2-14-19740 muutmata, arvestades ka ringkonnakohtu otsuse põhjendusi, hageja apellatsioonkaebus rahuldamata ja poolte apellatsiooniastmega seotud menetluskulud Inter IKEA Systems B.V. kanda.

### Edasikaebamise kord


Otsusele võivad menetlusosalised vandeadvokaadi vahendusel esitada kassatsioonkaebuse otse Riigikohtule 30 päeva jooksul otsuse kättetoimetamisest arvates.

## Selgitus


TsMS § 218 lg 4 kohaselt võib hagimenetluses Riigikohtus menetlusosaline ise esitada menetlusabi saamise taotluse. TsMS § 187 lg 6 kohaselt peab seaduses sätestatud tähtaja järgimiseks tegema menetlusabi taotleja tähtaja kestel ka menetlustoimingu, mille tegemiseks ta menetlusabi taotleb, eelkõige esitama kaebuse. Kaebuse põhjendamiseks või riigilõivu tasumiseks või kaebuses esineva sellise puuduse kõrvaldamiseks, mis on seotud menetlusabi taotlemisega, annab kohus mõistliku tähtaja pärast menetlusabi andmise taotluse lahendamist, kui nimetatud taotlus ei olnud esitatud põhjendamatult või tähtaja pikendamise eesmärgil. See ei välista menetlustähtaja ennistamist.


Kuna maakohus kohtuotsuses menetluskulude rahalist suurust kindlaks ei määranud, siis määrab maakohus menetluskulude rahalise suuruse kindlaks pärast kohtuotsuse jõustumist TsMS § 177 lõikes 2 sätestatud korras (TsMS § 174 lg 4).


## Asjaolud

Inter IKEA Systems B.V. esitas 20.05.2014 hagi Harju Maakohtusse OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskuse vastu kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) õiguskaitset välistava asjaolu kindlakstegemiseks ja kaubamärgiomaniku ainuõigust rikkuva tegevuse lõpetamiseks. Menetluse käigus hageja täpsustas nõuet ja lõpliku nõudena palus tuvastada kostja kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) suhtes KaMS § 10 lg 1 p-s 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest registreerimisnumbriga 000109652 IKEA ja registreerimisnumbriga 000109637 IKEA + kuju. Hageja palus kostjat kohustada hoiduma tulevikus hageja kaubamärkidest registreerimisnumbriga 000109652 IKEA ja registreerimisnumbriga 000109637 IKEA + kuju tulenevate õiguste rikkumisest, sh tähise  kasutamisest (nii värvilisel kui ka mustvalgel kujul) klassi 41 teenuste haridusalased kursused osas.

Hageja viitas muuhulgas VÕS § 1055 lg 3 p-le 1 ja palus kostjal keelata tema kaubamärkidest tuleneva ainuõiguse rikkumine ning kohustada kostjat hoiduma rikkumisest tulevikus.

Hageja on Hollandis registreeritud äriühing, kellele kuulub Euroopa Ühenduses sõnaline kaubamärk IKEA – registreering nr 000109652, registreerimise kuupäev 01.10.1998, sh klassi 41 teenuste osas. Samuti kuuluvad hagejale Euroopa Ühenduses kujutismärk  kaubamärgiregistreering nr 000109637, registreerimise kuupäev 08.10.1998, sh klassi 41 teenuste osas.




Kaubamärgilehest nr 01/2011 nähtub, et Eesti Patendiamet on otsustanud registreerida kostjale alljärgneva kaubamärgi:  taotluse nr M200500797, taotluse esitamise kuupäev 15.06.2005, klassi 9, 16, 35, 41 ja 42 kuuluvate kaupade ja teenuste osas. 28.06.2011 kostja piiras oma kaubamärgi teenuste loetelu ja jättis alles vaid klassi 41 teenused „haridusteenused, koolitusteenused; täiskasvanute täiend- ja ümberõpe; kutsenõustus”.

02.04.2012 muutis kostja oma ettevõtte õigusliku vormi osahinguks OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus. Kostja kasutab oma kodulehel ning arvatavasti ka teistes ettevõttega seotud materjalides järgmist logo: .

Hageja vaidlustas 03.03.2011 Patendiameti otsuse tööstusomandi apellatsioonikomisjonis, kes jättis 31.03.2014 otsusega nr 1314-o hageja vaidlustusavalduse rahuldamata.

Patendiameti otsus anda Eestis õiguskaitse kaubamärgile KEA + kuju on ebaõige ning vastuolus kaubamärgiseaduse normidega. Kaubamärgi KEA + kuju registreerimine on vastuolus KaMS § 10 lg 1 p-ga 2. Kostja kaubamärgi KEA + kuju on sarnane hageja registreeritud IKEA kaubamärkidega.

#### Vaadeldavate kaubamärkide reproduktioonid on alljärgnevad:

IKEA	
	

Vaadeldavate kaubamärkide sarnasus põhineb eelkõige nende identsel osal „-KEA” ning samuti ovaali kasutusel.

Mõlemas märgis on domineerivad sõnad IKEA ja KEA lühikesed ning erinevad vaid ühe tähe poolest, mis on hageja märgi algustäht „I”. Visuaalselt on märgid sarnased ovaali kujutise kasutuse tõttu. Võrreldavate märkide visuaalsed erinevused, mis tulenevad noolest ja „I” tähest, ei ole piisavad.

Hageja leidis, et kaubamärgid on sarnased ka foneetiliselt. Hageja kaubamärgid koosnevad kolmest silbist „I-KE-A”. Kostja kaubamärk ühest silbist „KEA”. Hageja kaubamärgi kaks silpi |KE| ja |A| on identsed oma häälduse poolest kostja kaubamärgi silbiga |KEA|. Hageja kaubamärgi esimest tähte I hääldatakse lühidalt ning ülejäänud tähti hääldatakse identselt. I tähest tulenev erinevus ei ole niivõrd suur ja mõjuv, et muudaks vaadeldavaid kaubamärke foneetiliselt erinevateks.

Hageja leidis, et kaubamärkidel on kontseptuaalne sarnasus. Tähis IKEA on tuletatud hageja asutaja nimest ja talu ning linna nimedest, kust asutaja on pärit. Tarbija ei ole sellest teadlik. Seega puudub hageja kaubamärgil semantiline tähendus. Keskmise tarbija ei ole teadlik asjaolust, et KEA on ettevõtte OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus akronüüm. Seega on mõlema sõna puhul tegemist tehissõnadega, mis ei oma mingit kontseptuaalset tähendust.

Vaadeldavate kaubamärkide teenuste loetelud klassis 41 on identsed või äärmiselt sarnased. Hageja Euroopa Ühenduse kaubamärgiregistreeringute nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju klassi 41 teenused on „educational courses” ehk haridusalased kursused. Kostja kaubamärgiga KEA + kuju on tähistatud klassi 41 teenused „haridusteenused, koolitusteenused; täiskasvanute täiend- ja ümberõpe; kutsenõustus”. Hageja haridusalased kursused on lai mõiste, mis hõlmab endas haridusteenuseid, koolitusteenuseid ja täiskasvanute täiend- ja ümberõpet ja seega on identsed. Kostja kutsenõustuse teenuse osas on tegemist sarnaste teenustega.

Märkide äravahetamise tõenäosus on olemas. Segiajamise tõenäosus seisneb selles, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või

ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt. Segiajamise tõenäosust tuleb hinnata igakülgset, vastavalt sellele, kuidas asjaomane avalikkus kõnealuseid tähiseid ja kaupu või teenuseid tajub, ning pidades silmas kõiki juhtumit iseloomustavaid asjaolusid, eelkõige tähiste sarnasuse ning nendega tähistatud kaupade või teenuste sarnasuse vastastikust sõltuvust. Äravahetamise tõenäosuse igakülgisel hindamisel tuleb vastandatud kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse osas lähtuda kaubamärkidest jäävast tervikmuljest, võttes arvesse eriti nende eristavaid ja domineerivaid osi.



Seega tuleks kaubamärkide võrdlusel keskenduda sõnale KEA, mis on kostja kaubamärgi domineeriv element. Vaadeldavate kaubamärkide domineerivad elemendid KEA ja IKEA on äärmiselt sarnased. Hageja kaubamärgiga IKEA tähistatud kaup ja teenused omavad Eestis kõrget mainet. IKEA kaubamärk on läbi aastate teeninud laitmatu reputatsiooni oma kaupade ja teenuste osas. Tarbijad usaldavad IKEA kaubamärgiga tähistatud kaupa/teenust ja selle kvaliteeti. Eeltoodust tulenevalt on hageja kaubamärgid tugeva eristusvõimega ja äravahetamise tõenäosuse oht on suur.

KaMS § 10 lg 1 p 3 ei näe ette, et märkide sarnasus esineks sellisel määral, mis võiks kaasa tuua vaadeldavate kaubamärkide äravahetamise, piisab vaid sarnasusest. Hageja kaubamärkide mainet on ebaõiglaselt ära kasutatud. See on seotud mitte kaubamärgi kahjustamise, vaid eelistega, mida kostja saab identse või sarnase tähise kasutamisest.

Hageja leidis, et IKEA kaubamärk on üldtuntud ning palus kohtul lugeda IKEA kaubamärk Eestis üldtuntuks enne 15.06.2005. Palve tunnistada IKEA kaubamärk üldtuntuks ei olnud hageja iseseisev nõue, vaid seda oli vaja kui ühte asjaolu äravahetamise tõenäosuse hindamisel ja maine ning eristusvõime kahjustamise või ebaausa ära kasutamise tuvastamiseks.

Hageja leidis, et kostja kaubamärk kahjustab tema kaubamärkide eristusvõimet ning viitas Euroopa Kohtu otsusele C-252/07 Intel Corporation Inc. vs CPM United Kingdom Ltd. Varasema kaubamärgi omanik ei pea oma kaubamärgile tegeliku kahju tekitamist tõendama. Varasema kaubamärgi omanik peab tõendama selliste tegurite olemasolu, mis võimaldavad järeldada, et esineb tõsine oht, et tema kaubamärgile tulevikus kahju tekitatakse. Kostja kaubamärgi registreerimine nõrgendab hageja märgi eristusvõimet, sest märk ei ole enam võimeline koheselt seostuma hageja toodetega või teenustega, sest tekib oht, et seda seostatakse ka kostja teenustega. Hagejal ei ole võimalik kontrollida või mõjutada kostja kaubamärgiga tähistatud teenuste kvaliteeti ja sellega seotud mainet.

Kui tarbijad võivad hageja ja kostja kaubamärke omavahel seostada, võib kostja ebaausalt ära kasutada hageja kaubamärkidega seostatud head mainet. Hageja arvates on üldteada, et sarnasus mainekate kaubamärkidega on väga kasulik, kuna asudes maineka kaubamärgi kiiluvees, saadakse kasu selle atraktiivsusest, reputatsioonist ja prestiižist ning kasutatakse seda rahalist hüvitist maksmata.

Hagejale teadolevalt kasutab kostja oma teenuste tähistamiseks tähist  mis on hageja registreeritud kaubamärkidega veel sarnasem kui kaubamärgitaotluses (M200500797) esitatud tähis, kuna on kasutatud identset sinise ja kollase värvi kombinatsiooni. See muudab vaadeldavad kaubamärgid visuaalselt veelgi sarnasemaks. Lisaks sellele on hagejal registreeritud  Euroopa Ühenduses kujutismärk nr 000878702, mis visuaalselt sarnaneb ovaali ning sinise ja kollase värvi kombinatsiooni kasutusest.



Hageja pakub erinevaid koolitusprogramme ja töötubasid, mis kujundavad koos ülejäänud teenuste ja kaupadega terviklikku hageja brändi. Kuigi koolitused ei toimu Eestis, ei ole välistatud, et Eesti tarbijad satuvad sellistele koolitustele

## Kostja vastus

### Kostja hagi ei tunnistanud.

Hageja on kostja ärinime OÜ Kesk-Eesti Arenduskeskus akronüümina ekslikult toonud tähise KEAK. Tegemist on põhjendamata lühendi kasutamisega, mille eesmärgiks on soov tõenäoliselt tekitada kohtus muljet, et kostja kaubamärk on tuletatud hageja kaubamärgist või et kaubamärkide vahel esineb sarnasus, mida tegelikult ei ole. Kostja ärinime akronüüm on KEA ning selline akronüümi moodustamine vastab selgelt tavapärasele praktikale, mitte ei ole kantud eesmärgist hageja õigusi rikkuda või neid mingil viisil pahatahtlikult ära kasutada. Sarnaselt on akronüüme moodustanud Riigimetsa Majandamise Keskus (RMK), Tallinna Tervishoiu Kõrgkool (TTK), jne. Ka tarbijad on Kesk-Eesti Arenduskeskuse akronüümi KEA selgelt omaks võtnud ning pikaajaline probleemideta kasutamine on viimase kinnituseks.

Kostja leidis, et võrreldavad kaubamärgid ei ole tema kaubamärgiga sarnased. Vastandatud kaubamärgi registreeringus nr 000109652 toodud kaubamärk IKEA on sõnaline. Kostja esitas registreerimiseks kombineeritud kaubamärgi, milline koosneb kujundelemendi ja sõnalise osa kombinatsioonist. Kostja kaubamärk koosneb kujundelementidelt paremale osundavast halli värvi noole kujutisest, mille all musta värvi ovaal, omakorda millise sees valget värvi kostja ärinime esitähedest moodustatud akronüüm KEA. Noole kujutis võtab proportsionaalselt enda alla 50% kogu kaubamärgi ulatusest. Ülejäänud 50% moodustab musta värvi ovaali ja valget värvi tähemärkide kombinatsioon.

Tähiste sarnasuse ja sellest tuleneva äravahetamise tõenäosuse hindamisel tuleb aluseks võtta tähiste visuaalseid, foneetilisi ja semantilisi aspekte, kusjuures tähiste hindamine peab põhinema tähistest tekkival üldmuljel, võttes arvesse eriti nende eristavaid ja domineerivaid osi. Otsustav tähtsus on seejuures asjaolul, kuidas asjaomase kauba või teenuste keskmine tarbija tähiseid tervikuna tajub. Keskmine tarbija tajub tähist tervikuna ega analüüsi selle erinevaid detaile.

Kombineeritud kaubamärkide kujundusi võrreldes nähtuvad ilmsed erinevused, millised väljenduvad kostja märgi puhul eriomase noole kasutamises, mis hageja kaubamärkidel puudub. Noole kujundus lisab kostja kaubamärgile selgelt täiendavat eristatavust. Kui hageja kaubamärkide kujundusliku elemendi moodustab risküliku ja ovaali kombinatsioon, siis kostja kaubamärgil riskülik puudub. Vähem oluline ei ole noole ja ovaali kombinatsioon ning ovaali sees akronüümi kasutamine. Teadlikumale tarbijale on tulenevalt kostja pikaajalisest kaubamärgi kasutamisest teada sõna KEA seos kostjaga. Samuti võib lühend KEA osundada Eestis laialt kasutatavale naisenimele või papagoi liigile.

Hageja kombineeritud kaubamärk (registreerimisnumber 000109637) koosneb üksteise sisse paigutatud riskülikust, ovaalist ning sõnalisest osast IKEA. Hageja poolt vastandatud registreering nr 000878702 koosneb sinise risküliku sees asetsevast kollast värvi ovaali kujutisest. Ovaali kui matemaatilise kujundi kasutamine paljude erinevate isikute kaubamärkide koosseisus on tavapärane, mistõttu ei ole mainitud elementide kasutamise



õigus monopoliseeritud hagejale. Seega on ovaal kaubamärkide kujunduses tavapärane element.

Tervikuna kombineeritud kaubamärke võrreldes, ilmnevad olulised visuaalsed erinevused märkide vahel, s.o erinev kujundus, erinev sõnaline osa, selle pikkus ning paigutus. Kui võrrelda hageja sõnalist kaubamärki „IKEA” kostja kaubamärgiga „KEA + kuju”, esinevad olulised visuaalsed erinevused kaubamärkide vahel. Hageja kaubamärgi esitäht I muudab märgid piisavalt selgelt ning arusaadavalt erinevaks. Täiendava täishääliku esinemine sõnalise osa alguses omab olulist mõju visuaalsele ja häälduslikule võrdlusele.

Kaubamärkide eristamisel on 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.

Foneetilised erinevused tulenevad erinevast rõhuasetusest ja erinevustest tähemärkide hulgas. Võrreldes häälduslikult omavahel elemente IKEA ja KEA, muudab erinev algusosa, erinev silpide arv ning erinev rõhuasetus sõnad foneetiliselt selgelt eristavateks. Tavatarbija hääldab hageja kaubamärki rõhuga esimesel silbil ja tähel I, samas kostja kaubamärgi hääldamisel on rõhk tähel E.

Kostja ei nõustunud semantilisel võrdlemisel, et mõlemad võrreldavad sõnad on tehissõnad, millel ei ole tähendust. Kostja kaubamärgis on tajutav ning arusaadav seos kostja ärinimega, s.o akronüümiga KEA. Hageja kaubamärgi analoogne kontseptsioon puudub. Hageja kaubamärk IKEA on tuletatud hageja asutaja ja tema päritolu esitähedest. Kuna kostja kaubamärk ei sarnane hageja sõnalise või kombineeritud kaubamärgiga, ei saa esineda äravahetamise tõenäosust. Kuigi vaadeldavate kaubamärkide sõnalistes osades IKEA ja KEA on kokkulangevad kolm tähte, muudab erinev algusosa märgid tervikuna piisavalt erinevaks, et välistada kaubamärkide äravahetamise tõenäosust. Samuti tuleb arvestada, et kostja taotleb oma kaubamärgile kaitset klassi 41 kuuluvate koolitus- ja haridusteenuste tähistamiseks. Teenuste ning eriti haridus- ja koolitusteenuste tarbijaid ei saa samastada nende kaupade tarbijatega, kes teevad ostuotsuseid reeglina kaupluses müügilette ees.

Eesti tarbija, soovides osaleda erinevatel Eestis korraldatavatel koolitustel, ei saa sattuda Soomes mööbli jaemüügiga tegeleva ja Eestis esindamata ettevõtte kodulehele ning vastupidi. Tarbija, kes soovib osta mööblit, ei eelda, et mööblikauplus pakub talle koolitusi. Seetõttu ei ole tõenäoline märkide äravahetamine ning märkide omanike segiajamine. Kuigi hageja nimele on Eestis registreeritud neli IKEA kaubamärki (registreeringud nr 10788, nr 10615, nr 10579 ja nr 10616), ei ole hageja neid hagiavalduses varasemate õigustena toodud. Hageja ei ole Eestis neid kaubamärke kasutanud. Hageja ei ole Eestis oma kaubamärkidega esindatud, mistõttu on märkide äravahetamine eriti vähetõenäoline.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks peavad üheaegselt esinema järgmised tingimused: hilisem kaubamärk on kas identne või sarnane varasema kaubamärgiga, varasemal kaubamärgil on maine ning hilisema kaubamärgiga võidakse ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi mainet või eristusvõimet. Loetletud tingimused on kumulatiivsed ning normikoosseis ei ole täidetud kasvõi ühe tingimuse mitteesinemise korral.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks peab hageja kaubamärkidel kui varasematel olema maine ja eristusvõime seisuga 15.06.2005, kuid selle kohta on hageja kohtule esitanud asjakohatud tõendid.

Hageja ei ole selgitanud ega põhjendanud, milles seisneb tema kaubamärgi maine ja eristusvõime kahjustamine või ebaaus ärakasutamine. Hagiavaldus on selles osas jäänud paljasõnaliseks ja väheveenvaks. Hageja deklareerib maine ja eristusvõime kahjustamist ning ebaausat ärakasutamist kui fakti. Hageja ei ole kunagi oma kaubamärki Eestis kasutanud, samal ajal kui kostja on oma kaubamärki probleemideta kasutanud juba aastaid.

Asjaolu, et hageja kaubamärgil võib olla maine mööblikaupade tähistamisel, ei ole piisav KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks. Taotletava kaubamärgi ilma tungiva põhjuseta kasutamine peaks kahjustama varasema kaubamärgi eristusvõimet, tekitama kahju varasema kaubamärgi mainele või kasutama ära varasema kaubamärgi eristusvõimet või mainet. Esimest liiki risk tekib siis, kui varasem kaubamärk ei suuda enam tekitada vahetut seost nende kaupadega, mille jaoks see on registreeritud ja kasutusel. See risk tähendab varasema kaubamärgi nõrgendamist, hajutab selle identiteeti ja mõju avalikkuse ettekujutusele. Teist tüüpi oht tekib, kui kaubad või teenused on hõlmatud taotletava kaubamärgiga ning avalikkus võib tajuda, et varasema kaubamärgi atraktiivsus väheneb. Kolmandat tüüpi risk tekib, kui ettekujutus mainekast kaubamärgist või sellele omistatud omadustest kantakse üle taotletava kaubamärgi kaupadele, mistõttu nende turustamine on kergem tänu varasema kaubamärgi mainele. Kui kaks esimest tingimust on täidetud, on Artikli 8 (5) kohaldamiseks piisav ühe riski esinemisest.

Hageja peaks esitama vähemalt rida argumente, mis näitavad, et varasema kaubamärgi ärakasutamine või kahjustamine on tavapäraselt tõenäoline. Maine olemasolu ja kaubamärkide vahelise hüpoteetilise seose võimalus ei tähenda automaatselt, et kaasneb kahju või on loodud ebaõiglaselt soodne olukord taotletud kaubamärgile. Hoolimata kostja kaubamärgi kasutamisest alates 1993. a ei ole enam kui 20 aasta jooksul see hageja kaubamärki kahjustanud.

Kostjaleidis, ettemakaubamärgikasutamisekeelamisenõue on aegunud. Kaubamärgiseaduses sätestatakse õiguste teostamise viisid (§ 14) ning õiguste teostamiseks ajaline piirang, so. viie järjestikuse aasta jooksul kaubamärgi kasutamisest teada saamisest (§ 16 lg 2). Analoogne on Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 2008/95EÜ artikkel 9 lg 1. Kostja on oma kaubamärki „KEA + kuju” kasutanud juba 1993. aastast ning registreerimistaotlus esitati juba 15.06.2005. Järelikult hageja teadis või pidi teadma kostja kaubamärgi kasutamisest vähemalt viie järjestikuse aasta jooksul ning hageja nõustus kasutamisega. Kostja kaubamärgi registreerimistaotlus muutus 15.06.2005 Patendiameti elektroonilises andmebaasis avalikult kättesaadavaks. Hageja pidi jälgima, millal on võimalik kostja kaubamärki tööstusomandi apellatsioonikomisjonis vaidlustada. Vaidlustusavaldus esitati tööstusomandi apellatsioonikomisjonile 03.03.2011. Kaubamärgi ekspertiis Patendiametis kestab reeglina orienteeruvalt aasta kuni poolteist. Seega oli esimene võimalik vaidlustamise aeg 2006 sügisel. Hageja teadis vähemalt nimetatud ajast kostja kaubamärgist ning selle kasutamisest. Seetõttu on hageja poolt 20.05.2014 esitatud nõue aegunud.

Hageja on ekslikult, viitega kostja veebilehele, esitanud kostja kaubamärgi reproduktsiooni ilma sõnalise osata: Kesk-Eesti Arenduskeskus. Mainitud element lisab märgile visuaalset,

foneetilist ja kontseptuaalset erinevust, andes tarbijale selge sõnumi kaubamärgi ja kostja vahelisest seosest. Kujundelementide võrdlemisel on näha, et kostja kaubamärgist moodustab 50% erksavärvilise kollasega kujutatud nool, kuid hageja märkidel noole kujutis puudub. Kostja märgil on sinist värvi ovaal, milline on paigutatud noole alla, kuid hageja märkidel sinist värvi ovaal puudub. Kostja kaubamärgil on ovaali sees esitatud valgete tähtedega sõnalise osa KEA, kuid hageja kaubamärgil ei ole sõnaline osa esitatud valgete tähtedega. Hageja kaubamärkide kujunduslik element sisaldab risküliku kujutist, mis on registreeringutes nr 00878702 ja nr 001672922 sinise värviga, kuid kostja kaubamärgil riskülik mistahes värvides puudub.

Hageja kaubamärkide registreeringutes nr 000109637 ja nr 001672922 on sõnaline osa IKEA esitatud musta või sinise värviga eriomases šriftis, kuid kostja kaubamärgis ei ole sõnaline osa esitatud ei musta ega sinise värviga ega eriomases šriftis. Hageja kaubamärkide registreeringutes on esitatud kollast värvi ovaal, mis asetseb risküliku sees, kuid kostja kaubamärgis kollast värvi ovaal puudub. Sõnalised osad KEA Kesk-Eesti Arenduskeskus ja IKEA erinevad sõnade ja silpide arvu ning häälduse poolest. Kostja kaubamärgis on selge akronüümi KEA tähendusele ning seosele kostjaga, hageja märkidel selline seos puudub.

Kokkuvõttes erineb kostja kasutusel olev kaubamärk hageja vastandatud kaubamärkidest. Ei esine tõenäosust tarbijate poolseks kaubamärkide äravahetamiseks ka seetõttu, et hageja ja kostja on tegevad erinevates turusegmentides, nende tegevusalad ei kattu. Hageja on jätnud selgitamata, millist kahju kostja oma tegevusega tekitab.

Kokkuvõttes erineb kostja kasutusel olev kaubamärk hageja vastandatud kaubamärkidest. Ei esine tõenäosust tarbijate poolseks kaubamärkide äravahetamiseks ka seetõttu, et hageja ja kostja on tegevad erinevates turusegmentides, nende tegevusalad ei kattu. Hageja on jätnud selgitamata, millist kahju kostja oma tegevusega tekitab.





Kostja ei nõustunud hageja väitega, et ta valis teadlikult sarnasuse tõttu hageja kaubamärkidega oma ärinime akronüümiks KEA. Tegu oli tavapärase akronüümi moodustamisega.

Hageja on jätnud tähelepanuta, et kohtupraktika defineerib märkide sarnasust vastavalt asjaomase tarbija seisukohast lähtuvana. Hageja on täielikult jätnud kõrvale tarbija ning tema taju. Kuivõrd kostja kaubamärk on registreeritud klassis 41 toodud teenuste suhtes, on asjaomaseks tarbijaks Eesti keskmine haridusteenuste tarbija. Hageja ei ole tõendanud oma kaubamärkide tähendust klassis 41 ja puuduvad tõendid nende teenuste seostamiseks hageja kaubamärkidega mistahes riigis.

Hageja viimase nõude puhul ei ole selge, millest kostja hoiduma peab. Hageja nõude kohaselt peab kostja loobuma sellise tähise kasutamisest, millisel kujul kostja oma kaubamärki ei kasutagi. Samuti peab kostja loobuma tähise kasutamisest ka värvilisel kujul, kuid hageja ise loobus oma nõude puhul tuginemisest värvilistele kaubamärkidele. Samuti on hageja viidanud ainult haridusalastele kursustele, kuid klassis 41 kostja poolt taotletud teenused on laiemad.

## Maakohtu otsus

### Harju Maakohus jättis 06.03.2015 otsusega hagi rahuldamata ning menetluskulud hageja kanda.

Pooled ei vaielnud, et hageja on Hollandis registreeritud mööbli tootmise ja müümisega tegelev äriühing; hagejale kuulub Euroopa Ühenduses sõnaline kaubamärk IKEA, registreeringu nr 000109652, mis on muuhulgas registreeritud klassis 41 toodud teenustele; hagejale kuulub Euroopa Ühenduse kombineeritud kaubamärk  registreeringu nr 000109637, mis on muuhulgas registreeritud klassid 41 toodud teenustele; hagejale kuulub Euroopa Ühenduse kujutislik kaubamärk  registreeringu nr 000878702, mis on registreeritud klassides 8, 11, 16, 20, 21, 24, 35 ja 42 ning mitte klassis 41; hagejale kuulub Euroopa Ühenduse kombineeritud kaubamärk  registreeringu nr 001672922, mis on registreeritud klassis 35; kostja esitas Eesti Patendiametile 15.06.2005. a taotluse nr M200500797 kombineeritud kaubamärgi registreerimiseks kujuga: , millele olid lisatud sõnad „Kesk-Eesti Arenduskeskus. Central Estonian Development Centre”; esialgu soovis kostja registreerida oma kaubamärki klassides 9, 16, 35, 41 ja 42, kuid piiras 28.06.2011 teenuste loetelu ning soovis kaubamärki registreerida ainult klassis 41 teenustele „haridusteenused, koolitusteenused; täiskasvanute täiend- ja ümberõpe; kutsenõustus”; Eesti Patendiamet otsustas kostja kaubamärgi registreerida 03.03.2011 otsusega; hageja vaidlustas Eesti Patendiameti 03.03.2011 otsuse tööstusomandi apellatsioonikomisjonis, kes jättis oma 31.03.2014 otsusega nr 1314-o hageja vaidlustusavalduse rahuldamata; kostja nõustus, et hageja Euroopa Ühenduse kaubamärke nr 000109652 ja nr 000109637 saab pidada tema enda taotlusega võrreldes varasemateks kaubamärkideks, sest need on registreeritud klassis 41.

Pooled vaidlesid selle üle, kas Eesti Patendiamet tegi kostja kaubamärgi registreerimisel õige otsuse, ehk kas kostja kaubamärgi registreerimisest oleks pidanud keelduma KaMS § 10 lg 1 punktides 2 ja 3 toodud suhteliste õiguskaitset välistavate asjaolude esinemise tõttu, ning selle üle, kas hagejal on Euroopa Ühenduse kaubamärkide omanikuna õigus keelata kostjal tähise KEA + kuju kasutamist.

Hageja pöördus hagiavaldusega kohtusse seetõttu, et tööstusomandi apellatsioonikomisjon jättis tema vaidlustusavalduse rahuldamata. Hageja leidis, et esinevad kostja kaubamärgi registreerimisest keeldumist võimaldavad õiguslikud alused. Esialgses hagiavalduses palus hageja kohtul tuvastada kostja kaubamärgi suhtes õiguskaitset välistava asjaolu esinemine tulenevalt hageja kaubamärgiõigustest, tunnistada hageja kaubamärk IKEA Eestis üldtuntuks enne 15.06.2005 ning kohustada kostjat lõpetama hageja kaubamärgiõigusi rikkuv tegevus KEA + kuju sinise ja kollase värvi kombinatsioonis kasutamine, sh kodulehel kea.ee. Milliste konkreetse hageja varasemate kaubamärkide esinemise tõttu ei saanud kostja kaubamärki registreerida, hagiavaldusest ei nähtunud. Samuti ei nähtunud, millise hageja kaubamärgi üldtuntuks tunnistamist hageja soovis.

16.06.2014 täpsustas hageja oma nõuet ja palus, et kohus tuvastaks kaubamärgi KEA + kuju suhtes õiguskaitset välistava asjaolu esinemise tulenevalt hageja kaubamärgiõigustest ning kohustaks kostjat lõpetama hageja kaubamärgiõigusi rikkuv tegevus KEA + kuju sinise ja kollase värvi kombinatsioonis kasutamine, sh kodulehel [www.kea.ee](http://www.kea.ee).

21.10.2014 formuleeris hageja oma nõude osaliselt ümber ja palus tuvastada kaubamärgi KEA + kuju suhtes õiguskaitset välistava asjaolu esinemine tulenevalt hageja kaubamärgiõigustest



ning kohustada kostjat lõpetama hageja kaubamärgiõigusi rikkuv tegevus KEA + kuju kasutamine, sh kodulehel [www.kea.ee](http://www.kea.ee). Seega ei soovinud hageja 21.10.2014 esitatud nõudes enam seda, et kohus keelaks kostjal kasutada tähist KEA + kuju sinise ja kollase värvi kombinatsioonis.

Kohus selgitas hagejale 12.11.2014 eelistungil, et hagejal tuleks selgelt välja tuua, millisel viisil peaks kohus kostjal keelama kaubamärgi kasutamise. 15.12.2014 menetlusedokumentis muutis hageja taas nõuet. Hageja palus tunnistada kostja kaubamärgiõigus KEA + kuju (taotlus nr M200500797) õigustühiseks algusest peale ning tuvastada selle suhtes KaMS § 10 lg 1 p 2 ja 3 tulenevate õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju. Samuti palus hageja tuvastada, et kostja on rikkunud hageja ainuõigusi kaubamärkidele nr 000109652 ja nr 000109637 IKEA + kuju ning kohustada kostjat tulevikus hoiduma hageja kaubamärkidest nr 000109652 ja nr 000109637 IKEA + kuju tulenevate õiguste rikkumisest, sh lisas 3 toodud tähise kasutamisest (nii värvilisel kui ka mustvalgel kujul) klassi 41 teenuste haridusalased kursused osas. Eeltoodust nähtub, et 15.12.2014 menetlusedokumentis määratles hageja esimest korda selgelt, millistest tema varasematest kaubamärkidest tuleneb kostja kaubamärgi registreerimise õigusvastasus. Samas nähtub esitatud nõudest, et kuigi hageja kaubamärgid nr 000109652 ja nr 000109637 ei olnud registreeritud värvilistena, soovis hageja keelata kostjal oma tähise kasutamine värvilisena. Hageja palus kostjal keelata viimase kaubamärgi kasutamise kujul, mis oli lisatud hageja menetlusedokumentile (toimiku 4. kd, lk 32) ning mis ei vastanud täielikult kostja poolt esitatud kaubamärgitaotluse reproduksioonile.

Kostja pidas hageja nõuet endiselt ebaselgeks. 27.01.2015 seisukohtades märkis hageja, et ta on ebaõigesti viidanud KaMS § 52 lg-le 1, mis ei ole kohaldatav. Hageja jäi esialgses hagiavalduses tuginetud KaMS § 41 lg 5 juurde. Hageja palus jätta 15.12.2015 esitatud täpsustuses p-des 1 ja 2 ekslikult laiendatud nõude osad tähelepanuta ning hageja formuleeris oma nõude järjekordselt ümber. Hageja palus kohtul tuvastada kostja kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) suhtes KaMS § 10 lg 1 p 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju ning kohustada kostjat hoiduma tulevikus hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju tulenevate õiguste rikkumisest, sh tähise KEA kasutamisest (nii värvilisel kui ka mustvalgel kujul) klassi 41 teenuste haridusalased kursused osas. Kohus osundas, et andis 12.11.2014 istungil hagejale aega nõude täpsustamiseks kuni 15.12.2014 ning seega oli nõude muutmine 27.01.2015 esitatud kohtu antud tähtaega eirates.

Viimast korda muutis hageja oma nõuet 20.02.2015. Hageja palus kohtul tuvastada kostja kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) suhtes KaMS § 10 lg 1 p 2 ja 3 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA+ kuju ning kohustada kostjat lõpetama hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju tulenevate õiguste rikkumine, sh tähise KEA + kuju kasutamine (nii värvilisel kui ka mustvalgel kujul) klassi 41 teenuste haridusalased kursused osas. Seega muutis hageja oma senisest tulevikku suunatud nõuet ning palus, et kohus kohustaks lõpetama kostja olemasoleva õigustrikkuva tegevuse, mis viimase nõude puhul seondus juba kostja taotletud kaubamärgi kasutamises.

Kostja leidis, et hageja nõuete korduv muutmine on kaasa toonud olukorra, kus tal on keeruline nõuetele vastata. Kohus nõustus kostja väidetega, kuid leidis, et vaatamata menetlusõiguste

kuritarvitamisele ning nõude sõnastuse pidevale muutmisele on võimalik lahendada hageja nõuet sellisel kujul, nagu see kajastub tema viimases ehk 20.02.2015 menetluskohal. Hageja ei ole muutnud oma nõude alust ning vaatamata nõude eseme sagedasele muutmisele on nõude ese suunatud sisuliselt sama eesmärgi saavutamisele – hageja soovib, et kostja ei saaks oma kaubamärki registreerida ega kasutaks seda Eestis.

Riigikohus leidis lahendis nr 3-2-1-162-14, et Euroopa Ühenduse kaubamärgi puhul reguleerib ühenduse kaubamärgi mõju ainult Euroopa Liidu Nõukogu 26.02.2009 määrus ühenduse kaubamärgi kohta (nr 207/2009). Kaubamärgi omaniku õiguste rikkumise korral aga kuulub kohaldamisele kaubamärgiseadus. Lahendis nr 3-2-1-4-06 leidis Riigikohus, et kuna Eesti Vabariik on Euroopa Liidu liige, tuleb kaubamärgivaidluse lahendamisel ja siseriikliku õiguse tõlgendamisel ja kohaldamisel arvestada ka Euroopa Liidu tööstusomandi kaitset reguleerivate normidega. Samuti saab arvestada Euroopa Kohtu praktikat.

Hageja viitas KaMS § 10 lg 1 p-dele 2 ja 3. Nõukogu 26.02.2009 määruses nr 27/2009 ühenduse kaubamärgi kohta reguleerivad samasuguseid keeldumise aluseid artikli 8 punkti 1 alapunktid a ja b ning lõige 5. Artikkel 8 punkti 1 alapunkt a sätestab, et varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral ei registreerita taotletavat kaubamärki, kui see on identne varasema kaubamärgiga ning kaubad või teenused, mille jaoks mille jaoks registreerimist taotletakse, on identsed kaupade või teenustega, mille jaoks varasem kaubamärk on kaitstud. Nõukogu määruse artikli 8 punkti 1 alapunkt b näeb ette, et varasema kaubamärgi omaniku vastuseis korral ei registreerita taotletavat kaubamärki, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada, segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et kaubamärki seostatakse varasema kaubamärgiga. Samuti tuleneb määruse artikli 8 lõikest 5, et ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki, kui see on identne või sarnane varasema kaubamärgiga ning seda tahetakse registreerida kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nendega, mille jaoks on registreeritud varasem kaubamärk, kui varasema ühenduse kaubamärgi olemasolul on see omandanud ühenduses maine ja varasema siseriikliku kaubamärgi olemasolul on see omandanud maine asjaomas liikmesriigis ning kui taotletava kaubamärgi kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks varasema kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist. Eeltoodut arvestades leiab kohus, et antud vaidluse lahendamisel on võimalik Eesti siseriikliku õiguse tõlgendamisel arvestada neid Euroopa Kohtu lahendeid, millistes on kohaldatud ühenduse kaubamärgi määruse artikli 8 punkti 1 alapunkte a ja b, samuti lõiget 5.

Hageja nõude tuvastada kostja kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) suhtes KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitsset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju osas leidis kohus, et nimetatud sätte alusel kaubamärgi registreerimiseks keeldumiseks peavad esinema järgmised tingimused: varasem kaubamärk ja taotletud kaubamärk peavad olema kas identsed või sarnased ning varasem kaubamärk ja taotletud kaubamärk peavad olema registreeritud identsetele või sama liiki kaupadele ja teenustele ning peab olema tõenäoline, et tarbija vahetab taotletava kaubamärgi ära varasemaga või tal assotsieerub taotletav kaubamärk varasemaga. Ühtlasi tuleneb KaMS §-st 12, et kaubamärgi õiguskaitses ulatuse aluseks on üldtuntud kaubamärgi puhul see kuju, millisenä ta üldtuntuse omandas ning registrisse



kantud kaubamärgi puhul kaubamärgi reproduktsioon. Seetõttu tuleb hageja varasemate kaubamärkide ja kostja taotletud kaubamärkide võrdlemisel aluseks võtta kõigi asjaomaste kaubamärkide reproduktsioonid.

Hageja leidis, et tema kaubamärgid ja kostja kaubamärk on sarnased ning sõnaline osa „KEA” on mõlematel identne. Kohus leidis, et hageja on vaidlusaluste tähiste võrdlemisel viidanud Euroopa Kohtu lahenditele valikuliselt ja tendentslikult. Arvestades Euroopa Kohtu praktikat, ei saa võrreldavaid tähiseid vaatamata kolme tähe K, E ja A kattuvusele pidada identseteks. Euroopa Kohus ei ole välja töötanud n-ö ühte selget testi tähiste sarnasuse hindamisel, vaid arvestada tuleb erinevaid aspekte. Taotletav tähis on identne siis, kui selle reproduktsioon sisaldab ilma igasuguse modifikatsiooni või lisandita kõiki varem registreeritud kaubamärgi elemente või kui tähiseid tervikuna hinnates esinevad sellised väheolulised erinevused, et keskmine tarbija võib need jätta tähelepanuta. Kui tegemist on kombineeritud kaubamärkidega, on tähtis kaubamärkide üldine mulje tervikuna ning arvestada tuleb tähiste üldist visuaalset, hääldatavat ja kontseptuaalset sarnasust. Kuivõrd kostja soovis registreerida kombineeritud kaubamärki KEA + kuju, ei saa tema tähise võrdlemisel hageja kaubamärkidega lähtuda ainult sõnalisest osast KEA. Kaubamärke tuleb võrrelda tervikuna, lähtudes kõigist aspektidest.

Sarnasuse hindamisel võivad tähiste visuaalsed ja hääldatavad sarnasused kaaluda üles kontseptuaalsed erinevused. Kontseptuaalsetel erinevustel võib olla määrav tähtsus siis, kui ühel võrreldavatest tähistest on mõnes kultuuriruumis olemas selge tähendus. Arvestada tuleb ühtlasi kaubamärgi domineerivaid osi, sest need jäävad tarbijatele kergemini meelde. Võrdlemisel tuleb arvestada seda ajahetke, mil uuema kaubamärgi registreerimise taotlus esitati ning nimelt taotluse esitamise aja seisuga tuleb hinnata segiajamise tõenäosust. Kui aga kaks kaubamärki on turul juba mõnda aega eksisteerinud ilma, et segiajamise juhtumid oleksid tõendatud, siis ilmselt segiajamise tõenäosust ei ole. Tähiste segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamisel peavad vastandatud tähiste visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuse osas rajanema neist tähistest tekkival üldmuljel, arvestades iseäranis nende eristavaid ja domineerivaid osi. Kui võrreldavatel tähistel visuaalset, kontseptuaalset või kuuldavast sarnasust ei ole, ei ole tähtis, kui tuntav on varasem kaubamärk. Ka kõrge eristusvõimega kaubamärkide puhul ning juhul, kui võrreldavad tähised on väga sarnased, tuleb hinnata, kas kaubad või teenused on sarnased.

Tähiste võrdlemisel tuleb arvestada nende visuaalseid, foneetilisi ja kontseptuaalseid sarnasusi, arvestades üldist muljet, mida tähised tekitavad. Samuti tuleb arvestada nende domineerivaid ja eristuvaid komponente. Tähised on sarnased, kui nad on keskmise tarbija vaatepunktist lähtuvalt vähemalt osaliselt identsed ühes või mitmes aspektis.

Hagejale kuulub sõnaline Euroopa Ühenduse kaubamärk IKEA registreerimisnumbriga 000109652, mis on muuhulgas registreeritud klassis 41 ja mille registreerimistaotlus esitati 01.04.1996. Kaubamärk on klassis 41 registreeritud haridusalastele kursustele, raamatute ja ajakirjade väljaandmisele, mis on seotud mööbliga ning interjööride dekoreerimise, kodu ja perekonnaga seotud ajakirjade väljaandmisele. Samuti kuulub hagejale sõnaline Euroopa Ühenduse kaubamärk IKEA + kuju registreerimisnumbriga 000109637, mis on muuhulgas registreeritud klassis 41 ja mille registreerimistaotlus esitati 01.04.1996. Kaubamärk on klassis 41 registreeritud samuti haridusalastele kursustele, raamatute ja ajakirjade väljaandmisele,

mis on seotud mööbliga ning interjööride dekoreerimise, kodu ja perekonnaga seotud ajakirjade väljaandmisele.

Kohus leidis, et teenused, mille suhtes on registreeritud hageja kaubamärgid nr 000109652 ja nr 000109637, on samaliigilised võrreldes nende teenustega, milliste suhtes soovib kostja oma kaubamärki registreerida. Teenus „haridusalased kursused” võib olla hõlmatud haridus- ja koolitusteenustega.

Kohus leidis, et hageja kaubamärgid nr 000109652 ja nr 00109637 ei ole kostja kaubamärgiga identsed vaatamata sellele, et mõlemad sisaldavad kolme tähte K, E ja A. Võrrelda tuleb tähiste üldmuljet. Kostja soovis registreerida kombineeritud kaubamärki, mille üks visuaalne osa kujutab endast noolt, mida hageja kaubamärkidel ei ole. Lisaks on tähed KEA kantud ovaali sisse oluliselt teistsuguses šriftis kui hageja kaubamärkidele kantud tähed IKEA. Samuti kuuluvad kostja kaubamärgi juurde sõnad: „Kesk-Eesti Arenduskeskus. Central Estonian Development Centre”. Nimetatud visuaalsed erinevused on tähelepanevad ja seetõttu on kostja kaubamärgist tekkiv üldmulje erinev sellest muljest, mis tekib hageja kaubamärkide vaatlemisel.

Sõnalistel osadel KEA ja IKEA on tähelepanevad häälduslikud ja kontseptuaalsed erinevused. Kohus nõustus lähtuvalt Euroopa Kohtu praktikast, et kaubamärkide sõnaliste osade algustel on sõnade lõppudest suurem tähtsus. Hageja kaubamärkide sõnaline osa algab tähega I, mis on eraldiseisev silp ning mis muudab sõna häälduslikult erinevaks sõnast KEA. Lisaks ei saa tavatarbija pelgalt sõna IKEA alusel järeldada selle mistahes tähendust ega seost mööblitteenuse loonud isiku kodutalu või kodulinnaga. Tähtede KEA kombinatsioonist aga tekib tarbijal seos kostja ärinimega, sest kostja ärinimi Kesk-Eesti Arenduskeskus on üheks taotletava kaubamärgi reproduktsiooni osaks.

„Eesti ortograafia” väljavõttest võib järeldada, et valiktäheühendeid võib moodustada ühendisse kuuluvate sõnade esitähedest. Kui aga need ei anna hääldatavat sõnaühendit, võib abiks võtta teisi tähti. Nimetatud väljavõttest ei saa järeldada, et Kesk-Eesti Arenduskeskuse akronüümiks ehk sõnaühendiks ei võiks olla tähis KEA ning ainsad korrektsed akronüümid oleksid olnud KEAK või KA. Kohus leidis, et keskmine tarbija ei asu kaubamärki hinnates analüüsima, kas sellel kajastatud tähtede ühendus on moodustatud ortograafiliselt õigesti või mitte. Vaidlusaluste tähiste võrdlemisel ei oma ortograafiline väidetav ebakorrektsus sisulist tähendust.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjoni 31.03.2014 otsusest nr 1314-o nähtub, et hageja vaidlustusavaldus jäeti rahuldamata. Komisjon leidis, et hageja ei võrrelnud vaidlusaluseid kaubamärke tervikuna ja tervikuna olid kaubamärgid erinevad. Komisjon pidas oluliseks seda, et kostja kaubamärk oli kombineeritud kaubamärk. Sõnade KEA ja IKEA erinevat algusosa ning kostja kaubamärgis sisalduvat noole kujutist pidas komisjon sellisteks erinevateks tunnusteks, mis on tarbijatele koheselt hoomatavad. Analoozilistele järeldustele jõudis tööstusomandi apellatsioonikomisjon 14.10.2013 otsuses nr 1313-o, mis puudutas teist hageja poolt analoogilistel alustel vaidlustatud kostja kaubamärki. Viimati nimetatud vaidluses jättis Harju Maakohus 30.06.2014 otsusega hageja nõude rahuldamata. Kohus nõustus apellatsioonikomisjoni seisukohtadega.

Kohus leidis, et kuigi vaidlusalused kaubamärgid puudutasid samaliigilisi teenuseid, ei olnud hageja varasemad kaubamärgid kostja kaubamärgiga identsed ega sedavõrd sarnased,

et sarnasuse tõttu võiksid tarbijad tõenäoliselt ära vahetada kostja kaubamärgi hageja kaubamärkidega või et tarbijatel võiksid tekkida kostja kaubamärgi alusel assotsiatsioonid hageja kaubamärkidega. Võrreldavate kaubamärkide erinevused nende visuaalses kujus, häälduses ja tähenduses välistavad sellise segiajamise ohu.

Et Gabrielle Olsson Skalin on hageja seaduslik esindaja, kes allkirjastas lepingulisele esindajale antud volikirja, leidis kohus, et tema antud seisukohta ei saa arvestada tõendina, vaid ainult hageja seletusena. Oma seletuses on hageja esile toonud hageja kui ettevõtte majandusnäitajad, millest tulenevalt on leitud, et IKEA kaubamärgid on Eestis ja mujal maailmas väga tuntud. Kirjalikule seletusele on lisatud nimekiri hageja poolt erinevates riikides registreeritud sõnalistest kaubamärkidest. Samuti on kirjalikule seletusele lisatud nimekiri hageja kaubamärgi IKEA + kuju maailmas registreerimise andmetest. Hageja esitas kohtule veebilehel Wikipedia.org ilmunud artikli ning Interneti otsingumootori Google.com otsingute tulemused, mis on tehtud sõnadega „IKEA Estonia”. Otsing on Internetis tehtud 08.03.2012 ning sellest ei nähtu, milline hageja kaubamärk täpselt Eestis tuntud on. Otsingust ei nähtu seoseid haridusteenustega. Kohus leidis, et hageja seletus ja sellele lisatud tõendid ei tõenda, et Eesti tarbijate puhul eksisteeriks oht, et nad ajavad kostja kaubamärgi segi hageja kaubamärkidega või et kostja kaubamärk assotsieeruks neile hageja kaubamärkidega.

Kostja esitatud andmebaasi otsingute tulemustest selgus, et kaubamärkides kasutatakse sageli ringi või ellipsit kujunduselemendina. Hageja esitatud väljavõtetest andmebaasidest koos geomeetriliste kujundite loeteluga tuleneb, et Eestis on registreeritud palju nooli sisaldavaid kaubamärke ning sama moodi on registreeritud palju selliseid Ühenduse kaubamärke. Seega võib nimetatud tõenditest iseenesest järeldada, et ellipsid või nooled kujunduslike elementidena ei pruugi olla piisavalt eristusvõimelised. Samas võrdles kohus vaidlusaluseid kaubamärke tervikuna ja tuvastas, et nende domineerivatel sõnalistel osadel on olemas piisavalt tähelepandavaid erinevusi. Tervikuna on hageja kaubamärkidest ja kostja kaubamärgist tulenev üldmulje erinev.

Hageja esitatud tõenditest nähtus, et Ikea kaupluses Dublinis oli IKEA Familyl võimalik osaleda töötubades, kus neile anti nõu ja ideid kodu sisustamisel. Hageja esitatud tõenditest Saksamaal avatud IKEA kaupluse kohta võib järeldada, et Saksamaal Dessaus kohtuvad igal suvel arhitektuuri, kunsti, disaini ja linnaplaneerimise tudengid suvekooliks. Kas või milliseid haridusalaseid teenuseid osutas seejuures hageja, tõendist järeldada ei saa. Kohus leidis, et viidatud tõendid ei toeta hageja väiteid kaubamärkide võimaliku segiajamise ohu olemasolust. Vaidlusalused kaubamärgid küll puudutavad samaliigilisi teenuseid, kuid samas ei ole hageja kunagi Eestis haridusalaste kursuste teenuseid osutanud. Hageja tegevuse puudumine Eestis ei saa toetada hageja väidet võimaliku tähiste segiajamise ohu olemasolu kohta. Hageja kodulehelt on võimalik näha, et hageja ei tegutse Eestis ega paku siin oma kaupu müügiks ega osuta siin teenuseid.

Kostja kasutab oma kaubamärki koos sõnadega „Kesk-Eesti Arenduskeskus”. Kostja kodulehe teisest väljavõttest nähtus, et kostja asutati juriidilise isikuna 1993. a detsembris. Sama asutamise aasta nähtub E-Krediidiinfo väljavõttest.

Ajalehes Sakala 19.12.2003 ilmunud artiklis „Haridus: Kadri Londoni kinnitusel liidab õppija roll inimesi” on märgitud, et Kesk-Eesti Arenduskeskus (KEA) tähistas oma kümneaastast sünnipäeva. Samuti oli artiklis viidatud, et Kesk-Eesti Arenduskeskus asutati 1993. a Paides

ning sellel oli artikli ilmumise ajaks 12 õppekeskust üle kogu Eesti. Kostjale on korduvalt tähisega KEA viidatud samuti 15.09.2005 ajalehes Valgamaalane ilmunud artiklis „Selver koolitus müüjaid tööhõiveameti vahendusel”. Eesti Ettevõtluskõrgkooli Mainori kodulehe väljavõttest nähtub, et kõrgkool alustas 1994./1995. õppeaastal koostööd Kesk-Eesti Arenduskeskuse KEA-ga. Ajalehes Lõunaleht 07.07.2009 ilmunud artiklis „KEA – tea ja õpeta teisi” on samuti viidatud, et KEA on Kesk-Eesti Arenduskeskus. Ajalehes Järva Teataja ilmus 14.09.1999 kuulutus, kus kostja oli oma kaubamärki KEA + kuju kasutanud juba sellisel viisil, nagu on see toodud vaidlusaluses kaubamärgi registreerimistaotluses. Sama nähtub 07.10.1999 ilmunud kuulutusest. Ajalehes Äripäev 27.10.1999 ilmunud artiklis „KEA koolitusmägi läks töötu Muhamedi juurde” on kostja nimetamiseks kasutatud tähist KEA. Kostja välja antud tunnistusel 07.06.2004 on kostja kasutanud oma kaubamärki sellisel kujul, nagu on vaidlusalusel taotlusel.

Eelviidatud tõendeid kogumis hinnates leidis kohus, et tõendatud on kostja väited, et ta on alates 1993. a enda tarbijatele tutvustamisel kasutanud sõnalist tähist KEA. Samuti nähtub kostja esitatud tõenditest, et kostja kasutas vaidlusalust kaubamärki enda kaubamärgina enne registreerimistaotluse esitamist ning seda vähemalt alates aastast 1999 ehk enne seda, kui hageja Euroopa Ühenduse kaubamärgid Eestis õiguskaitse said. Kuna kõik vaidlusalused kaubamärgid on järelikult Eesti turul olnud olemas juba pika aja jooksul ning hageja kaubamärk on Eesti tarbijatele jätkuvalt tuntud, ei saa kohtu hinnangul faktiliselt esineda segiajamise tõenäosust.

Kuna vaidlusalused kaubamärgid ei ole identsed ega piisavalt sarnased ning kuna vaatamata teenuste samaliigilisusele ei saa tekkida tarbijate poolt tähiste segiajamise ohtu ega assotsiatsioone kostja kaubamärgi ja hageja varasemate kaubamärkide vahel, tuleb jätta rahuldamata hageja nõue tuvastada kotja kaubamärgi KEA + kuju (taotluse nr M200500797) suhtes KaMS § 10 lg 1 p 2 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju.

KaMS § 10 lg 1 p 3 sätestab, et õiguskaitset ei saa kaubamärk, mis on identne või sarnane varasema registreeritud või registreerimiseks esitatud kaubamärgi või valdavale enamusele Eesti elanikkonnast tuntud kaubamärgiga, millel on õiguskaitse teist liiki kaupade või teenuste tähistamiseks, kui hilisema kaubamärgiga võidakse ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi mainet või eristusvõimet, mis oli omandatud hilisema kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäevaks või prioriteedikuupäevaks. Nimetatud säte on sisuliselt alternatiiv KaMS § 10 lg 1 p-le 2. Kui kaks kaubamärki on küll identsed või sarnased, aga registreeritud erinevat liiki kaupadele või teenustele, on siiski teatud juhtudel varasema kaubamärgi omanikul võimalik hilisema kaubamärgi registreerimist vaidlustada, kui hilisem kaubamärk kahjustab ebaausalt varasema mainet.

KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamiseks peavad olema täidetud seega järgmised eeldused: varasem registreeritud ja/või Eestis üldtuntud ning hilisem kaubamärk on kas identsed või sarnased ning vaidlusalused kaubamärgid on registreeritud erinevat liiki teenustele või kaupadele ning hilisema kaubamärgiga võidakse ebaausalt ära kasutada või kahjustada varasema kaubamärgi mainet või eristusvõimet, mis oli olemas hiljemalt hilisema kaubamärgi taotluse esitamise kuupäevaks.



Nimetatud sättest ei tulene, et kui vaidlusalused kaubamärgid ei ole identsed või sarnased, võib varasema kaubamärgi omanik hilisema kaubamärgi registreerimist vaidlustada pelgalt põhjusel, et varasem kaubamärk on äärmiselt tuntud ja hea mainega, mistõttu võib hüpoteetiliselt esineda tema maine kahjustamise või ärakasutamise võimalus. Hageja on ühtlasi ekslikult leidnud, et kui vaidlusaluste kaubamärkide asjaomased kaubad või teenused on sarnased või samaliigilised, on tal alternatiivselt võimalik tugineda KaMS § 10 lg 1 p-le 3. Käesolevas asjas on kohus tuvastanud, et vaidlusalused kaubamärgid ei ole identsed ega sarnased, kuigi need puudutavad samaliigilisi teenuseid. Seetõttu puudub alus hageja nõude rahuldamiseks KaMS § 10 lg 1 p 3 alusel.

Euroopa Kohtu praktikast tuleneb, et kaubamärgi maine olemasolu tuleb tõendada vähemalt liikmesriigi olulisel osal. Kui avalikkus kahte vaidlusalust kaubamärki omavahel ei seosta, on vähe tõenäoline, et uuem märk kasutaks ebaausalt ära varasema märgi mainet või kahjustaks seda.

Samuti on Euroopa Kohus rõhutanud, et kaubamärgimääruse artikkel 8 lg 5 kohaldamiseks peavad täidetud olema järgmised tingimused: esiteks peavad vastandatud kaubamärgid olema identsed või sarnased, teiseks peab vastulauses viidatud varasem ühenduse kaubamärk olema omandanud ühenduses maine ja kolmandaks peab valitsema oht, et taotletava kaubamärgi õigustamatu kasutamine toob kaasa varasema kaubamärgi eristusvõime või maine õigustamatu ärakasutamise või kahjustamise. Kuna need tingimused on kumulatiivsed, siis ka neist ainult ühe puudumisel ei ole säte kohaldatav. Seejuures peab varasema kaubamärgi omanik tõendama selliste tegurite olemasolu, mis võimaldavad järeldada, et esineb tõsine oht, et tema kaubamärgile tulevikus kahju tekitatakse. Varasema kaubamärgi eristusvõimet on kahjustatud siis, kui varasem kaubamärk ei too enam kaasa seost nende kaupade ja teenustega, mille suhtes see on registreeritud või kasutusel. Kaubamärgi mainet on kahjustatud siis, kui kaupadel, mille märgistamiseks taotletavat kaubamärki kasutatakse, on avalikkusele varasema kaubamärgi külgetõmbejõudu vähendav mõju.

Kohus leidis, et hageja ei ole tõendanud, et tema kaubamärkidel oli olemas maine või eristusvõime Eestis seisuga 15.06.2005. Hageja ei ole tõendanud, et tema kaks viidatud kaubamärki olid nimetatud ajal Eestis üldtuntud. Samuti ei saa hageja esitatud tõenditest järeldada, et kostja kaubamärgi kasutamine kahjustaks hageja kaubamärkide mainet või kasutas ebaausalt ära nende eristusvõimet.

Hageja esitatud tõendist „Best Global Brands”, milles on loetletud 2004. a sada enim tunnustatud brändi, nähtub, et hageja kaubamärk registreerimisnumbriga 001672922 IKEA + kuju (mis oli registreeritud ainult klassis 35) oli kodu sisustuse valdkonnas tunnustatud 40. kohal. Hageja tõendist „Best Global Brands 2013” nähtub, et hageja sama kaubamärk oli ka 2013. a tunnustatud kaubamärkide hulga sinise-kollase värviga. Nimetatud tõendist ei saa järeldada, et praeguses vaidluses hageja poolt esile toodud kaubamärgid ehk kaubamärk nr 000109652 IKEA ja kaubamärk nr 000109637 IKEA + kuju oleksid 2004. a olnud üldtuntud, maine või eristusvõimelised Eestis.

Väljavõttest Wikipedia.org tuleneb, et hageja on mööblitootmise ettevõtte, mis asutati 1943. a. Nimi IKEA on akronüüm sõnade Ingvar, Kamprad, Elmtarydi ja Agynnyardi esitähedest. Kohtule esitatud väljavõttel on aga kajastatud ainult hageja kaubamärk nr 001672922 IKEA



+ kuju, mis oli registreeritud klassis 35. Seega ei saa antud tõendist järeldada vaidlusaluste hageja kaubamärkide maine olemasolu või üldtuntust.

Turu-uuringute AS poolt 2012. a aprillis läbi viidud uuringust „IKEA. Kaubamärgi tuntus” tuleneb, et uuringu tegemise ajal teadsid hageja kaubamärki 50% küsitletutest. Samas ei nähtu uuringust, millise hageja kaubamärgi üldtuntuse kohta uuringus osalejatele küsimusi esitati. Nendest isikutest, kes hageja kaubamärki teadsid, seostasid 71% seda otsesõnaliselt sisustuskaupade tootmise ja müügi. Uuringust ei nähtu, et küsitletud oleksid hageja kaubamärki seostanud mõne muu valdkonna kaupade või teenustega, sh haridusteenustega. Samuti ei saa uuringust teha mistahes järeldusi selle kohta, kas hageja mõni kaubamärkidest oli üldtuntud Eestis 15.06.2005.

Turu-uuringute AS-i teises uuringus 2012. a aprillis uuriti IKEA kaubamärgi mainet, millest nähtub, et 71% nendest küsitletutest, kes hageja kaubamärki teadsid, pidasid seda mainekaks või pigem mainekaks. Antud uuringust ei nähtu samuti, millise hagejale kuuluva kaubamärgi maine kohta teavet uuriti. Järeldusi selle kohta, milline oli hageja kaubamärkide maine Eestis seisuga 15.06.2005, tõendist teha ei saa.

Hageja esitatud meediaväljaannetes ilmunud artiklites ei ole otseselt ühtegi hageja kaubamärki käsitletud. Artiklites on räägitud hagejast, kui mööblit tootvast ettevõttest. Kaheksa artiklit on ilmunud ajavahemikul 1997.–2014. a. Ühestki artiklist ei saa otseselt järeldada, kas või milline hageja kaubamärkidest oli Eestis üldtuntud 2005. a ning millises valdkonnas või millist mainet või eristusvõimet omasid vaidlusalused kaubamärgid Eestis seisuga 15.06.2005.

Hageja esitas väljavõtted Interneti foorumitest ajavahemikul 2002.–2005. a, milles inimesed avaldasid arvamust, milline on nende lemmik reklaam. Mahukas kohtule esitatud tõendis on hageja nime IKEA mainitud vaid ühel korral, samas kui paljusid teisi kaubamärke on mainitud korduvalt. Seega ei saa nimetatud tõend kuidagi tõendada hageja kaubamärkide üldtuntust, mainet või eristusvõimet. Hageja esitatud raamatu tutvustusest saab järeldada vaid seda, et Eestis on 2008. a ilmunud raamat pealkirjaga „IKEA lugu”, mis käsitleb mööblitööstusettevõtte arengut selle looja Ingvar Kampradi jutustuste põhjal. Seda, kas või milline hageja kaubamärk ning millises valdkonnas on Eestis üldtuntud, raamatu tutvustuse alusel hinnata ei saa.

Eeltoodud tõendeid kogumis hinnates leidis kohus, et hageja ei ole ühelgi viisil tõendanud, et tema kaubamärgid IKEA (registreerimisnumbriga 000109652) ning IKEA + kuju (registreerimisnumbriga 000109637) olid seisuga 15.06.2005 Eestis üldtuntud ja mainekad. Oma kaubamärkide maine kahjustamist või eristusvõime ebaausat ärakasutamist ei ole hageja samuti mitte ühegi tõendiga tõendanud. Hageja on maine kahjustamist ja eristusvõime ärakasutamist üksnes korduvalt deklareerinud, esitamata seejuures ühtegi sisulist põhjustust või tõendit. Kuivõrd hageja enda esitatud tõendite kohaselt olid tema kaubamärgid 2012. a jätkuvalt mainekad ja tuntud Eestis, ei saanud kostja kaubamärgi kasutamine (ning kostja on oma vaidlusalust kaubamärki järjepidevalt kasutanud alates 15.06.2005) kuidagi hageja kaubamärkide mainet kahjustada või nende eristusvõimet ära kasutada.

Kuivõrd hageja ja kostja kaubamärkide vahel puudub sarnasus ja identsus, puudub alus kohaldada KaMS § 10 lg 1 p 3 ning ka ülejäänud hageja väited on jäänud tõendamata, tuleb jätta rahuldamata hageja nõue tuvastada kostja kaubamärgi KEA + kuju (taotlus nr M200500797)

suhtes KaMS § 10 lg 1 p-s 3 sätestatud õiguskaitset välistavate asjaolude esinemine tulenevalt hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju.

KaMS § 14 lg 1 kohaselt on kaubamärgiomanikul õigus keelata kolmandatel isikutel kasutada äritegevuses õiguskaitse saanud kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed kaupade või teenustega, mille suhtes on kaubamärk kaitstud, samuti õiguskaitse saanud kaubamärgiga identseid või sarnaseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või samaliigilised kaupade või teenustega, mille suhtes on kaubamärk kaitstud, kui on tõenäoline tähise ja kaubamärgi äravahetamine tarbija poolt, sealhulgas tähise assotsieerumine õiguskaitse saanud kaubamärgiga, samuti registreeritud kaubamärgiga või valdavale enamusele Eesti elanikkonnast tuntud õiguskaitse saanud kaubamärgiga identseid või sarnaseid tähiseid, millega tähistatakse teist liiki kaupu või teenuseid, kui tähisega võib ebaausalt ära kasutada või kahjustada kaubamärgi omandatud mainet või eristusvõimet.

KaMS § 16 lg 2 sätestab, et varasema kaubamärgi omanikul ei ole õigust keelata hilisema kaubamärgi ega muu hilisema õiguse kasutamist, kui ta oli teadlik hilisemast kaubamärgist või pidi sellest teadlik olema ning on nõustunud hilisema kaubamärgi kasutamisega viie varasema järjestikuse aasta jooksul. Piirangut ei kohaldata, kui hilisema kaubamärgi omanik hakkas kaubamärki kasutama või esitas taotluse pahauskselt või kui muu hilisem õigus omandati pahauskselt. Hilisema kaubamärgi omanikul ei ole õigust keelata varasema kaubamärgi ega muu varasema õiguse kasutamist.

Lisaks tuleneb KaMS § 57 lõikes 1, et kaubamärgiomanik võib esitada hagi ainuõigust rikkunud isiku, kaasa arvatud litsentsilepingu tingimusi rikkunud litsentsisaaja vastu õigusrikkumise lõpetamiseks või tahtlikult või hooletuse tõttu tekitatud varalise kahju, sealhulgas saamata jäänud tulu, ja moraalse kahju hüvitamiseks.

Hageja palus kohustada kostjat lõpetama ainuõiguse rikkumine (tähise KEA + kuju kasutamine). Hageja ei nõustunud kostja väitega, et kostja kaubamärgi kasutamise keelamise nõue on aegunud. Hageja sai teada kostja kaubamärgist siis, kui see avaldati vaidlustamiseks 03.01.2011 kaubamärgilehes nr 1/2011. 18.03.2011 esitas hageja kostjale hoiatuskirja ning nõudis rikkumise lõpetamist. Hageja on vaidlustanud kostja KEA + kuju kaubamärgi registreerimise apellatsioonikomisjonis ja seejärel esitas hagi Harju Maakohtusse. Seega kostja väited, et hageja oleks viie järjestikuse aasta jooksul nõustunud kaubamärgi kasutamisega, ei vasta tõele. Kõik kostja väited, et hageja oli tema kaubamärgist teadlik juba 2006. aastast, ei ole tõendatud. Kuna kostja kaubamärk ei ole siiani registreeritud, ei ole alanud 5 aastane kasutamisega nõustumise tähtaeg ning täidetud ei ole KaMS § 16 lõikes 2 toodud eeldused.

Kohus leidis, et hageja nõue ei ole aegunud. Kostja ei ole tõendanud, et hageja teadis tema kaubamärgi kasutamisest või pidi sellest teadlik olema enne, kui kaubamärgi taotlus avaldati kaubamärgilehes 03.01.2011. Kostja ei ole välja toonud, millisel kuupäeval või aastal enne seda päeva hageja tema kaubamärgist teada sai või pidi teada saama. Samuti ei ole kostja tõendanud, et hageja nõustus kostja kaubamärgi kasutamisega viie järjestikuse aasta jooksul. Küll aga leidis kohus, et hageja nõue ei kuulu sisuliselt kostja vastu rahuldamisele. KaMS § 14 lg 1 p 1 alusel võib nõude esitada, kui kolmas isik kasutab oma äritegevuses tähiseid, mis on õiguskaitse saanud kaubamärkidega identsed identsete teenuste puhul. Antud asjas on kohus juba tuvastanud, et hageja kaubamärgid ei ole kostja kaubamärgiga identsed ning tegemist ei ole ka identsete teenustega. KaMS § 14 lg 1 p 2 kohaselt võib nõude esitada, kui kasutatakse

identseid või sarnaseid tähiseid identsete või samaliigiliste teenuste puhul, kui on tõenäoline tähise ja kaubamärgi äravahetamine tarbija poolt, sh assotsieerumine. Antud asjas on kohus juba tuvastanud, et selline äravahetamine või assotsieerumine ei ole tõenäoline, kuigi hageja kaubamärgid ja kostja kaubamärk on sarnaseid ning neid kasutatakse sarnaste teenuste puhul.

KaMS 14 lg 1 p 3 järgi võib nõude esitada, kui registreeritud kaubamärgiga või Eestis üldtuntud kaubamärgiga identseid või sarnaseid tähiseid kasutatakse teist liiku kaupade või teenuste puhul, kui tähisega võib ebaausalt ära kasutada või kahjustada kaubamärgiga omandatud mainet või eristusvõimet. Kohus tuvastas, et hageja ei ole tõendanud oma kaubamärkide maine kahjustamist või nende eristusvõime ärakasutamist. Vastupidi, hageja esitatud uuringute tulemused tõendavad, et vaatamata kostja kaubamärgi kasutamisele on hageja kaubamärkidel endiselt Eestis olemas maine ja eristusvõime. Kõike eeltoodut kokku võttes leidis kohus, et hageja ei ole tõendanud KaMS § 14 lg-s 1 loetletud asjaolude esinemist, mis võimaldaksid tal kostja vastu nõuet esitada. Hageja nõue kohustada kostjat lõpetama hageja kaubamärkidest nr 000109652 IKEA ja nr 000109637 IKEA + kuju tulenevate õiguste rikkumine, sh tähise KEA + kuju kasutamine (nii värviliselt kui ka mustvalgel kujul) klassi 41 teenuste haridusalased kursused osas tuleb jätta rahuldamata.

### Apellatsioonkaebus

Hageja palub maakohu otsuse tühistada ja uue otsusega hagi rahuldada ning menetluskulud jätta kostja kanda.

Apellant leiab, et maakohu otsus on vastuoluline. Maakohus on eksinud väites, et kaubamärgitaotlusele M200500797 on lisatud sõnad „Kesk-Eesti Arenduskeskus. Central Estonian Development Centre”. Vastustajale kuulub teine kaubamärgitaotlus numbriga M200500796



mille osaks on eelmainitud sõnad, kuid see kaubamärk ei ole vaidluse sisuks. Vaidlus puudutab kaubamärki taotluse nr M200500797 ilma eelmainitud sõnadeta. Eeltoodust ei ole selge, millist eeltoodud kaubamärkidest maakohus hindas, kuna taotluse number viitab vaidlusalusele kaubamärgile, samas sisuliselt on kirjeldatud käesolevasse vaidlusesse mittekuuluvat kaubamärki taotluse nr M200500796. Seega hindas maakohus sisuliselt kaubamärki, mis ei ole vaidlusega seotud. Kuna kohus hindas võrdluses eeltoodud sõnu ning tugines nendest tulenevale erinevusele õiguskaitset välistavate asjaolude puudumise põhjenduses, on maakohu otsus väär ja ei arvesta vaidlusaluseid asjaolusid.

Samas oma sisulises hinnangus hindab kohus vaid kaubamärkide identsust ja jätab sisuliselt tähelepanuta sarnasuse hindamise. Oma hinnangus tugines kohus Euroopa Kohtu lahendile, mis käsitleb identsust KaMS § 10 lg 1 p 1 tähenduses. Euroopa Kohtu lahend C-291/00 käsitleb identsust Esimese Nõukogu direktiivi 89/104/EEC artikli 4 (1) (a) ja 5 (1) (a) [analoogne KaMS § 10 lg 1 p 1 ja § 14 lg 1 p 1] tähenduses. Tegemist on suhtelise õiguskaitset välistava asjaoluga olukorras kus võrreldavad kaubamärgid on identsed ja kaubad või teenused on identsed. Apellant pole tuginenud KaMS § 10 lg 1 p 1 ja samuti ei ole kunagi väitnud, et vaadeldavad kaubamärgid on KaMS § 10 lg 1 p 2 alusel identsed.

KaMS § 10 lg 1 p 1 alusel ei hinnata äravahetamise tõenäosust. Selle sätte eesmärk on keelata identsete kaubamärkide registreerimine, mis tähistavad identseid kaupu või teenuseid. Tegemist on sättega, mis on mõeldud lihtsamate juhtumite jaoks, kus piisab tuvastamisest, et märgid ja kaubad/teenused on identsed selleks, et tuvastada õiguskaitset välistav asjaolu. Seega on arusaamatu, miks maakohus tugineb KaMS § 10 lg 1 p 2 õiguskaitset välistava asjaolu hindamisel Euroopa Kohtulahendile, mis käsitleb KaMS § 10 lg 1 p 1 analoogseid õigusnorme ja korduvalt tuvastab oma hinnangus, et võrreldavad kaubamärgid ei ole identsed.

Äravahetamise tõenäosuse hindamine kuulub KaMS § 10 lg 1 p 2 alla ja selle sätte alusel hinnatakse, kas vaadeldavad kaubamärgid on identsed või sarnased ja kas nendega tähistatud teenused on identsed või samaliigilised. Seega identsuse kriteerium ei ole eeldus KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamiseks ning selle kohaldamiseks piisab kaubamärkide sarnasusest. Apellant juhib kohtu tähelepanu sellele, et tema on hagiavalduses tuginenud KaMS § 10 lg 1 p 2 ja leidnud, et vaadeldavad kaubamärgid on sarnased ja nendega tähistatud teenused on identsed või samaliigilised. Maakohus hindas sisuliselt vaid kaubamärkide identsust ja teinud seda tuginedes vaidlusega mitteseotud KaMS § 10 lg 1 p 1 alusel ja seega jõudnud väärale otsusele.

Sarnasuse tuvastamine ei tähenda automaatselt, et märkide vahel esineb äravahetamise tõenäosus. Seda tuleb eraldi tuvastada vastavalt väljakujunenud Euroopa Kohtupraktikale.


Apellant tugineb kahele registreeritud kaubamärgile nr 000109652 ja nr 00109637. Kuigi maakohus viitab oma võrdluses apellandi sõnamärgile IKEA nr 000109652, pole apellandi arvates kohus sisulist võrdlust sõnamärgiga teostanud.

Sõnamärke registreeritakse standardse kirjašriftiga ja kõik Ühenduse kaubamärkide andmebaasis registreeritud sõnamärgid on identse kirjašriftiga. Sõnamärkidega ei taotleta kaitset šriftile, vaid kaitse objektiks on sõna ise, mitte sõna koos šriftiga. Seega on Harju maakohus eksinud, leides, et šrifti erinevus on oluline element äravahetamise tõenäosuse hindamisel seoses apellandi kaubamärgiga nr 000109652 IKEA. Seda kinnitab ka Euroopa Kohtu praktika mille kohaselt sõnamärk on kaubamärk, mis koosneb üksnes tähtedest, sõnadest või sõnagruppidest, mis on kirjutatud trükitähtedes tavalises kirjatüübis, ilma mingi erilise graafilise elemendita. Sellise kaubamärgi kaitse on sõnale ja mitte selle graafilisele kujundusele. Eeltoodust tulenevalt tuleb võrrelda varasemat apellandi sõnamärki IKEA ilma mingi kujunduseta ja vastustaja taotlevat kaubamärgi sõnalist osa KEA ning seejärel hinnata kas vastustaja kaubamärgi kujundus on niivõrd erinev, et välistaks sõnadest tuleneva sarnasuse ja välistaks äravahetamise tõenäosuse.

Maakohus leidis, et apellant pole esitanud tõeneid reaalse kaubamärkide äravahetamise kohta. Kohtu arvamus, et äravahetamise tõenäosust tuleb tõendada reaalsete äravahetamise tõenditega, on ekslik ning vastuolus nii Eesti kui ka Euroopa kohtupraktikaga. Riigikohus on tsiviilasjas 3-2-1-117-08 selgitanud, et piisab kaubamärgi äravahetamise tõenäosusest, s.t see ei pea olema reaalselt äravahetamist toimunud. Apellandi arvates ning lähtudes kehtivast kohtupraktikast tuleb kohtul anda õiguslik hinnang võimaliku äravahetamise tõenäosuse esinemise kohta ja tegelikku äravahetamist ei pea tõendama. Seega ei ole kohus korrektselt hinnanud vaadeldavate kaubamärkide äravahetamise tõenäosust ja jõudnud väärale otsusele.



Maakohtu hinnangud apellandi kaubamärkide kasutamise kohta või selle kasutamise puudumise kohta ei puutu asjasse. Apellandi Ühenduse kaubamärgid nr 000109652 ja nr 00109637 on registreeritud ning kehtivad terves Euroopa Ühenduses ja nende ainuõigust tuleb tagada kõikides liikmesriikides võrdselt tulenevalt nende ühtsest kehtivuse põhimõttest. Seega on ekslik Harju maakohtu hinnang, et kasutamise puudumine Eestis vähendab märkidevahelist äravahetamise tõenäosust ja, et iga liikmesriik saab arvesse võtta ühenduse kaubamärgi kasutust selles liikmesriigis asjaoluna, mis mõjutab äravahetamise tõenäosust. Selline kohtupraktika puudub ja on vastuolus Ühenduse kaubamärgi ühtsuse põhimõttega. Niikaua kui apellandi kaubamärke ei ole tühistatud on need kehtivad ja see kehtivus on ühtne terves Euroopa Ühenduses. Apellant leiab, et apellandi kaubamärkide kehtivuse vaidlus jääb antud tsiviilasjast välja. Apellant leiab, et Ühenduse kaubamärgid nr 000109652 ja nr 00109637 on Euroopa Ühenduses kasutuses ja Eesti asjaolud ei mõjuta nende kehtivust. Seda kinnitab Euroopa Kohtu otsus C-149/11 ONEL milles Euroopa Kohus kinnitas, et ühenduse kaubamärgi tegelik kasutamine ei eelda, et see oleks kasutuses kõikides liikmesriikides ja ei ole välistatud, et ühes liikmesriigis kasutamine võib kvalifitseerida tegelikuks kasutamiseks terves Euroopa Ühenduses.

Apellandi arvates ei ole keskmine tarbija suuteline ilma lisa informatsioonita omistama taotletavale kaubamärgile  tähendust Kesk-Eesti Arenduskeskus. Vaadeldavaid kaubamärke tuleb võrrelda tulenevalt kaubamärgireproduktioonis esitatule ja seal viited Kesk-Eesti Arenduskeskusele puuduvad. Keskmine Eesti tarbija ei tea seda, et täheühend KEA tähendab Kesk-Eesti Arenduskeskus ja seda tõendavaid andmeid pole kohtumenetluses esitatud. Seega on maakohus eksinud mitte ainult visuaalse sarnasuse hindamisel vaid ka kontseptuaalse sarnasuse osas.

Kirjašrift sõnamärgi puhul ei mängi määravat rolli. Eeltoodust tulenevalt jääb alles vaid visuaalne ja foneetiline erinevus, mis tuleneb apellandi kaubamärkide IKEA algustähest „I”. Mõlemas märgis domineerivad sõnad on lühikesed. IKEA koosneb neljast tähest ja KEA kolmest. Domineerivad elemendid erinevad vaid ühe tähe poolest, mis on apellantide märkide algustähed „I”, ülejäänud tähed on identsed. Visuaalselt on apellandi kaubamärk nr 000109637 ja vastustaja taotletav kaubamärk sarnane ka ovaali kujutise kasutuse tõttu. Mõlema märgi sõnad on kirjutatud ovaali sisse ning seega märgid loovad visuaalselt sarnase üldmulje. Maakohus ei ole seda asjaolu arvestanud ega põhjendanud, miks see ei ole oluline.

IKEA on tuletatud apellandi asutaja nimest ja talu ning linna nimedest kust asutaja on pärit, kuid apellant ei arva, et keskmine tarbija on sellest teadlik. Eeltoodust tulenevalt on apellant arvamusel, et tema kaubamärgil puudub semantiline tähendus. Eemaldades vastustaja kaubamärgist ekslikult maakohtu poolt sellele omistatud sõnad „Kesk-Eesti Arenduskeskus. Central Estonian Development Centre”, jääb alles vaid täheühend KEA. Apellandi arvates pole alust arvata, et tarbijad käitüksid kuidagi teisiti KEA tähenduse tajumises ja pelgalt sõna KEA alusel ei suuda järeldada mistahes tähendust ning seega analoogselt IKEA kaubamärkidega puudub vastustaja kaubamärgil kontseptuaalne tähendus. Eeltoodust tulenevalt puudub vaadeldavatel kaubamärkidel kontseptuaalne tähendus ja seega ei saa neid kontseptuaalselt võrrelda ja nendevahelist tähenduslikku sarnasust hinnata.

Vaadeldavate kaubamärkide teenuste loetelud klassis 41 on identsed või äärmiselt sarnased. Apellant leiab, et tema haridusalased kursused on laimõiste, mis hõlmab endas haridusteenuseid, koolitusteenuseid ja täiskasvanute täiend- ja ümberõpet ja seega on need teenused identsed.



Vastustaja kutsenõustuse teenuse osas on tegemist samaliigiliste teenustega.

Euroopa Kohus on 11.11.1997 otsuses (C-251/95 Sabèl BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, European Court reports 1997 page I-06191) leidnud, et äravahetamise tõenäosust peab hindama globaalselt, arvesse võttes kõike tegureid, mis on asjakohased juhtumi asjaoludega. Globaalne hinnang kaubamärkide visuaalse, foneetilise ja kontseptuaalse sarnasuse üle peab tuginema kaubamärkide üldmuljele, arvestades nende eristavaid ja domineerivaid komponente.

Märkide sarnasuse analüüs põhineb tõsiasjal, et tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt, kuid tarbija pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele – mis ühest küljest peavad olema visuaalselt koheselt haaratavad, kuid samas ka omama eristusvõimet ning olema olulised vastavate kaupade tavapärase kasutamise tingimustes.

Arvestada tuleb ka seda, et tarbijatel puudub võimalus üldjuhul märke üheaegselt vaadelda ning nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti varasemast märgist. Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on märkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad, kui nende erinevused.

Euroopa Kohus on samuti leidnud, et kui kaubamärk koosneb nii sõnadest kui ka kujunduslikest elementidest, siis sõnalised elemendid on eristusvõimelisemad kuna tavatarbijal on kergem viidata kaubale kasutades kaubamärgi sõnalist osa kui kirjeldada kaubamärgi kujundust (CFI, 22 May 2008, NewSoft Technology/OHIM - Soft, T-205/06, para 54).

Euroopa Kohus on leidnud, et „väiksem sarnasuse tase kaupade või teenuste osas võib olla ülekaalutud kaubamärkidest pärineva suurema märkide sarnasusega ja *vice versa*.” (C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc., European Court reports 1998. lehekülg I-05507, para. 17).

Maakohus hindas ekslikult äravahetamise tõenäosust, sest ei ole arvestanud järgmiseid asjaolusid või põhjendanud miks kohtu tuvastatud erinevused kaaluvad need üle: vastavalt eelmainitud Euroopa kohtupraktikale on äravahetamise tõenäosuses oht suurendatud olukorras, kus vaadeldavate kaubamärkidega on tähistatud identsed teenused. Maakohtu otsusest ei ole näha, et seda oleks äravahetamise tõenäosuse hindamisel arvestatud, kuigi apellant on sellele asjaolule oma hagiavalduses selgelt viidanud; tarbijatel puudub üldjuhul võimalus märke üheaegselt vaadelda ja seega nad peavad usaldama oma mällu sööbinud pilti varasemast märgist. Meelde jääb aga eelkõige märgi domineerivam ja eristusvõimelisem osa. Seetõttu on märkide sarnasused (mällu talletuv ühine element) olulisemad, kui nende erinevused; olukorras kus vastustaja kaubamärk koosneb nii sõnadest kui ka kujunduslikest elementidest siis sõnalised elemendid on eristusvõimelisemad kuna tavatarbijal on kergem viidata teenustele kasutades kaubamärgi sõnalist osa kui kirjeldada kaubamärgi kujundust; tarbija ei analüüsi kaubamärke detailselt (kirjašrift, ovaal, nool) ning pöörab enam tähelepanu eristusvõimelistele ja domineerivatele elementidele, mis on visuaalselt koheselt haaratavad (sõnad IKEA ja KEA).

Kohus eksis, keskendudes erinevustele, mis tulenevad eristusvõimetute või nõrga eristusvõimega elementidest (kirjašrift, nool ja ovaal) ning on omistanud apellandi kaubamärgi „I” tähest tulenevale erinevusele liiga suure tähenduse, samas jättes tähelepanuta ülejäänud

kolme tähe kokkulangevuse, ja sellest tuleneva visuaalse ja hääldusliku sarnasuse. Apellandi arvates ei ole maakohtu väljatoodud erinevused piisavad välistamiseks äravahetamise tõenäosuse esinemist ning domineerivate elementide visuaalsed ja foneetilised sarnasused ja kaubamärkidega tähistatud teenuste identsus/samaliigilisus kaaluvad need üle. Maakohus kohaldas ebaõigesti KaMS § 10 lg 1 p 3 sätestatud, kuna on pannud võrdlusmärgi KaMS § 10 lg 1 p 3 kirjeldatud identsuse/sarnasuse ja KaMS § 10 lg 1 p 2 tuleneva äravahetamise tõenäosuse (alternatiivselt nimetatud ka segiajamise tõenäosuse) vahele. Need on kaks iseseisvat kriteeriumit ja seega on Harju maakohtu põhjendus ekslik.

Kaubamärkide sarnasuse nõude täitmine on palju madalam kriteerium, kui seda on kaubamärkide äravahetamise tõenäosuse kriteerium. Identsete või sarnaste kaubamärkide puhul, mis on registreeritud erinevate kaupade või teenuste osas, äravahetamise tõenäosust üldreeglina välistatakse. Samas need kaubamärgid on KMS § 10 lg 1 p 3 kontekstis sarnased. Seega antud vaidluses piisab tõestada vaid apellandi ja vastustaja märkide sarnasust, mis ei nõua nende märkide äravahetamise tõenäosuse olemasolu. Seda kinnitab Euroopa Kohtu 18. juuni 2009. a. otsus (C-487/07 L'Oreal SA v Bellure NV, EKL 2009 lk I-00000, para 36) milles kohus on leidnud, et „Direktiivi 89/104 artikli 5 lõikes 2 [analoogne KMS §10 lg 1 p-le 3] käsitletud rikkumised on nende esinemise korral asjaomase kaubamärgi ja tähise teatava sarnasuse tagajärg, mille tõttu asjaomane avalikkus seostab tähist kaubamärgiga, st loob nende vahel seose, olgugi et ta ei aja neid omavahel segi. Seega ei ole nõutav, et sarnasus maineka kaubamärgi ja tähise vahel, mida kasutab kolmas isik, oleks selline, et muutuks tõenäoliseks, et asjaomane avalikkus ajab need segi. Piisab, kui sarnasus maineka kaubamärgi ja tähise vahel on selline, et asjaomane avalikkus seostab seda tähist kaubamärgiga.

Seega on ilmselge, et maakohtu järeldus, et KaMS § 10 lg 1 p 2 tulenev äravahetamise tõenäosuse puudumine automaatselt välistab KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamise.


Hiljutises 20.11.2014. a Euroopa Kohtu liidetud otsuses C-581/13 ja C-582/13 käsitleti käesoleva vaidlusega otseselt seotud asjaolusid. Euroopa Kohus andis oma hinnangu selle kohta, kas KaMS § 10 lg 1 p 2 ja p 3 analoogsetes nõukogu määruse 207/2009 sätetes kirjeldatud sarnasuse tuvastamise kriteeriumid on identsed või erinevad. Euroopa Kohus leidis oma otsuse p. 72-73, et nendes sätetes kirjeldatud sarnasuse hindamise alused on erinevad ja ei saa tugineda KaMS § 10 lg 1 p 2 tuvastatud sarnasusele ja sellest tulenevale äravahetamise tõenäosuse olemasolule või puudumisele, kohaldades KaMS § 10 lg 1 p 3. Seega on kohtud kohustatud KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamisel märkide sarnasust uuesti hindama, kuna KaMS § 10 lg 1 p 3 kohaldamisel ei ole vaja tuvastada äravahetamise tõenäosuse olemasolu ja isegi väiksem sarnasus mida ei piisaks äravahetamise tõenäosuse tuvastamiseks, võib samas olla piisav KaMS § 10 lg 1 p 3 ettenähtud õiguskaitset välistavate asjaolude tuvastamiseks.

Maakohus ei ole sisuliselt hinnanud apellandi esitatud tõendeid maine ja tuntuse osas ning on lükanud need tagasi deklaratiivsete väidete, mis ei arvesta tõenditega seotud asjaolusid. Kaubamärgiomanikud registreerivad oma kaubamärke mustvalgel kujul, soovides välistada värvide tähtsust ja saada kaitset konkreetsele kaubamärgi kujule ilma värvideta. Esitatud tõendis on kasutuses sama kujutis, mis on apellandi kaubamärgis nr 000109637 ja seega on asjakohane. Samuti on asjakohane see tõend ka nr 000109652 IKEA sõnamärgi puhul, kuna esitatud tõendis on kasutatud sõna IKEA. Apellant leiab, et Harju maakohus on ekslikult ja liiga kitsalt määratlenud maine ja tuntuse tõendamiseks sobivad tõendid ja seega ekslikult jätnud need tähelepanuta. Analoogne argumentatsioon kehtib ka p. 143 Wikipedia artikli

kohta. Apellant nõustub, et Turu-uuringute AS poolt 2012. a aprillis läbiviidud uuring käsitleb olukorda, mis on hilisem kui vastustaja kaubamärkide taotlemise kuupäev kuid leiab, et selline suur maine ja tuntus ei saa tekkida üleöö ja koos teiste tõenditega kaudselt tõendab, et see oli olemas ka vastustaja kaubamärgi taotlemise kuupäeval 15.06.2005. Apellant ei nõustu Harju maakohtu järeldusega, et olukorras kus esitatud uuringust ei nähtu, mis kaubamärgi kohta küsimusi esitati tuleb see jätta tähelepanuta. Sõltumata sellest kas uuringu kaardil oli näidatud kujundatud IKEA kaubamärk või sõnamärk IKEA mõlemad on käesoleva vaidluse aluseks ja seega on need uuringud asjakohased. Apellant leiab, et kõik esitatud tõendid on sobilikud ja asjakohased vähemalt talle kuuluva sõnamärgi nr 000109652 IKEA osas kuna kõigis neis on kasutatud sõna IKEA. Apellandi arvates juba ainuüksi asjaolu, et IKEA kaubamärgi kohta on Eesti keeles välja antud raamat on iseseisvalt maine ja tuntuse tõendiks.

Maakohus eksib, leides, et reaalsete tõendite puudumine on KaMS §10 lg 1 p 3 kohaldamiseks määrav. Euroopa Kohus on hiljutistes otsustes tõlgendanud eristusvõime ning maine kahjustamise ja/või ärakasutamise kriteeriumit. Asjas C-252/07 (Intel Corporation Inc. vs CPM United Kingdom Ltd., European Court reports 2008. lehekülj 00000, para 37-38) leidis kohus, et varasema kaubamärgi omanik ei pea tõendama, et tema kaubamärgile on direktiivi artikli 4 lõike 4 punkti a tähenduses tegelikult ning vastaval hetkel kahju tekitatud. Nimelt, kui on ette näha, et viis, kuidas hilisema kaubamärgi omanik võib kasutada varasemat kaubamärki, tekitab tulevikus selliselt kahju, siis ei ole varasema kaubamärgi omanik kohustatud ootama tegelikku kahjutekitamist, et keelata selline kasutamine. Varasema kaubamärgi omanik peab siiski tõendama selliste tegurite olemasolu, mis võimaldavad järeldada, et esineb tõsine oht, et tema kaubamärgile tulevikus kahju tekitatakse." 12.12.2008 otsuses C-197/07 Aktieselskabet af 21. november 2001 vs OHIM, para 22 leidis kohus, et „...ei pea tõendama, et varasemale kaubamärgile on tegelikult ning vastaval hetkel kahju tekitatud; piisab vaid välja tuua asjaolud, mille alusel saaks *prima facie* järeldada, et tulevikus varasema kaubamärgi ärakasutamise võimalus ei ole hüpoteetiline (vaata, analoogia korras, mis puudutab Esimese Nõukogu direktiiviga 89/104/EEC 21. detsembrist 1988. a kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta Artikli 4(4)(a) sätet (OJ 1989 L 40, p. 1), Case C-252/07 Intel Corporation [2008] ECR I-0000, para 38)". Seega ei ole maakohtu tuvastus, et puuduvad reaalse maine ja tuntuse ärakasutamise ja või kahjustamise tõendid piisav järeldamiseks, et ei esine KaMS § 10 lg 1 p 3 õiguskaitset välistavaid asjaolusid.

Eeltoodud ekslikest järeldusest tulenevalt jättis maakohus apellandi tuntuse ja maine tõendid põhjalikult hindamata. Samuti puudub otsuses sisuline võrdlus ja hinnang KaMS § 10 lg 1 p 3 õiguskaitset välistavate asjaolude kohta, ja seega on maakohtu otsus väär.

Apellant leiab, rikkumise puhul erineb vastustaja kasutatav kaubamärk sellest kaubamärgist mille kohta vastustaja on esitanud kaubamärgitaotluse. Kasutatav kaubamärk on järgmine:  Sellel on lisaks sinine ja kollane värvid, mis on samuti apellandi kasutataval kaubamärgil, ja seega on need reaalses turusituatsioonis veelgi sarnasemad. Maakohus ei ole värve hinnanud. Samuti on apellant arvamusel, et kohtu hinnangud äravahetamise tõenäosuse puudumise ja maine ja eristusvõime ärakasutamise ja/või kahjustamise kohta on ekslikud.

## Vastus apellatsioonkaebusele

Kostja vaidleb apellatsioonkaebusele vastu.

### Ringkonnakohtu seisukoht

Ringkonnakohus leidis, et maakohu otsuse põhjendusi tuleb osaliselt muuta, kuid otsus lõppjärgeldusena jätta muutmata ja apellatsioonkaebus rahuldamata.

Maakohus on põhjenduste kirjeldavas osas (otsuse punktis 96.6) ekslikult märkinud, et kostja 15.06.2005 esitatud kaubamärgi registreerimise taotluses nr. M200500797 taotlenud kombineeritud kaubamärgi registreerimiseks kujuga, millele on lisatud sõnad „Kesk-Eesti Arenduskeskus. Central Estonian Development Centre”. Nimetatud taotluses on kostja registreerida kaubamärk KEA+kuju. Samasuguse eksituse on maakohus endale lubanud otsuse punktides 120 ja 121. Ringkonnakohus jätab maakohu otsuse märgitud punktidest nimetatud viited välja.

Samas ei põhjusta nimetatud eksimus maakohu otsuse tühistamist põhjendusel, et maakohus ei ole vaidlustatud kostja kaubamärki hageja omadega võrrelnud. Maakohus on vastustaja kaubamärki korrektselt kirjeldanud otsuses poolte seisukohti kirjeldades, s.o. punktides 1-5, punktides 7-8, punktis 10, 12, punktides 21–24 ning 26, 41, 43, 45, 68, 78, 83, ning otsuse põhjendavas osas, s.o. punktides 93, 96 - 101, 104, 111, 118, 131, 149, 153, 154 ja punktis 158. Seega on otsusest üheselt tuvastatav ning arusaadavalt järeldatav, milliseid kaubamärke on võrreldud ning milliste märkide osas on kollisiooni puudumine tuvastatud.

Maakohus on otsuses korduvalt välja toonud, et võrdles KaMS § 10 lg 1 p 2, ja p 3 kohaldamisel vastustaja poolt registreerimiseks esitatud kaubamärki „KEA + kuju” (taotluse nr M200500797) ning kaubamärke IKEA (registreeringud nr. 000109652 ja nr. 000109637).

Ringkonnakohus jätab maakohu põhjendustest (punktist 109) välja ka viite, et hageja kaubamärkidel on tähis IKEA spetsiifilises šriftis, mida kostja kasutanud ei ole. Ringkonnakohus nõustub apellandiga selles, et sõnamärkidega ei taotleta kaitset šriftile, vaid kaitse objektiks on sõna ise, mitte sõna koos šriftiga.

Ülejäänud osas nõustub ringkonnakohus maakohu otsuse põhjendustega ja TsMS § 654 lg 6 kohaselt ei pea vajalikuks neid korrata.

Vastuseks apellatsioonkaebusele peab ringkonnakohus vajalikuks rõhutada järgmist.

KaMS § 10 lg 1 p 2 kohaldamiseks tuleb esmajärjekorras kontrollida, kas vaadeldavad kaubamärgid on identsed või sarnased. Maakohus tuvastas õigesti, et kaubamärgid ei ole identsed. Seejärel analüüsis kohus märkide sarnasust.

Apellant on ajanud segamini kaubamärkide sarnasuse võrdlemise äravahetamise tõenäosuse hindamisega. KaMS § 10 lg 1 p 2 ja p 3 normides loetletud tingimused on kumulatiivsed ning normikoosseisud ei ole täidetud kas või ühe tingimuse mitteesinemise korral. Maakohus tuvastas, et kaubamärgid ei ole ei identsed ega sarnased. Kui vaadeldavad kaubamärgid ei ole identsed ega sarnased, ei saa esineda ka äravahetamise tõenäosust ning seda hoolimata sellest, kas varasem kaubamärk on eristusvõimeline, mainekas või tuntud.



Äravahetamise tõenäosuse hindamine on kohtu õiguslik hinnang. Nimetatud hinnang kujunebki poolte poolt esitatud asjaolusid, argumente ning tõendeid analüüsid ning hinnates.

Apellant tugines õiguskaitset välistavate asjaolude kindlakstegemisel üksnes enda argumentidele, mis nii tööstusomandi apellatsioonikomisjoni kui ka maakohtu hinnangul ei olnud veenvad ega piisavad hagi rahuldamiseks.

Maakohus ei ole pidanud õiguskaitset välistavate asjaolude tuvastamisel ainuvajalikuks faktilise segiajamise esinemist. Maakohus analüüsis kaubamärkide sõnaliste osade KEA ja IKEA võimalikku sarnasust visuaalselt, häälduslikult ning tähenduslikust aspektist lähtuvalt ning nimetatud elementide mõju tähiste kui tervikute üldmuljele. Tervikuna kaubamärke võrreldes ilmnisid olulised visuaalsed ja foneetilised erinevused märkide vahel, s.o erinev kujundus, erinev sõnaline osa, selle maht ning paigutus. on maakohus õigesti leidnud, et kaubamärkide eristamisel on kaubamärgi lõpuosa vähem tähtis kui algusosa, sest sõnaliste tähiste teineteisest eristamisel on määravaimaks sarnasus nende algusosades. Kui võrreldavad tähised on väga sarnased või identsed nende algusosas, siis on nad suure tõenäosusega segiaetavamad, kui selline sarnasus on nende lõpuosas. Seega on kaubamärkide sõnaosade algustel märkimisväärne mõju kaubamärkide üldmuljele. Toodust tulenevalt asus maakohus õigele järeldusele, et kõnealused kaubamärgid on erinevad, kuna mh. on erinevad ka nende algusosad.

Seda seisukohta toetab ka Euroopa Esimese astme kohtu 16.01.2008. a. lahend nr T-112/06, millise esemeks oli kaubamärgid „IDEA + kuju” ja „IKEA + kuju” võimaliku konflikti tuvastamine. Kohus asus mainitud lahendis seisukohale, et konflikti kaubamärkide vahel ei esine, kuivõrd lisaks erinevale kujundusele, on ühetäheline sõnalise osa erinevus piisav tarbijapoolse segiajamise tõenäosuse vältimiseks. Ka antud kaasuses on sõnalise osa ühetäheline erinevus piisav kaubamärkide vahelise kollisiooni vältimiseks.

Ringkonnakohus märgib, et hageja nõudis tema ainuõigust rikkuva tegevuse lõpetamist lähtuvalt tema ainuõigusest kaubamärkidele registreeringunumbritega 000109652 ja 001109637. Kuivõrd maakohus tuvastas, et vaidlustatud kostja kaubamärk on selgelt eristuv mainitud hageja kaubamärkidest ja puudub alus tuvastada selle suhtes suhtelist õiguskaitset välistavate asjaolude esinemist KaMS § 10 lg 1 punktide 2 ja 3 alusel, siis puudus alus rahuldada hageja nõuet kohustada kostjat lõpetama oma logo kasutamine ainuõiguse kaitset sätestava KaMS § 14 lg 1 ja 2 järgi.

Kuivõrd apellatsioonkaebus jääb rahuldamata, jäävad poolte apellatsioonistmega seotud menetluskulud apellandi kanda. Maakohus määrab menetluskulud kindlaks TsMS § 177 lg-s 2 sätestatud korras pärast asja sisuliselt lahendava kohtuotsuse jõustumist.



## Euroopa Kohtu praktika

2016. aastal langetati Euroopa Kohtus 32 kohtuotsust intellektuaalomandi valdkonnas.

Allpool näide Euroopa Kohtu otsusest, mis käsitleb taastusravikeskust pidava Reha Training Gesellschaft für Sport- und Unfallrehabilitation mbH ja Saksamaal muusikavaldkonna autoriõiguste kollektiivse esindamise organisatsiooni Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte eV vahelises kohtuvaidlust, mis puudutab Reha Trainingu keeldumist maksta nimetatud organisatsioonile kaitstud teoste Reha Trainingu ruumides kättesaadavaks tegemisega seotud autoritasusid ja autoriõigusega kaasnevatest õigustest tulenevaid tasusid.

### EUROOPA KOHTU OTSUS (suurkoda)

**31. mai 2016**

„Eelotsusetaotlus — Intellektuaalomand — Autoriõigus ja sellega kaasnevad õigused — Direktiiv 2001/29/EÜ — Artikli 3 lõige 1 — Direktiiv 2006/115/EÜ — Artikli 8 lõige 2 — Mõiste „üldsusele edastamine” — Televiisorite paigaldamine taastusravikeskuse pidaja poolt selleks, et võimaldada oma patsientidel telesaateid vaadata”

Kohtuasjas C 117/15, mille ese on ELTL artikli 267 alusel Landgericht Kölni (Kölni teise astme kohus, Saksamaa) 20. veebruari 2015. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 9. märtsil 2015, menetluses

**Reha Training Gesellschaft für Sport- und Unfallrehabilitation mbH**

versus

**Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA),**

menetlusest võttis osa:

**Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL),**

EUROOPA KOHTUS (suurkoda)

koosseisus: president K. Lenaerts, kodade presidendid L. Bay Larsen, T. von Danwitz, J. L. da Cruz Vilaça, D. Šváby ja C. Lycourgos, kohtunikud A. Rosas, E. Juhász, A. Borg Barthet, J. Malenovský (ettekandja), M. Berger, A. Prechal ja M. Vilaras,

kohtujurist: Y. Bot,

kohtusekretär: ametnik K. Malacek,

arvestades kirjalikus menetluses ja 19. jaanuari 2016. aasta kohtuistungil esitatut, arvestades seisukohti, mille esitasid:

- Reha Training Gesellschaft für Sport- und Unfallrehabilitation mbH, esindajad: Rechtsanwalt S. Dreismann ja Rechtsanwalt D. Herfs,
- Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte eV (GEMA), esindajad: Rechtsanwalt C. von Köckritz, Rechtsanwalt I. Brinker, Rechtsanwalt

N. Lutzhöft ja Rechtsanwalt T. Holz Müller,

- Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL), esindajad: Rechtsanwalt U. Karpenstein ja Rechtsanwalt M. Kottmann,
- Saksamaa valitsus, esindajad: T. Henze ja J. Kemper,
- Prantsuse valitsus, esindajad: G. de Bergues, D. Colas ja D. Segoin,
- Ungari valitsus, esindajad: G. Szima, M. Z. Fehér ja M. Bóra,
- Euroopa Komisjon, esindajad: J. Samnadda ja T. Scharf,

olles 23. veebruari 2016. aasta kohtuistungil ära kuulunud kohtujuristi ettepaneku, on teinud järgmise

### otsuse

1. Eelotsusetaotlus käsitleb Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta direktiivi 2001/29/EÜ autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas ([EÜT 2001, L 167, lk 10](#); [ELT eriväljaanne 17/01, lk 230](#)) artikli 3 lõike 1 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta direktiivi 2006/115/EÜ rentimis- ja laenutamiseõiguse ja teatavate autoriõigusega kaasnevate õiguste kohta intellektuaalomandi vallas ([ELT 2006, L 376, lk 28](#)) artikli 8 lõike 2 tõlgendamist.
2. Eelotsusetaotlus on esitatud taastusravikeskust pidava Reha Training Gesellschaft für Sport- und Unfallrehabilitation mbH (edaspidi „Reha Training”) ja Saksamaal muusikavaldkonna autoriõiguste kollektiivse esindamise organisatsiooni Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte eV (GEMA) vahelises kohtuvaidluses, mis puudutab Reha Trainingu keeldumist maksta nimetatud organisatsioonile kaitstud teoste Reha Trainingu ruumides kättesaadavaks tegemisega seotud autoritasusid ja autoriõigusega kaasnevatest õigustest tulenevaid tasusid.

## Õiguslik raamistik

Liidu õigus

Direktiiv 2001/29

3. Direktiivi 2001/29 põhjendused 9, 10, 20 ja 23 on sõnastatud järgmiselt:

- (9) Autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste ühtlustamise aluseks peab olema kõrgetasemeline kaitse, sest nimetatud õigused on olulised intellektuaalse loominguga seotud. Nende kaitse aitab tagada loovuse säilimise ja arengu autorite, esitajate, tootjate, tarbijate, kultuuri, tööstuse ja laiema üldsuse huvides. Intellektuaalomand on seetõttu tunnustatud omandi lahutamatuks osaks.
- (10) Jätkamiseks oma loome- ja kunstilist tegevust, peavad autorid ja esitajad saama oma töö kasutamise eest nõuetekohast salvestustasu, samasugust salvestustasu peavad saama tootjad, et neil oleks võimalik nimetatud tegevust rahastada. Fonogrammide, filmide, multimeediatoodete ning tellitavate teenuste laadsete teenuste pakkumiseks on tarvis märkimisväärseid investeeringuid. Intellektuaalomandi õiguste piisav

õiguskaitse on vajalik, et tagada nimetatud tasu kättesaamine ning võimaldada kindlustada nendele investeeringutele rahuldav kasum.

[...]

(20) Käesoleva direktiivi aluseks on kõnealuses valdkonnas juba kehtivate direktiividega, eelkõige [nõukogu 19. novembri 1992. aasta] direktiiviga 92/100/EMÜ [rentimis- ja laenutamissoiguse ja teatavate autoriõigusega kaasnevate õiguste kohta intellektuaalomandi vallas (EÜT 1992, L 346, lk 61), muudetud nõukogu 29. oktoobri 1993. aasta direktiiviga 93/98/EMÜ (EÜT 1993, L 290, lk 9; ELT eriväljaanne 17/01, lk 141)] ette nähtud põhimõtted ja eeskirjad. Direktiiv 2001/29 arendab neid põhimõtteid ja eeskirju edasi, seostades need infoühiskonnaga. Käesoleva direktiivi sätete kohaldamine ei mõjuta eespool loetletud direktiivide kohaldamist, kui käesolevas direktiivis ei ole ette nähtud teisiti.

[...]

(23) Käesolev direktiiv peaks täiendavalt ühtlustama autoriõigusi teoste üldsusele edastamiseks. Seda õigust tuleb käsitada laiemas mõttes, et hõlmata edastamist ka üldsusele, kes ei viibi paigas, kus teost esitatakse. Nimetatud õigus peaks hõlmama teose igasugust edastamist või vahendamist üldsusele kaabli või kaablita vahendite, kaasa arvatud ringhäälingu kaudu. See õigus ei peaks hõlmama muid tegevusi.”

4. Direktiivi artikli 3 lõige 1 näeb ette:

„Liikmesriigid näevad ette, et autoritel on ainuõigus lubada või keelata oma teoste edastamist üldsusele kaabel- või kaablita sidevahendite kaudu, sh nende teoste sellisel viisil kättesaadavaks tegemist, et isik pääseb neile ligi enda valitud kohas ja enda valitud ajal.”

5. Direktiivi artikli 12 lõige 2 sätestab:

„Käesoleva direktiivi kohane autoriõigusega kaasnevate õiguste kaitse ei mõjuta mingil viisil autoriõiguse kaitset.”

*Direktiiv 2006/115*

6. Direktiivi 2006/115 põhjenduses 3 on märgitud järgmist:

„Autoriõigusega kaitstud teoste ja autoriõigusega kaasnevate õiguste objektide piisavat kaitset rentimis- ja laenutamissoigusega ning autoriõigusega kaasnevate õiguste objektide kaitset salvestusõiguse, levitamissoigusega ja õigusega kanda neid üle ja edastada üldsusele võib sellest tulenevalt pidada ühenduse majandusliku ja kultuurilise arengu seisukohast äärmiselt oluliseks.”

7. Direktiivi artikli 8 lõige 2 näeb ette:

„Liikmesriigid näevad ette õiguse, mille eesmärk on tagada, et kasutaja tasub ühekordse õiglase tasu, kui kommertseesmärkidel avaldatud fonogrammi või sellise fonogrammi reproduktsiooni kasutatakse ülekandmiseks kaablita vahendite abil või muul moel

üldsusele edastamiseks, ning millega tagatakse, et kõnealune tasu jagatakse asjaomaste esitajate ja fonogrammi tootjate vahel. Esitajate ja fonogrammitootjate vahelise lepingu puudumise korral võivad liikmesriigid sätestada tingimused, mille kohaselt see tasu nende vahel jagatakse.”

8. Direktiiviga 2006/115 kodifitseeriti ja tunnistati kehtetuks direktiiv 92/100 (direktiiviga 93/98 muudetud redaktsioonis). Direktiivi 2006/115 artikli 8 sõnastus on siiski jäänud asjaomase kehtetuks tunnistatud direktiivi artikli 8 sõnastusega identseks.

#### Saksa õigus

9. 9. septembri 1965. aasta autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste seaduse (Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte – Urheberrechtsgesetz; Bundesgesetzblatt 1965 I, lk 1273; põhikohtuasja asjaolude aset leidmise ajal kohaldatavas redaktsioonis) § 15 lõige 2 sätestab:

„Autoril on [...] samuti ainuõigus teost mittemateriaalses vormis üldsusele edastada (üldsusele edastamise õigus). Üldsusele edastamise õigus hõlmab eelkõige:

- 1) õigust teose esitamiseks, ettekandmiseks ja taasesitamiseks (§ 19);
- 2) õigust teose üldsusele kättesaadavaks tegemiseks (§ 19a);
- 3) õigust teose ülekandmiseks ringhäälingu kaudu (§ 20);
- 4) õigust teose edastamisele video ja helikandjate kaudu (§ 21);
- 5) õigust edastada raadiosaateid ja teha need üldsusele kättesaadavaks (§ 22)”.

10. Autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste seaduse § 15 lõike 3 kohaselt:

„Teos on edastatud üldsusele, kui see on suunatud suurele arvule isikutele üldsuse seast. Isikuks üldsuse seast on igaüks, kes pole isiklike suhete kaudu seotud teost edastava isikuga või teiste isikutega, kellele teos edastatakse või kellele on see mittemateriaalses vormis kättesaadav.”

#### Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

11. Taastusravikeskus, mida Reha Training peab, pakub õnnetuses kannatada saanud isikutele oma ruumides operatsioonijärgset taastusravi.
12. Keskus koosneb kahest ooteruumist ja ühest treeningsaalist, millesse paigaldatud televiisorite kaudu võimaldas Reha Training 2012. aasta juunist kuni 2013. aasta juunini oma patsientidel telesaateid vaadata. Neid saateid oli seega võimalik vaadata isikutel, kes viibisid ravi saamiseks taastusravikeskuses.
13. Reha Training ei ole kunagi taotlenud GEMA käest nende saadete kättesaadavaks tegemise luba. Viimane on seisukohal, et selline kättesaadavaks tegemine kujutab endast tema hallatavasse repertuaari kuuluvate teoste üldsusele edastamist. Sellest lähtudes nõudis ta nimetatud äriühingult ajavahemiku 2012. aasta juunist kuni 2013. aasta juunini eest kehtivate tasumäärade alusel arvestatud summa tasumist ning kuna talle tasu ei laekunud, esitas ta Amtsgericht Kölnile (Kölni esimese astme kohus, Saksamaa) nõude mõista Reha Trainingult välja sellele summale vastav kahjuhüvitis.

14. Amtsgericht Köln (Kölni esimese astme kohus) rahuldab selle nõude ning Reha Training esitas nimetatud otsuse peale Landgericht Kölnile (Kölni teise astme kohus, Saksamaa) apellatsioonkaebuse.
15. Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab direktiivi 2001/29 tõlgendamist puudutavast Euroopa Kohtu praktikast tulenevate kriteeriumide põhjal, et telesaadete kättesaadavaks tegemise puhul Reha Trainingu poolt on tegemist üldsusele edastamisega. Lisaks leiab eelotsusetaotluse esitanud kohus, et samad kriteeriumid peavad olema kohaldatavad ka selle hindamisel, kas tegemist on „üldsusele edastamisega” direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses, aga sellekohane lahend oleks vastuolus 15. märtsi 2012. aasta kohtuotsusega SCF ([C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#)).
16. Selles kohtuotsuses leidis Euroopa Kohus, et hambaravikabineti patsientide puhul ei ole tegemist „isikutega üldiselt”. Kuna käesoleval juhul ei ole Reha Trainingu pakutavale ravile juurdepääsu muudel isikutel peale keskuse patsientide, ei saa Reha Trainingu patsientide puhul olla tegu „isikutega üldiselt”, vaid „üksikusse rühma” kuuluvate isikutega.
17. Euroopa Kohus leidis 15. märtsi 2012. aasta kohtuotsuses SCF ([C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#)) samuti, et hambaravikabineti patsiendid moodustavad väikese, isegi tähtsusetu isikute hulga, kuivõrd enamasti viibib seal korraga väga vähe inimesi. Ka Reha Trainingu patsientide hulk tundub olevat väikesearvuline.
18. Lisaks leidis Euroopa Kohus selles kohtuotsuses, et hambaravikabineti tavapärase patsientide soov ei ole seal muusikat kuulata, vaid nad kuulevad seda juhuslikult ja see ei ole nende valik. Ka käesoleva kohtuasja puhul vaatavad Reha Trainingu ooteruumides ja treeningisaalis olevad patsiendid telesaateid sõltumata nende endi soovidest ja valikutest.
19. Neil asjaoludel otsustas Landgericht Köln (Kölni teise astme kohus) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:
  1. Kas küsimust „üldsusele edastamise” toimumise kohta direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 ja/või direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses tuleb alati hinnata samade kriteeriumide alusel, nimelt et:
    - kasutaja tegutseb oma tegevuse tagajärgedest täielikult teadlikuna, eesmärgiga teha kaitstud teos kättesaadavaks kolmandatele isikutele, kellel tema tegevuseta ligipääs asjaomasele teosele puuduks;
    - „üldsus” koosneb määratlemata arvust potentsiaalsetest adressaatidest ning piisavalt suurest arvust isikutest, kusjuures määratlematus esineb juhul, kui tegemist on „isikutega üldiselt”, erinevalt teatavasse üksikusse rühma kuuluvatest konkreetsetest inimestest, ja „piisavalt suure arvu isikute” kriteerium viitab sellele, et üldsuse mõiste eeldab teatava miinimumarvu olemasolu, mistõttu on selle mõiste puhul välistatud asjaomaste isikute liiga väike või tähtsusetu hulk. Selles suhtes on asjakohane nii küsimus, mitmele isikule on sama teos samal ajal kättesaadav, kui ka küsimus, kui paljudele neist on see järjest kättesaadav;
    - teost esitatakse uuele kuulajas- või vaatajaskonnale, see tähendab kuulajas- või vaatajaskonnale, keda teose autor ei võtnud arvesse, kui ta andis loa oma teost



üldsusele edastamiseks kasutada, välja arvatud juhul, kui kasutatakse spetsiifilist tehnilist lahendust, mis erineb algsel edastamisel kasutatust, ja

- asjakohane on ka küsimus, kas asjaomane kasutamine toimub tulu saamise eesmärkidel, lisaks sellele, et sihtrühm on edastatu suhtes vastuvõtlik, mitte edastamine ei „taba” teda juhuslikult, kusjuures see ei ole üldsusele edastamise eeltingimus?
  - 2. Kas sellises olukorras nagu põhikohtuasjas, kus taastusravikeskuse pidaja paigaldas keskuse ruumidesse televiisorid, millesse ta edastab ringhäälingusignaali, tehes sel viisil teatavad telesaated oma patsientidele kättesaadavaks, toimub „üldsusele edastamine” direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 või direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses, kui telesaateid kättesaadavaks tehes rikuti suure hulga huvitatud isikute, eelkõige heliloojate, sõnade autorite ja muusikakirjastajate, aga ka teoste esitajate, fonogrammitootjate ja sõnaloomingu autorite ning nende kirjastuste autoriõigusi ja autoriõigusega kaasnevaid õigusi?
  - 3. Kas sellises olukorras nagu põhikohtuasjas, kus taastusravikeskuse pidaja paigaldab keskuse ruumidesse televiisorid, millesse ta edastab ringhäälingusignaali, võimaldades sel viisil oma patsientidel telesaateid vaadata, toimub „üldsusele edastamine” direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 ja/või direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses?
  - 4. Kui sellises olukorras nagu põhikohtuasjas leitakse, et toimus üldsusele edastamine eeltoodud tähenduses, siis kas Euroopa Liidu Kohus kinnitab oma senist kohtupraktikat, et raadios üle kantud kaitstud fonogrammide edastamine patsientidele hambaravikabinetis (vt 15. märtsi 2012. aasta kohtuotsus SCF ([C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#))) või muudes sarnastes kohtades ei ole üldsusele edastamine?”
20. Eelotsusetaotluse esitanud kohus teatas Euroopa Kohtule 17. aprillil 2015 saadetud kirjas, et Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH-le (GVL) on antud luba võtta osa põhikohtumenetlusest.
21. Prantsuse valitsus palus Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 16 kolmanda lõigu alusel Euroopa Kohtul tulla kokku suurkojana.

### **Eelotsuse küsimuste analüüs**

22. Eelotsusetaotluse esitanud kohus palub oma kolme esimese küsimusega, mida tuleb analüüsida koos, esiteks selgitada, kas sellises asjas nagu põhikohtuasi – milles väidetakse, et telesaadete ülekandmine televiisorite abil, mille taastusravikeskuse pidaja on paigaldanud oma ruumidesse, rikub suure hulga asjaomaste isikute, eelkõige heliloojate, sõnade autorite ja muusikakirjastajate, aga ka teoste esitajate, fonogrammitootjate ja sõnaloomingu autorite ning nende kirjastuste autoriõigusi ja autoriõigusega kaasnevaid õigusi – tuleb hinnata, kas selline olukord kujutab endast „üldsusele edastamist”, nii direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 kui ka direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses või neist sätetest vaid ühe tähenduses, ning teiseks, kas sellise edastamise toimumine tuleb teha kindlaks samade kriteeriumide alusel. Ta soovib teada ka seda, kas selline

ülekanndmine kujutab endast „edastamist üldsusele” ühe ja/või teise asjaomase sätte tähenduses.

23. Sellega seoses tuleb meenutada, et direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 kohaselt on liikmesriigid kohustatud nägema ette, et autoritel on ainuõigus lubada või keelata oma teoste edastamist üldsusele kaabel- või kaablita sidevahendite kaudu, sealhulgas nende teoste sellisel viisil üldsusele kättesaadavaks tegemist, et isik pääseb neile ligi enda valitud kohas ja enda valitud ajal.
24. Peale selle näeb direktiivi 2006/115 artikli 8 lõige 2 ette, et liikmesriikide õigusnormid peavad tagama esiteks, et kommertseesmärkidel avaldatud fonogrammi või sellise fonogrammi reproduktsiooni kasutamisel ülekanndmiseks kaablita vahendite abil või muul moel üldsusele edastamisel tasub kasutaja ühekordse õiglase tasu, ja teiseks, et see tasu jagatakse asjaomaste esitajate ja fonogrammi tootjate vahel.
25. Selles suhtes tuleb kõigepealt märkida, et direktiivi 2001/29 põhjendusest 20 nähtuvalt ei tohi selle direktiivi kohaldamine põhimõtteliselt direktiivi 92/100, direktiiviga 93/98 muudetud redaktsioonis (mis kodifitseeriti ja tunnistati kehtetuks direktiiviga 2006/115), sätete kohaldamist piirata, kui direktiivis 2001/29 ei ole ette nähtud teisiti (vt selle kohta kohtuotsus, 9.2.2012, Luksan, [C 277/10](#), [EU:C:2012:65](#), punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).
26. Ükski direktiivi 2001/29 sätte ei luba aga direktiivi 2006/115 artikli 8 lõikes 2 sätestatud põhimõtetest erandit teha.
27. Sellest tuleneb, et direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 kohaldamine ei mõjuta direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 kohaldamist.
28. Lisaks peab liidu õiguskorra ühtsuse ja järjepidevuse nõudeid arvestades olema direktiivis 2001/29 ja direktiivis 2006/115 kasutatud mõistetel sama tähendus, välja arvatud juhul, kui liidu seadusandja on konkreetsetes seadusandlikus kontekstis väljendanud teistsugust tahtet (vt selle kohta kohtuotsus, 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punkt 188).
29. Vastab tõele, et direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 ja direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 võrdlemisel ilmneb, et nendes sätetes esinevat mõistet „üldsusele edastamine” kasutatakse kontekstides, mis ei ole identsed, ning selle mõiste eesmärk on küll sarnane, kuid siiski osaliselt erinev (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punkt 74).
30. Nimelt on autoritel direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 kohaselt preventiivset laadi õigus, mis võimaldab neil teose üldsusele edastamise keelamiseks astuda oma teose võimalike kasutajate ja kasutajate kavatsetava üldsusele edastamise vahele. Seevastu on esitajatel ja fonogrammitootjatel direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 alusel hüvitise saamise õigus, mida neil on võimalik teostada alles pärast seda, kui kasutaja kasutab või on kasutanud kommertseesmärkidel avaldatud fonogrammi või sellise fonogrammi reproduktsiooni üldsusele edastamiseks (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punkt 75).

31. Seda arvestades ei anna miski alust väita, et liidu seadusandja on soovinud omistada mõistele „üldsusele edastamine” direktiivi 2001/29 ja direktiivi 2006/115 kontekstides erinevat tähendust.
32. Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 34 märgib, ei saa nende direktiividega kaitstavate õiguste erinev iseloom varjata seda, et vastavate direktiivide sätete kohaselt tekivad need õigused samast asjaolust, nimelt kaitstud teose üldsusele edastamisest.
33. Eeltoodu põhjal tuleb sellises asjas, nagu on põhikohtuasi, kohaldada telesaadete ülekandmise suhtes, mis väidetavalt rikub mitte üksnes autoriõigusi, vaid muu hulgas ka esitajate ja fonogrammitootjate õigusi, nii direktiivi 2001/29 artikli 3 lõiget 1 kui ka direktiivi 2006/115 artikli 8 lõiget 2, omistades neis kahes sättes esinevale mõistele „üldsusele esitamine” sama tähenduse.
34. Seetõttu tuleb kõnealust mõistet hinnata samade kriteeriumide alusel, et muu hulgas vältida vastukäivaid ja omavahel kokkusobimatuid tõlgendusi, vastavalt kohaldatavale sättele.
35. Sellega seoses on Euroopa Kohus juba sedastanud, et üldsusele edastamise toimumise hindamisel tuleb võtta arvesse paljusid täiendavaid kriteeriume, mis ei ole autonoomsed ja on üksteisest sõltuvad. Kuna need kriteeriumid võivad konkreetses olukorras esineda väga erineva intensiivsusega, tuleb neid kohaldada nii eraldi kui ka suhestatuna teistesse kriteeriumidesse (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, Phonographic Performance (Ireland), [C 162/10](#), [EU:C:2012:141](#), punkt 30 ja seal viidatud kohtupraktika).
36. Peale selle tuleb meenutada, et mõistet „üldsusele edastamine” tuleb käsitada laias tähenduses, mis on sõnaselgelt märgitud ka direktiivi 2001/29 põhjenduses 23 (vt selle kohta kohtuotsus, 7.3.2013, ITV Broadcasting jt, [C 607/11](#), [EU:C:2013:147](#), punkt 20 ja seal viidatud kohtupraktika).
37. Euroopa Kohus on ka sedastanud, et mõistes „üldsusele edastamine” on seostatud kaks kumulatiivset elementi, nimelt teose „edastamise toiming” ja teose edastamine „üldsusele” (kohtuotsus, 19.11.2015, SBS Belgium, [C 325/14](#), [EU:C:2015:764](#), punkt 15 ja seal viidatud kohtupraktika).
38. Arvestades seda täpsustust, tuleb esiteks mõiste „edastamise toiming” kohta märkida, et selle all mõeldakse teoste igasugust ülekandmist, sõltumata kasutatud tehnilisest vahendist või protsessist (vt selle kohta kohtuotsus, 19.11.2015, SBS Belgium, [C 325/14](#), [EU:C:2015:764](#), punkt 16 ja seal viidatud kohtupraktika).
39. Peale selle peab põhimõtteliselt saama teose autorilt eraldi loa teose igakordseks või taaskordseks ülekandmiseks, mis toimub spetsiifilist tehnilist lahendust kasutades (kohtuotsus, 19.11.2015, SBS Belgium, [C 325/14](#), [EU:C:2015:764](#), punkt 17 ja seal viidatud kohtupraktika).
40. Teiseks peab selleks – nagu käesoleva kohtuotsuse punktis 37 meenutatud –, et tegemist oleks direktiivi 2001/29 artikli 3 lõikes 1 sätestatud mõistega „üldsusele edastamine”, kaitstud teoseid tegelikult „üldsusele” edastama.

41. Sellega seoses nähtub Euroopa Kohtu praktikast esiteks, et mõiste „üldsus” viitab määratlemata suurusega potentsiaalsele sihtrühmale ning eeldab peale selle ka piisavalt suurt arvu isikuid (vt selle kohta kohtuotsus, 7.12.2006, SGAE, [C 306/05](#), [EU:C:2006:764](#), punktid [37](#) ja [38](#) ning seal viidatud kohtupraktika).
42. Esiteks on Euroopa Kohus rõhutanud, et mis puutub üldsuse „määratlemata” suurusesse, siis on tegemist teose mis tahes asjakohasel viisil tajutavaks tegemisega „inimestele üldiselt”, erinevalt teatavasse üksikusse rühma kuuluvatest konkreetsetest inimestest (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punkt [85](#)).
43. Teiseks mis puutub seejärel „piisavalt suure arvu isikute” kriteeriumi, siis on Euroopa Kohus täpsustanud, et selline arv eeldab teatava „miinimumarvu” olemasolu, mistõttu on „üldsuse” puhul välistatud asjaomaste isikute liiga väike või tähtsusetu hulk (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punkt [86](#)).
44. Sihtrühma suuruse arvutamisel tuleb arvestada teoste potentsiaalsele sihtrühmale kättesaadavaks tegemise kumulatiivse toimega (vt selle kohta kohtuotsus, 7.12.2006, SGAE, [C 306/05](#), [EU:C:2006:764](#), punkt [39](#)). Eriti tähtis on teada, kui paljudel isikutel on samale teosele juurdepääs samal ajal ja üksteise järel (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, Phonographic Performance (Ireland), [C 162/10](#), [EU:C:2012:141](#), punkt [35](#)).
45. Teiseks on Euroopa Kohus sedastanud, et mõiste „üldsusele edastamine” alla kuulumiseks peab ülekantud teost näitama „uuele üldsusele”, see tähendab üldsusele, keda kaitstud teoste suhtes õigusi omavad isikud ei võtnud arvesse, kui nad andsid loa teoste kasutamiseks algselle üldsusele edastamise teel (vt selle kohta kohtuotsused, 7.12.2006, SGAE, [C 306/05](#), [EU:C:2006:764](#), punktid [40](#) ja [42](#), ning 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punkt [197](#)).
46. Selles kontekstis on Euroopa Kohus rõhutanud kasutaja osa, mida ei saa tähelepanuta jätta. Ta on sedastanud, et üldsusele edastamise toimumiseks peab see kasutaja oma tegevuse tagajärgedest täielikult teadlikuna andma kaitstud teoseid sisaldavale ülekantavatele saatele juurdepääsu täiendavale üldsusele, nii et ilma selle tegevuseta ei saa „uus” üldsus ülekantud teoseid vaadata, isegi kui nad asuvad saate levialas (vt selle kohta kohtuotsused, 7.12.2006, SGAE, [C 306/05](#), [EU:C:2006:764](#), punkt [42](#), ning 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punkt [195](#)).
47. Nii on Euroopa Kohus sedastanud, et publi-, hotelli- ja sanatooriumipidaja on niisugune kasutaja ja tegeleb üldsusele edastamisega, kui ta kannab kaitstud teoseid teadlikult oma klientidele üle, vahendades tahtlikult ringhäälingusignaali oma ettevõttesse paigaldatud tele- või raadioseadmete kaudu (vt selle kohta kohtuotsused, 7.12.2006, SGAE, [C 306/05](#), [EU:C:2006:764](#), punktid [42](#) ja [47](#); 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punkt [196](#), ning 27.2.2014, OSA, [C 351/12](#), [EU:C:2014:110](#), punkt [26](#)).
48. Seega selgub, et üldsust, kellele neis ettevõtetes edastamine toimub, ei „tabata” juhuslikult, vaid see on vastava ettevõtte pidaja sihtrühm (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punkt [91](#)).



49. Tuleb veel rõhutada, et kuigi ülekandmisest tulu saamine ei ole ülekandmise „üldsusele edastamiseks” kvalifitseerimisel otsustava tähtsusega (vt selle kohta kohtuotsus, 7.3.2013, ITV Broadcasting jt, [C 607/11](#), [EU:C:2013:147](#), punkt 43), ei ole see tähtsusetu asjaolu (vt selle kohta kohtuotsus, 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punkt 204 ja seal viidatud kohtupraktika), eelkõige selle ülekandmise eest makstava võimaliku tasu kindlaksmääramisel.
50. Just viimati nimetatud kontekstis võib olla asjakohane üldsuse „vastuvõtlikkus”, mida Euroopa Kohus märkis oma 15. märtsi 2012. aasta otsuse SCF ([C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#)) punktis 91, mille raames ta vastas nii küsimusele esiteks üldsusele edastamise toimumise kohta kui ka teiseks selle edastamise eest tasu saamise õiguse kohta.
51. Nii on Euroopa Kohus sedastanud, et kaitstud teoste ülekandmisel on tulu saamise eesmärk, kui kasutaja võib sellest atraktiivsuse tõttu kasu saada ja seetõttu suurendab selle ettevõtte külastatavust, milles ülekandmine toimub (vt selle kohta kohtuotsus, 4.10.2011, Football Association Premier League jt, [C 403/08](#) ja [C 429/08](#), [EU:C:2011:631](#), punktid 205 ja 206).
52. Mis aga puutub fonogrammide ülekandmisse hambaravikabinetis, siis on Euroopa Kohus aga leidnud, et seal see nii ei ole, kuna hambaarsti patsiendid ei pööra üldiselt sellisele ülekandmisele üldse tähelepanu, mistõttu see ei suurenda atraktiivsust ja seetõttu kabineti külastatavust (vt selle kohta kohtuotsus, 15.3.2012, SCF, [C 135/10](#), [EU:C:2012:140](#), punktid 97 ja 98).
53. Arvestades erinevaid Euroopa Kohtu praktikas sedastatud kriteeriume, tuleb teha kindlaks, kas sellist telesaadete ülekandmist, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, võib käsitada „üldsusele edastamisena” direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 ja direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses.
54. Sellega seoses on esiteks, nagu käesoleva kohtuotsuse punktis 47 märgitud, Euroopa Kohus varem leidnud, et publi-, hotelli- või sanatooriumipidajad tegelevad edastamisega, kui nad kannavad oma klientuurile kaitstud teoseid sihilikult üle, vahendades tahtlikult ringhäälingusignaali oma ettevõttesse paigaldatud tele- või raadioseadmete abil.
55. Need olukorrad näivad täiesti sarnased põhikohtuasjas käsitletava olukorraga, nagu ilmneb eelotsusetaotlusest, kuna taastusravikeskuse pidaja kannab kaitstud teoseid oma patsientidele ettevõttes olevatesse mitmesse eri kohta paigaldatud televiisorite abil sihilikult üle.
56. Seetõttu tuleb leida, et sellise ettevõtte pidaja teostab teoste edastamist.
57. Mis puutub teiseks taastusravikeskuse patsientide kogumisse, nagu seda põhikohtuasjas käsitletakse, siis tuleb kõigepealt märkida, et Euroopa Kohtule esitatud toimikust nähtub, et tegemist on inimestega üldiselt.
58. Nendest patsientidest moodustuv isikute ring ei ole „liiga väike või tähtsusetu” eelkõige seetõttu, et need patsiendid võivad näha ülekantud teoseid paralleelselt, asjaomase ettevõtte erinevates kohtades.



59. Neil asjaoludel tuleb tuvastada, et teatava taastusravikeskuse patsientide kogum, nagu seda käsitletakse põhikohtuasjas, moodustab „üldsuse” direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 ja direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses.
60. Lõpuks ei saa sellise taastusravikeskuse patsiendid näha ülekantud teoseid põhimõtteliselt ilma keskuse pidaja vastava sihipärase tegevuseta. Kuna põhikohtuasi puudutab kaitstud teoste Reha Trainingu ruumides kättesaadavaks tegemisega seotud autoritasude ja autoriõigusega kaasnevatest õigustest tulenevate tasude maksmist, tuleb märkida, et neid patsiente ei ole teose algse üldsusele kättesaadavaks tegemise loa andmisel igal juhul arvesse võetud.
61. Seega moodustavad sellise taastusravikeskuse patsiendid, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, „uue üldsuse” käesoleva kohtuotsuse punktis 45 viidatud kohtupraktika tähenduses.
62. Eelnimetatud kaalutlusi arvestades tuleb leida, et selline taastusravikeskuse pidaja, nagu on kõne all põhikohtuasjas, teostab üldsusele edastamist.
63. Mis puutub kolmandaks sellise edastamise tulu saamise eesmärki, siis tuleb märkida, nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 71 leidis, et kuna paigaldatud televiisorite kaudu telesaadete ülekandmise eesmärk on pakkuda sellise taastusravikeskuse, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, patsientidele meelelahutust nende ravi ning sellele eelneva ootamise ajal, on tegemist lisateenuse osutamisega, millel pole küll meditsiinilist mõju, ent mis parandab keskuse staatust ning atraktiivsust, andes sellele niimoodi konkurentsieelise.
64. Järelikult võib sellises olukorras, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, telesaadete ülekandmine niisuguses taastusravikeskuses nagu Reha Training toimuda tulu saamise eesmärgil, mida võib võtta arvesse vastava ülekandmise eest teataval juhul tasumisele kuuluva tasu summa kindlaksmääramisel.
65. Kõiki eelnimetatud kaalutlusi arvestades tuleb kolmele esimesele küsimusele vastata, et sellises asjas, nagu on põhikohtuasi, milles väidetakse, et telesaadete edastamine televiisoritega, mille taastusravikeskuse pidaja on paigaldanud oma ruumidesse, rikub suure hulga asjaomaste isikute, eelkõige heliloojate, sõnade autorite ja muusikakirjastajate, aga ka teoste esitajate, fonogrammitootjate ja sõnaloomingu autorite ning nende kirjastuste autoriõigusi ja autoriõigusega kaasnevaid õigusi, tuleb hinnata, kas selline olukord kujutab endast „üldsusele edastamist” nii direktiivi 2001/29 artikli 3 lõike 1 kui ka direktiivi 2006/115 artikli 8 lõike 2 tähenduses, ning seda tuleb teha samade tõlgenduskrriteeriumide alusel. Peale selle tuleb neid kaht sätet tõlgendada nii, et selline ülekandmine vastab „üldsusele edastamisele”.
66. Arvestades neile kolmele küsimusele antud vastust, ei ole neljandale küsimusele vaja vastata.

## Kohtukulud

67. Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (suurkoda) otsustab:

**Sellises asjas, nagu on põhikohtuasi, milles väidetakse, et telesaadete edastamine televiisoritega, mille taastusravikeskuse pidaja on paigaldanud oma ruumidesse, rikub suure hulga asjaomaste isikute, eelkõige heliloojate, sõnade autorite ja muusikakirjastajate, aga ka teoste esitajate, fonogrammitootjate ja sõnaloomingu autorite ning nende kirjastuste autoriõigusi ja autoriõigusega kaasnevaid õigusi, tuleb hinnata, kas selline olukord kujutab endast „üldsusele edastamist” nii Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta direktiivi 2001/29/EÜ autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas artikli 3 lõike 1 kui ka Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta direktiivi 2006/115/EÜ rentimis- ja laenutamiseõiguse ja teatavate autoriõigusega kaasnevate õiguste kohta intellektuaalomandi vallas artikli 8 lõike 2 tähenduses, ning seda tuleb teha samade tõlgenduskrriteeriumide alusel. Peale selle tuleb neid kaht sätet tõlgendada nii, et selline ülekandmine vastab „üldsusele edastamisele”.**

## Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasirde Keskus

MTÜ Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasirde Keskus (EITK) on tegutsenud 2013. aasta jaanuarikuust. Keskus on spetsialiseerunud intellektuaalomandialastele tugiteenustele: nõustatakse ettevõtteid IO küsimustes, teostatakse IO uuringuid ja korraldatakse koolitusseminare. Nelja tegusa aasta jooksul on Intellektuaalomandi Keskus aktiivselt panustanud IO teadlikkuse ja suutlikkuse arengusse Eestis ning läbi rahvusvaheliste projektide ka välismaal.

### Intellektuaalomandi õppematerjal

2016. aastal ilmus intellektuaalomandi õppematerjali teine, parandatud ja täiendatud trükk, mis on kättesaadav EITK veebilehel ([www.eitk.ee](http://www.eitk.ee)).

### Rahvusvahelised projektid

2016. aastal jätkas Intellektuaalomandi Keskus aktiivset rahvusvahelist koostööd erinevate partnerite ja organisatsioonidega. Jaapani ühe suurima linna Fukuokaga sõlmiti koostöömemorandum ning panustati Eesti ja Jaapani vaheliste ettevõtlussuhete arendamisse. Tallinnat külastasid Jaapani äridelegatsioonid, kes tundsid suurt huvi kohaliku *start-up* kultuuri vastu ning EITK delegatsioon käis Fukuokas tutvumas sealsete ärikiirendite ja välisinvestoritega.

Intellektuaalomandi Keskus on mitmetes üleeuroopalistes projektides üks juhtgrupi liikmetest, mis omakorda annab võimaluse tuntavalt panustada IO maastiku arengusse nii Eestis kui Euroopas. Osaletakse Euroopa teadmus- ja tehnoloogiasirde ühingu (EuKTS) tegevuses ning Euroopa Liidu mitmeaastases ning suuremahulises projektis „Value Intellectual Property for SMEs (VIP4SME)“.

Jätakuvalt jagab Intellektuaalomandi Keskus teadmisi ning Eesti kogemusi Välisministeeriumi poolt rahastatud projektide raames Kesk-Aasias, kus koostööpartneriteks on Kõrgõzstani riiklikud institutsioonid ning ülikoolid.

### Teavitusüritused

Intellektuaalomandi Keskuse eesmärgiks on aktiivselt harida, toetada ning abistada kõiki, kellel on IO valdkonnas küsimusi. Sarnaselt varasematele aastatele jätkati loengute andmist nii põhi-, kesk- kui ülikoolides. Õpilasfirmade konkursi raames hinnati ja nõustati ettevõtlikke kooliõpilasi. Kõige innovaatilisemale õpilasfirmale anti välja ka eraldi auhind. Nagu õpilastele, nii peeti loenguid üle Eesti ka koolide õpetajatele, kellel tekivad õppe- ja huvitegevusega seotult sageli intellektuaalomandialased küsimused.

Eesti idufirmadele ja alustavatele ettevõtjatele anti IO-alaseid teadmisi edasi erinevate seminaride ning veebinaride kaudu. Intellektuaalomandi Keskuse eksperdid osalesid nii ettevõtluspäevalkuika Ameerika Kaubanduskojaga üheskoos korraldatud intellektuaalomandi

ümarlaual. 2016. aasta ümarlaud, mis tõi kokku nii poliitikakujundajad kui Eesti edukamad ettevõtjad, toimus Coca-Cola Plazas ning oli siiani suurima osalejate arvuga.

Kokku astusid Intellektuaalomandi Keskuse eksperdid üles 2016. aastal pea kolmekümnel erineval teavitussüritusel üle kogu Eesti.

**Eesti Intellektuaalomandi ja Tehnoloogiasiirde Keskus**

Toom-Kooli 17,  
10130 Tallinn

[info@eitk.ee](mailto:info@eitk.ee)  
[www.eitk.ee](http://www.eitk.ee)  
Telefon 641 1250