

**ÜHISTEATIS**

**ERISTUSVÕIME —  
KIRJELDAVAID/ERISTUSVÕIMETUID  
SÕNU SISALDAVAD  
KUJUTISKAUBAMÄRGID**

**2. OKTOOBER 2015**

## 1 TAUST

Euroopa Liidu intellektuaalomandi võrgustiku intellektuaalomandiametid teevad lähenemisprogrammis jätkuvalt koostööd. Nad on kokku leppinud ühise praktika selles, millal läbib üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldav kujutiskaubamärk edukalt absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi põhjusel, et kujutiselement annab märgile piisava eristusvõime.

See ühine praktika avalikustatakse käesoleva ühisteatisega, eesmärgiga suurendada kaubamärgiekspertide ja kasutajate huvides praktika läbipaistvust, õiguskindlust ja prognoositavust.

Projekt ei hõlma järgmisi küsimusi:

- keeleküsimused: projekti raames eeldatakse, et sõnaelemendid on kõikides keeltes täielikult kirjeldavad/eristusvõimetud;
- märgitud mittekaitstava osa tõlgendamine: ühine praktika ei mõjuta mittekaitstava osa märkimist ega tõlgendamist intellektuaalomandiametite poolt;
- kaubamärgi kasutamine (sh omandatud eristusvõime ja kaubamärgi tegelik kasutamine kaubandustegevuses).

## 2 ÜHINE PRAKTIKA

Järgnevalt esitatakse kokkuvõtlikult ühise praktika põhimõtete peamised sõnumid ja seisukohad. Täistekst on teatise lõpus.

Et määrata kindlaks, kas eristusvõime künnis on kaubamärgis sisalduvate kujutiselementide tõttu ületatud, kaalutakse järgmisi kriteeriume.

\* Märkus: sõnu „Flavour and aroma” (maitse ja lõhn) sisaldavatele tähistele taotletakse kaitset klassi 30 kuuluva **kohvi osas**, sõnu „Fresh sardine” (värske sardiin) ja „Sardines” (sardiinid) sisaldavatele tähistele taotletakse kaitset klassi 29 kuuluvate **sardiinide osas**, tähelkombinatsiooni „DIY” (tee-seda-ise) sisaldavale tähisele taotletakse kaitset klassi 20 kuuluvate **kokkupandavate mööblidetallide komplektide osas**, sõnu „Pest control services” (kahjuritõrjeteenused) sisaldavatele tähistele taotletakse kaitset klassi 37 kuuluvate **kahjuritõrjeteenuste osas** ning sõnu „Legal advice services” (õigusabi teenused) sisaldavale tähisele taotletakse kaitset klassi 45 kuuluvate **õigusteenuste osas**.

### KAUBAMÄRGIS SISALDUVAD SÕNAELEMENTID

Kriteerium	Kirjatüüp ja -stiil
Ühine praktika	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tavalist/standardset või käekirja jäljendavat kirjatüüpi kasutades esitatud kirjeldavad/eristusvõimetud sõnaelemendid, olgu erilises stiilis või mitte (poolpaksus kirjas, kaldkirjas), ei ole üldiselt registreeritavad.</li> </ul> <p><u>Eristusvõimetute tähiste näited:</u></p> <p><b>Fresh Sardine</b> <i>Fresh Sardine</i> FrEsh SaRdine</p> <p><i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui standardse kirjatüübiga kaasnevad graafilise disaini elemendid, peab neil elementidel olema kaubamärgile tervikuna piisav mõju, et märk oleks eristusvõimeline. Kaubamärk on registreeritav, kui nendest elementidest piisab</li> </ul>

tarbija tähelepanu kõrvalejuhtimiseks sõnaelemendi kirjeldavalt tähenduselt või kui on tõenäoline, et need loovad kaubamärgist püsiva mulje.

Eristusvõimeliste tähiste näited:

*flavour and aroma* FLAVOUR AND AROMA **DIY**

**Kriteerium** *Sõnaelementide ja värvuse kombinatsioon*

**Ühine praktika**

- Ühe värvuse lisamine kirjeldavale/eristusvõimetule sõnaelemendile, kas tähtedele või taustana, ei ole kaubamärgile eristusvõime andmiseks piisav.
- Värvuste kasutamine kaubandustegevuses on tavaline ja seda ei peeta päritolu tähiseks. Siiski ei ole välistatud, et värvuste teatud paigutus, mis on ebatavaline ja jääb asjaomasele tarbijale kergesti meelde, võib anda kaubamärgile eristusvõime.

Eristusvõimetute tähiste näited:

Flavour and aroma Flavour and aroma Flavour and aroma Flavour and aroma

**Kriteerium** *Sõnaelementide ja kirjavahemärkide või muude sümbolite kombinatsioon*

**Ühine praktika**

- Kirjavahemärkide või muude kaubandustegevuses tavaliselt kasutatavate sümbolite lisamine ei anna üldjuhul kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnaelemente sisaldavale tähisele eristusvõimet.

Eristusvõimetute tähiste näited:

“Flavour and aroma” **FreshSardine**.™

**Kriteerium** *Sõnaelementide paigutus (külgsuunas, tagurpidi jne)*

**Ühine praktika**

- Sõnaelementide paiknemisest vertikaalselt, tagurpidi või ühes või enamas reas tavaliselt ei piisa, et anda tähisele registreerimiseks nõutav minimaalne eristusvõime.

Eristusvõimetute tähiste näited:

Flavour and Aroma Flavour and Aroma

- Sõnaelementide paigutus võib siiski anda tähisele eristusvõime, kui see on selline, et keskmine tarbija keskendub eelkõige paigutusele, mitte ei märka kohe kirjeldavat sõnumit.

Eristusvõimeliste tähiste näited:

And  
r  
Flavour  
m  
a

F d  
l n  
a v m  
o  
r u  
A r

**KAUBAMÄRGIS SISALDUVAD KUJUTISELEMENDID**

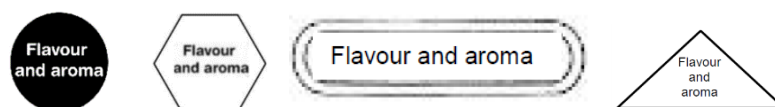
**Kriteerium**

*Lihtsate geomeetriliste kujundite kasutamine*

**Ühine praktika**

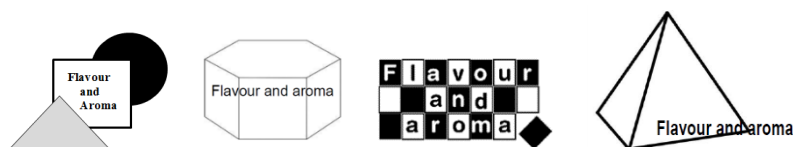
- Kirjeldavad või eristusvõimetud sõnaelemendid kombinatsioonis lihtsate geomeetriliste kujunditega (nt punktid, jooned, joone segmendid, ringid, kolmnurgad, ruudud, nelinurgad, rööpkülilikud, viisnurgad, kuusnurgad, trapetsid ja ellipsid) ei ole tõenäoliselt aktsepteeritavad, eriti kui nimetatud kujundeid kasutatakse raami või äärisena.

Eristusvõimetute tähiste näited:



- Teisalt võivad geomeetrilised kujundid lisada tähisele eristusvõime, kui nende esitusviis, paigutus või kombinatsioon teiste elementidega loob piisavalt eristusvõimelise tervikmulje.

Eristusvõimeliste tähiste näited:



**Kriteerium**

*Kujutiselemendi asetus ja proportsioon (suurus) sõnaelemendi suhtes*

**Ühine praktika**












- Kui kirjeldavale ja/või eristusvõimetule sõnaelemendile on lisatud kujutiselement, mis iseseisvalt on eristusvõimeline, on kaubamärk üldjuhul registreeritav, kui see kujutiselement on tähisel suuruse ja asendi tõttu selgesti äratuntav.

Eristusvõimetute tähiste näited:

Flavour and aroma *Fresh Sardine*

Eristusvõimelise tähise näide:



<b>Kriteerium</b>	<i>Kujutiselement kujutab kaupu ja/või teenuseid või on nendega otseselt seotud</i>
<b>Ühine praktika</b>	<p>➤ Kujutiselementi peetakse kirjeldavaks ja/või eristusvõimetuks, kui see on</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kaupade ja teenuste elutruu kujutis;</li> <li>- kaupade ja teenuste sümboolne/stiliseeritud kujutis, mis ei erine oluliselt nende kaupade ja teenuste tavapärasest esitusviisist.</li> </ul> <p><u>Eristusvõimetute tähiste näited:</u></p> <p> Fresh Sardine  Sardines  From the sea to your plate</p> <p><u>Eristusvõimeliste tähiste näited:</u></p> <p> Fresh Sardine  Fresh Sardine</p> <p>➤ Kujutiselement, mis ei kujuta kaupu ja teenuseid, kuid on otseses seoses nende omadustega, ei muuda tähist eristusvõimeliseks, välja arvatud juhul, kui see on piisavalt stiliseeritud.</p> <p><u>Eristusvõimetu tähise näide:</u></p> <p> <b>PEST CONTROL SERVICES</b></p> <p><u>Eristusvõimelise tähise näide:</u></p> <p> <b>PEST CONTROL SERVICES</b></p>
<b>Kriteerium</b>	<i>Kujutiselemendi kasutamine on taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega seoses kaubandustegevuses tavaline</i>
<b>Ühine praktika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kujutiselemendid, mille kasutamine seoses taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega on kaubandustegevuses tavapärane, ei lisa üldjuhul märgile tervikuna eristusvõimet.</li> </ul> <p><u>Eristusvõimetute tähiste näited:</u></p> <p>   </p>

### KAUBAMÄRGIS SISALDUVAD SÕNA- JA KUJUTISELEMENDID

<b>Ühine praktika</b>	<p><i>Kriteeriumide kombinatsiooni mõju eristusvõimele</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinatsioon kujutis- ja sõnaelementidest, mis eraldivõetuna on eristusvõimetud, ei moodusta üldjuhul eristusvõimelist kaubamärki.</li> </ul>
-----------------------	--

- Siiski võib selliste elementide kombinatsiooni kui tervikut tajuda tähise esitusviisi ja ülesehituse tõttu päritolu tähisena. Seda juhul, kui kombinatsioonist jääb üldmulje, mis on piisavalt erinev sõnaelemendiga edasiantavast kirjeldavast/eristusvõimetust sõnumist.

**Näited.** Et tähis oleks registreeritav, peab sel olema minimaalne eristusvõime. Esitatud skaala eesmärk on selgitada, kus on piir. Näited sisaldavad elemente, mille mõju märgi eristusvõimele suureneb vasakult paremale, kusjuures punases veerus on kaubamärgid, mis on tervikuna eristusvõimetud, ja rohelises veerus kaubamärgid, mis on tervikuna eristusvõimelised.

Eristusvõimetud tähised	Eristusvõimelised tähised
<p>1.</p> <p>Flavour and aroma, Flavour and Aroma, Flavour and aroma, Flavour and Aroma, Flavour and aroma</p>	<p>F!avOur and ArOma</p>
<p>2.</p> <p>Flavour and aroma, Flavour and aroma, Flavour and aroma</p>	<p>Flavour and Aroma, Flavour and Aroma, Flavour and Aroma</p>
<p>3.</p> <p>Fresh sardine, Fresh sardine, Fresh Sardine, FRESH SARDINE</p>	<p>resh Sardine, Fresh sardine, FRESH SARDINE</p>


Tuleb meeles pidada, et taotleja ei omanda ainuõigust kirjeldavatele/eristusvõimetutele sõnadele, kui kaubamärgile tervikuna annab eristusvõime kujutiselement. Kaitse ulatus piirdub kaubamärgi üldise ülesehitusega. Eristusvõimetutest / nõrga eristusvõimega elementidest koosneva kaubamärgi puhul on mõju kaitse ulatusele kirjeldatud dokumendis [„Ühise praktika põhimõtted. Läheneemisprogramm. CP5. Suhtelised keeldumispõhjused – segiajamise tõenäosus \(eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju\)”](#).

### 3 RAKENDAMINE

See ühine praktika, nagu varasemadki, jõustub kolme kuu jooksul käesoleva ühisteatise avaldamise kuupäevast.

Ühise praktika rakendamise üksikasjad on esitatud alljärgnevas tabelis. Rakendavatel ametitel on õigus avaldada oma veebilehel lisateavet.

#### [Rakendavad ametid](#)



**ÜHISE PRAKTIKA**  
**ERISTUSVÕIME —**  
**KIRJELDAVAID/ERISTUSVÕIMETUID**  
**SÕNU SISALDAVAD**  
**KUJUTISKAUBAMÄRGID**

2. OKTOOBER 2015

## SISUKORD

<b>1</b>	<b>PROGRAMMI TAUST .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>PROJEKTI TAUST .....</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>KÄESOLEVA DOKUMENDI EESMÄRK .....</b>	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>PROJEKTI ULATUS .....</b>	<b>2</b>
<b>5</b>	<b>ÜHINE PRAKTIKA .....</b>	<b>3</b>
5.1	Kirjeldavad/eristusvõimetud sõnad .....	3
5.2	Millised on kujutiskaubamärkide puhul absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi läbimise künnised? .....	4
<b>A</b>	<b>Kaubamärgis sisalduvad sõnaelemendid .....</b>	<b>5</b>
A.1	Kirjatüüp ja -stiil .....	5
A.2	Sõnaelementide ja värvuse kombinatsioon.....	7
A.3	Sõnaelementide ja kirjavahemärkide või muude sümbolite kombinatsioon.....	8
A.4	Sõnaelementide paigutus (külgsuunas, tagurpidi jne) .....	9
<b>B</b>	<b>Kaubamärgis sisalduvad kujutiselemendid .....</b>	<b>10</b>
B.1	Lihtsate geomeetriliste kujundite kasutamine .....	10
B.2	Kujutiselemendi asetus ja proportsioon (suurus) sõnaelemendi suhtes .....	11
B.3	Kujutiselement kujutab kaupu ja/või teenuseid või on nendega otseselt seotud .....	12
B.4	Kujutiselemendi kasutamine on taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega seoses kaubandustegevuses tavaline .....	15
<b>C</b>	<b>Kuidas mõjutavad eristusvõimet eelnimetatud kriteeriumide kombinatsioonid? .....</b>	<b>16</b>

## 1 PROGRAMMI TAUST

Kuigi kaubamärkide ja disainilahendustega seonduv tegevus on kogu maailmas viimastel aastatel laienenud, on eri riikide ametite töömeetodite lähendamiseks tehtud jõupingutuste tulemused olnud tagasihoidlikud. Euroopas tuleb ELi intellektuaalomandiametite tegevuses esinevate ebakõlade lahendamiseks teha veel palju tööd. See küsimus on Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO) strateegiakavas tunnistatud üheks peamiseks probleemiks, millega amet peab tegelema.

Nendel kaalutlustel algatati 2011. aasta juunis lähenemisprogramm. Programm kajastab riigisiseste ametite, Beneluxi intellektuaalomandiameti (BOIP), EUIPO ja kasutajate ühist taht viia Euroopa Liidu intellektuaalomandiametid uude ajastusse, kujundades järk-järgult välja koostalitlusvõimelise Euroopa koostöövõrgustiku, mis aitab tugevdada intellektuaalomandi kaitset Euroopas.

Programmi eesmärk on „**tagada selgus, õiguskindlus, kvaliteet ja kasutatavus nii taotlejatele kui ka ametitele ning pakkuda nendel teemadel teavet**”. Eesmärgi saavutamiseks tehakse koostööd praktika ühtlustamiseks, mis toob märkimisväärset kasu nii kasutajatele kui ka intellektuaalomandiametitele.

Lähenemisprogrammi esimeses etapis algatati viis projekti.

- CP 1. Klassifitseerimise ühtlustamine
- CP 2. Klassipäiste ühtlustamine
- CP 3. Eristusvõime – kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldavad kujutiskaubamärgid
- CP 4. Mustvalgete kaubamärkide kaitse ulatus
- CP 5. Suhtelised keeldumispõhjused – segiajamise tõenäosus (eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju)

Käesolev dokument keskendub uuele ühisele praktikale kolmanda projekti raames: **CP 3. Eristusvõime – kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldavad kujutiskaubamärgid**.

## 2 PROJEKTI TAUST

Projekti alguses esinesid olulised **erinevused** selles, kuidas ELi intellektuaalomandiametid hindasid kujutiselemente ja üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldavaid kombineeritud kaubamärke. Mitmesuguse praktika ja erinevate tõlgenduste tõttu olid tulemused erinevad – see vähendas õiguskindlust ja prognoositavust, millal kujutiselemendid annavad kaubamärgile absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi läbimiseks piisava eristusvõime.

Ametid mõistsid seega ühtlustamise vajadust ja leidsid, et ühine praktika oleks kasulik nii kasutajatele kui ka ametitele.

Projekti eesmärk on **töötada välja käsitus selle kohta, millal läbib üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldav kujutiskaubamärk edukalt absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi põhjusel, et kujutiselement annab märgile piisava eristusvõime**.

Projektile on neli põhiväljundit:

- 1) **ühine praktika, sealhulgas ühine käsitus**, mida kirjeldatakse eraldi dokumendis ning mis tõlgitakse kõikidesse ELi ametlikesse keeltesse;
- 2) ühise praktika ühine **kommunikatsioonistrateegia**;
- 3) tegevuskava ühise praktika **rakendamiseks**;
- 4) **endise praktika** käsitlemise vajaduse analüüs.

Käesolev dokument on neljast väljundist esimene.

Osalevad intellektuaalomandiametid töötavad välja ja kooskõlastavad projektiväljundid, võttes arvesse kasutajaühenduste märkusi.

2012. aasta veebruaris toimus Alicante tööühma esimene koosolek, kus määrati kindlaks üldised tegevussuunad ning projekti ulatus ja meetodid. Järgmised koosolekud toimusid 2012. aasta oktoobris, 2013. aasta juunis ja oktoobris, 2014. aasta veebruaris, aprillis, juunis ja detsembris ning 2015. aasta veebruaris. Ühise praktika loomise eest vastutav tööpaketi tööühm arutas koosolekul peamiselt projekti eesmärgi ning leppis kokku ühise praktika põhimõtetes.

### 3 KÄESOLEVA DOKUMENDI EESMÄRK

Käesolev dokument on intellektuaalomandiametitele, kasutajaühendustele, taotlejatele ja esindajatele ettenähtud ühist praktikat käsitlev alusdokument, mis määrab, millal läbib üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldav kujutiskaubamärk edukalt absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi põhjusel, et kujutiselement annab kaubamärgile tervikuna piisava eristusvõime. **Uue ühise praktika aluseks olevate põhimõtete selget ja terviklikku selgitust** sisaldav dokument avaldatakse laiemale üldsusele ja see on kergesti kättesaadav. Põhimõtteid rakendatakse üldiselt ja need hõlmavad enamikku juhtumeid. Eristusvõimet tuleb hinnata iga juhtumi puhul eraldi, kusjuures ühised põhimõtted on suunised, mis tagavad, et eri ametid jõuavad samade keeldumispõhjuste korral sarnasele prognoositavale tulemusele.

### 4 PROJEKTI ULATUS

Euroopa Kohtu otsuse kohtuasjas C-104/01: Libertel punktid 48–50 sätestavad järgmist.

*„Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on kaubamärgiõigus oluline osa moonutamata konkurentsi süsteemist, mille kehtestamine ja säilitamine on EÜ asutamislepingu eesmärk.*

*Lisaks kuulub registreeritud kaubamärgist tulenevalt selle omanikule direktiivi artikli 5 lõike 1 alusel ainuõigus seoses teatavate kaupade või teenustega, mis annab talle ajaliste piiranguteta õiguse ainsana kasutada seda kaubamärgina registreeritud tähist.*

*Kaubamärgi registreerimise võimalusele võib seada üldisel huvil tuginevaid piiranguid.”*

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ (kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta) (edaspidi „direktiiv”) artikli 3 lõike 1 punktides b ja c (1) on sätestatud, et **kaubamärke, mis ei ole teistest eristatavad, ja kirjeldavaid kaubamärke**, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi, **ei registreerita kaubamärgina ja kui need on registreeritud, võib need tühistada.**

Erinevaid keeldumispõhjusteid tuleb tõlgendada nende aluseks olevast **avalikust huvist** lähtudes (vt liidetud kohtuasjad C-456/01 P ja C-457/01 P: Henkel, punktid 45–46, kohtuasi C-329/02 P: SAT.1, punkt 25).

Avalikkuse huvides on takistada sellise kaubamärgi registreerimine, millega ei ole võimalik eristada kaupu ja/või teenuseid, mille osas registreerimist taotletakse, teiste ettevõtjate kaupadest ja/või teenustest.

---

(1) Kõiki viiteid direktiivi artiklitele käsitatakse viidetena nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 (ühenduse kaubamärgi kohta) vastavatele artiklitele.

Projekti **ulatus** on järgmine.

*„Selle projekti eesmärk on luua ühine praktika selle kohta, millal läbib üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldav kujutiskaubamärk edukalt absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi põhjusel, et kujutiselement annab märgile piisava eristusvõime.”*

Projekt ei hõlma järgmisi küsimusi:

- keeleküsimumused: projekti raames eeldatakse, et sõnaelemendid on kõikides keeltes täielikult kirjeldavad/eristusvõimetud;
- märgitud mittekaitstava osa tõlgendamine;
- kaubamärgi kasutamine (sh omandatud eristusvõime ja kaubamärgi tegelik kasutamine kaubandustegevuses).

Et määrata kindlaks, kas eristusvõime künnis on kaubamärgis sisalduvate kujutiselementide tõttu ületatud, kaalutakse järgmisi kriteeriume:

- kaubamärgis sisalduvate **sõnaelementide** puhul:
  - kirjatüüp ja -stiil;
  - sõnaelementide ja värvuse kombinatsioon;
  - sõnaelementide ja kirjavahemärkide või muude sümbolite kombinatsioon;
  - sõnaelementide paigutus (kõlgsuunas, tagurpidi jne);
- kaubamärgis sisalduvate **kujutiselementide** puhul:
  - lihtsate geomeetriliste kujundite kasutamine;
  - kujutiselemendi asetus ja proportsioon (suurus) sõnaelemendi suhtes;
  - kas kujutiselement kujutab kaupu ja/või teenuseid või on nendega otseselt seotud;
  - kas kujutiselemendi kasutamine on taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega seoses kaubandustegevuses tavaline;
- kaubamärgis sisalduvate **sõna- ja kujutiselementide** puhul:
  - kuidas kriteeriumide kombinatsioonid mõjutavad eristusvõimet.

## 5 ÜHINE PRAKTIKA

### 5.1 Kirjeldavad/eristusvõimetud sõnad

Projekti raames peetakse kaubamärgi sõnaelemente täielikult kirjeldavateks/eristusvõimetuteks, sest projekti põhieesmärk on töötada välja käsitus selle kohta, millal annab kujutiselemendi lisamine kaubamärgile tervikuna piisava eristusvõime, mis võimaldab kaubamärgil täita oma peamist ülesannet ning läbida edukalt absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi.

Et kaubamärk oleks direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti b tähenduses **eristatav**, peab see väljakujunenud kohtupraktika kohaselt täitma oma **peamist ülesannet**, nimelt **tagama** märgiga tähistatud kauba ja/või teenuse **päritolutähise kliendile või lõpptarbijale**, võimaldades neil ilma igasuguse segiajamise võimaluseta **eristada kaupa või teenust teistsuguse päritoluga kaupadest või teenustest** ning seega teha sama otsus, kui kogemus osutus positiivseks, või teha teistsugune otsus, kui kogemus osutus negatiivseks (vt kohtuasjad C-39/97: Canon, punkt 28 ja T-79/00: LITE, punkt 26).

Nagu Euroopa Kohus on sedastanud, on kaubamärgi suutlikkusega **täita oma peamist ülesannet** lahutamatu seotud direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti c aluseks olev üldine huvi tagada, et kaupade ja teenuste **omadusi kirjeldavad märgid või tähised**, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse, oleksid kõigi neid kaupu ja teenuseid pakkuvate majandustegevuses osalejate poolt **vabalt kasutatavad**, takistades seda, et need märgid või tähised oleksid reserveeritud ainult ühele ettevõtjale, kuna need on registreeritud

kaubamärgina (vt kohtuasjad C-299/99: Philips, punkt 30, C-329/02 P: SAT.1, punkt 30, liidetud kohtuasjad C-90/11 ja C-91/11: Alfred Strigl, punkt 31, kohtuasjad C-53/01 P: Linde, punkt 73, C-104/01: Libertel, punkt 52 ja C-363/99: Koninklijke KPN Nederland NV, punkt 54 ning liidetud kohtuasjad C-108/97 ja C-109/97: Windsurf Chiemsee, punkt 25).

Eristusvõimet tuleb hinnata ühest küljest seoses kaupade ja teenustega, mille jaoks registreerimist taotletakse, ja teisest küljest lähtuvalt sellest, kuidas asjaomane avalikkus seda kaubamärki tajub (vt kohtuasjad C-53/01 P: Linde, punkt 41, C-363/99: Koninklijke KPN Nederland NV, punkt 34 ja liidetud kohtuasjad C-468/01 P kuni C-472/01 P: Procter & Gamble, punkt 33).

Kuigi direktiivi artikli 3 lõikes 1 nimetatud iga registreerimisest keeldumise põhjus on teistest sõltumatu ja nõuab eraldi uurimist, on artikli 3 lõike 1 punktides b ja c sätestatud keeldumispõhjuste kohaldamisalad siiski ilmselgelt **kattuvad** (vt liidetud kohtuasjad C-90/11 ja C-91/11: Alfred Strigl, punkt 20, kohtuasjad C-53/01 P: Linde, punkt 67, C-363/99: Koninklijke KPN Nederland NV, punkt 85 ja C-329/02 P, SAT.1, punkt 25).

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt **ei ole** märgil, mis on direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti c tähenduses kauba või teenuse omadusi **kirjeldav**, samade kaupade või teenuste suhtes sama direktiivi artikli 3 lõike 1 punkti b mõttes kindlasti **eristusvõimet**. Kaubamärgil **võib puududa eristusvõime kaupade ja teenuste suhtes siiski ka tulenevalt muudest põhjustest kui kaubamärgi võimalik kirjeldav iseloom** (vt kohtuasjad C-265/00: Biomild, punkt 19, C-363/99: Koninklijke KPN Nederland NV, punkt 86 ning C-51/10 P: Agencja Wydawnicza Technopol vs. OHIM, punkt 3).

Kirjeldaval kaubamärgil ei ole seega kindlasti eristusvõimet, kuigi kaubamärgil võib puududa eristusvõime muudel põhjustel kui kirjeldav iseloom.

## 5.2 Millised on kujutiskaubamärkide puhul absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi läbimise künnised?

Üksnes kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnu sisaldav kujutiskaubamärk võib siiski edukalt läbida absoluutsete keeldumispõhjuste ekspertiisi, kui kaubamärk sisaldab muid elemente, mis annavad sellele tervikuna eristusvõime. <sup>(2)</sup>

Kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnaelemente sisaldava kaubamärgi eristusvõime ei saa siiski tugineda kujutiselementidele, mis on iseenesest eristusvõimetud või olemuselt minimaalsed, välja arvatud juhul, kui nende kombinatsioon tervikuna on eristusvõimeline.

Seda põhimõtet kinnitas Euroopa Liidu Kohus oma otsuses kohtuasjas C-37/03 P: BioID. Kohus tõdeb otsuses, et kaubamärgi graafilistel elementidel ei pruugi olla „omadusi, mis võimaldaksid sihtgrupil ilma segi ajamata eristada kaubamärgi registreerimise taotlusega hõlmatud kaupu või teenuseid teistest, muu päritoluga kaupadest või teenustest” ning seega „on ebatõenäoline, et kõnealused graafilised osad saaksid seoses asjaomaste kaupade ja teenustega täita kaubamärgi esmast ülesannet” (punkt 72). Samas kohtuasjas on ka öeldud, et „kujutis- ja graafilised osad [on] niivõrd pealiskaudse iseloomuga, et ei lisa taotletavale kaubamärgile kui tervikule ühtegi eristavat tunnust. Fantaasia või koostisosade omavahelise kombineerimise seisukohalt vaadeldes ei ole nimetatud osadel ühtegi aspekti, mis võimaldaks kõnealusel kaubamärgil täita oma esmast ülesannet, mis tal on seoses kaubamärgi registreerimise taotlusega hõlmatud kaupade ja teenustega”

---

<sup>(2)</sup> Eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega elementidest koosneva kaubamärgi puhul on mõju kaitse ulatusele kirjeldatud dokumendis [„Ühise praktika põhimõtted. Läheneemisprogramm. CP5. Suhtelised keeldumispõhjusted – segiajamise tõenäosus \(eristusvõimetute / nõrga eristusvõimega osade mõju\)”](#).

(punkt 74).

Tähise kujutiselementide antava eristusvõime määramiseks lepiti kokku järgmistes kriteeriumides.

## A Kaubamärgis sisalduvad sõnaelemendid




### A.1 Kirjatüüp ja -stiil

- Tavalist/standardset või käekirja jäljendavat kirjatüüpi kasutades esitatud kirjeldavad/eristusvõimetud sõnaelemendid, olgu erilises stiilis või mitte (poolpaksus kirjas, kaldkirjas), ei ole üldiselt registreeritavad.
- Kui standardse kirjatüübiga kaasnevad graafilise disaini elemendid, peab neil elementidel olema kaubamärgile tervikuna piisav mõju, et märk oleks eristusvõimeline. Kaubamärk on registreeritav, kui nendest elementidest piisab tarbija tähelepanu kõrvalejuhtimiseks sõnaelemendi kirjeldavalt tähenduselt või kui on tõenäoline, et need loovad kaubamärgist püsiva mulje.

### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
Tavalised kirjatüübid erilises stiilis või mitte (poolpaksus kirjas, kaldkirjas).	<p>Flavour and aroma</p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>FLAVOUR AND AROMA</p> <p>Flavour and aroma</p>	Klass 30: kohv.
Väiksed erinevused stiilis (st sõna poolpaksus kirjas).	<p>Flavour <b>and</b> aroma</p> <p><i>Flavour and aroma</i></p>	Klass 30: kohv.
Käekirjas ja käekirja jäljendavad kirjatüübid.	<p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p> <p><i>Fresh Sardine</i></p>	<p>Klass 30: kohv.</p> <p>Klass 30: kohv.</p> <p>Klass 29: sardiinid.</p> <p>Põhineb otsusel kohtuasjas</p>

	<p><i>Flavour and Aroma Fresh Sardine</i></p>	<p>„Bollywood macht glücklich!“, Bundespatentgericht 27 W (pat) 36/09.</p> <p>Klass 30: kohv.</p> <p>Klass 29: sardiinid.</p> <p>Põhineb otsusel kohtuasjas T-464/08: Superleggera (vt punktid 33–34).</p>
Väiketähed + suurtähed.	<b>FreshSARDINE</b>	Klass 29: sardiinid.
Standardne kirjatüüp + kaldkiri.	<b>Freshsardine</b>	Klass 29: sardiinid.
Sõna sees suurtähtede kasutamine, mis ei muuda sõnaelemendi tähendust.	<b>FrEsh SaRdine</b>	Klass 29: sardiinid.
Teatud omapäraga, kuid üldjoontes siiski tavaline kirjatüüp.	<b>Flavour and Aroma Fresh Sardine</b>	<p>Klass 30: kohv.</p> <p>Klass 29: sardiinid.</p> <p>Põhineb otsusel nn <i>jogosonline</i>'i kohtuasjas Portugali kaubamärgitaotluse nr 406731 kohta, mille Portugali patendi- ja kaubamärgiamet tagasi lükkas.</p>

Eristusvõimelised tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p>Käekirja jäljendav kirjatüüp, mida on stiliseeritud nii palju, et see on loetamatu, st kirjeldavast tähendusest ei ole võimalik aru saada.</p>		Klass 30: kohv.
<p>Piisavalt stiliseeritud kirjatüüp, kus üksikuid tähti on võimalik erinevalt tõlgendada.</p> <p>* <i>DIY</i> on lühend mõistest „do-it-yourself” (tee-seda-ise) ja seda peetakse eristusvõimekuks sõnaelemendiks kaupade suhtes, mille osas kaitset taotletakse.</p>		Klass 20: kokkupandavate mööblidetallide komplektid.
<p>Graafiliselt disainitud kirjatüüp, kus mõned tähed on raskemini äratuntavad.</p>		Klass 30: kohv.

## A.2 Sõnaelementide ja värvuse kombinatsioon

- Euroopa Kohus märkis oma otsuses kohtuasjas C-104/01: Libertel: „tuleb meenutada, et kuigi värvustega saab vahendada teatavaid assotsiatsioone ja esile kutsuda tundeid, ei ole need oma olemusest tulenevalt eriti sobilikud täpse teabe edasiandmiseks. Seda enam, et tavaliselt kasutatakse neid laialtlevikult reklaamis ning kaupade ja teenuste turustamisel tähelepanu äratamise võime tõttu, ilma et oleks tegemist täpse sõnumi edastamisega” (punkt 40).
- Euroopa Kohus märgib lisaks eelotsuses C-49/02: Heidelberger, et kui erandjuhtumid välja arvata, puudub värvidel algselt eristusvõime (punkt 39).
- Ühe värvuse lisamine kirjeldavale/eristusvõimeta sõnaelemendile, kas tähtedele või taustana, ei ole kaubamärgile eristusvõime andmiseks piisav.
- Värvuste kasutamine kaubandustegevuses on tavaline ja seda ei peeta päritolu tähiseks. Siiski ei ole välistatud, et värvuste teatud paigutus, mis on ebatavaline ja jääb asjaomasele tarbijale kergesti meelde, võib anda kaubamärgile eristusvõime.

## Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
Ühe värvuse lisamine tavalisele kirjatübile (värvilised tähed).	<b>Flavour and aroma</b>	Klass 30: kohv.
Ühe värvuse lisamine tavalisele kirjatübile (värviline taust või raam).	<b>Flavour and aroma</b>	Klass 30: kohv.
	<b>Flavour and aroma</b>	Klass 30: kohv.
Ühe värvuse lisamine tavalisele kirjatübile (värviline kontuur).	<b>Flavour and aroma</b>	Klass 30: kohv.
Ühe värvuse lisamine tavalisele kirjatübile (järk-järgult muutuv värvitoon).	<b>FLAVOUR AND AROMA</b>	Klass 30: kohv.
Selles näites võib paljude värvuste lisamine püüda tarbija pilku, kuid ei aita tarbijal eristada ühe ettevõtja kaupu ja/või teenuseid teise ettevõtja omadest, sest tarbija ei taju värvuste konkreetset paigutust ega pea seda meeles.	<b>Flavour and aroma</b>	Klass 30: kohv.

### A.3 Sõnaelementide ja kirjavahemärkide või muude sümbolite kombinatsioon

- Kirjavahemärkide või muude kaubandustegevuses tavaliselt kasutatavate sümbolite lisamine ei anna üldjuhul kirjeldavaid/eristusvõimetuid sõnaelemente sisaldavale tähisele eristusvõimet.

### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<i>Punkti või kaubamärgitähise (TM) lisamine ei anna tähisele eristusvõimet.</i>	<b>FreshSardine.</b> ™	Klass 29: sardiinid. Põhineb otsusel kohtuasjas C-37/03 P: BioID (vt punktid 72–74).
<i>Jutumärkide lisamine ei anna tähisele eristusvõimet.</i>	<b>“Flavour and aroma”</b>	Klass 30: kohv.

#### A.4 Sõnaelementide paigutus (külgsuunas, tagurpidi jne)

- Sõnaelementide paigutus võib anda tähisele eristusvõime, kui see mõjutab tarbijapoolset sõnaelementide tähenduse tajumist. Teisisõnu peab paigutus olema selline, et keskmine tarbija keskendub pigem paigutusele, mitte ei märka kohe kirjeldavat sõnumit. Sõnaelementide paiknemisest vertikaalselt, tagurpidi või ühes või enamas reas tavaliselt ei piisa, et anda tähisele registreerimiseks nõutav minimaalne eristusvõime.

### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<i>Tekst paikneb mitmel real ja seda loetakse vasakult paremale.</i>	Flavour and Aroma	Klass 30: kohv.
<i>Kogu tekst on tagurpidi.</i>	Flavour and Aroma	Klass 30: kohv.
<i>Kogu tekst on vertikaalne.</i>	F l a v o u r a n d A r o m a	Klass 30: kohv.

Eristusvõimelised tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p><i>Tekst on esitatud originaalselt. Konkreetne paigutus mõjutab tarbijapoolset sõnaelementide tajumist.</i></p>		Klass 30: kohv.

## B Kaubamärgis sisalduvad kujutiselemendid

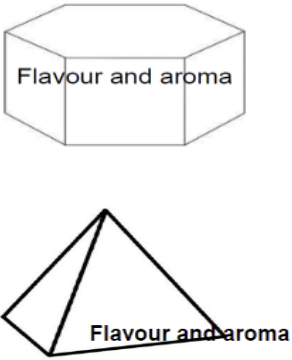
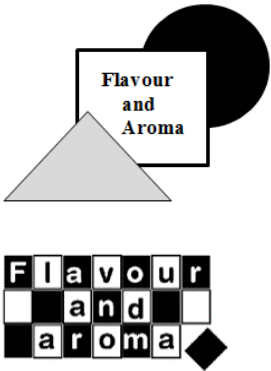
### B.1 Lihtsate geomeetriliste kujundite kasutamine

- Kirjeldavad või eristusvõimetud sõnaelemendid kombinatsioonis lihtsate geomeetriliste kujunditega (nt punktid, jooned, joone segmendid, ringid, kolmnurgad, ruudud, nelinurgad, rööpküliligid, viisnurgad, kuusnurgad, trapetsid ja ellipsid) <sup>(3)</sup> ei ole tõenäoliselt aktsepteeritavad, eriti kui nimetatud kujundeid kasutatakse raami või äärisena.
- See on tingitud sellest, et geomeetiline kujund, mis üksnes rõhutab, tõstab esile või ümbritseb sõnaelementi, ei mõjuta kaubamärki tervikuna eristusvõime andmiseks piisavalt.
- Teisalt võivad geomeetrilised kujundid lisada tähisele eristusvõime, kui nende esitusviis, paigutus või kombinatsioon teiste elementidega loob piisavalt eristusvõimelise tervikmulje.

### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p><i>Raami või äärisena kasutatavad lihtsad geomeetrilised kujundid, mida ei aktsepteerita.</i></p>		Klass 30: kohv.


<sup>(3)</sup> Geomeetriliste kujundite loetelu ei ole täielik.


Eristusvõimelised tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p><i>Näited eristusvõimetute sõnaelementide ja lihtsa geomeetrilise kujundi konkreetsest paigutusest, mis muudab kaubamärgi tervikuna aktsepteeritavaks erilise paigutuse tõttu, kuidas sõnad ja lihtne geomeetiline kujund kattuvad, kusjuures kujund on sõnadega võrreldes suhteliselt suur, nii et kujund üksnes ei rõhuta, tõsta esile ega ümbritse sõnu, vaid kogu tervikul tekib piisavalt eristusvõimeline üldmulje. Eeldatakse, et kujutiselemendid ei kujuta pakendit.</i></p>		Klass 30: kohv.
<p><i>Kirjeldavate sõnade ja geomeetriliste kujundite konkreetset eri kombinatsioonid, mis annavad kaubamärkidele tervikuna eristusvõime.</i></p>		Klass 30: kohv.


## B.2 Kujutiselemendi asetus ja proportsioon (suurus) sõnaelemendi suhtes

- Kui kirjeldavale ja/või eristusvõimetule sõnaelemendile on lisatud kujutiselement, mis iseseisvalt on eristusvõimeline, on kaubamärk üldjuhul registreeritav, kui see kujutiselement on tähisel suuruse ja asendi tõttu selgesti äratuntav.

### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p><i>Punane kujund i-tähe peal on vaevu äratuntav.</i></p>		Klass 29: sardiinid.

<i>Kujutiselement on väiksuse tõttu vaevu äratuntav.</i>		Klass 30: kohv.
--	--	-----------------

Eristusvõimeline tähis		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<i>Kujutiselement on iseenesest eristusvõimeline ja piisavalt suur, et olla kaubamärgis tervikuna äratuntav.</i>		Klass 30: kohv.

### B.3 Kujutiselement kujutab kaupu ja/või teenuseid või on nendega otseselt seotud

Taotlusega hõlmatud kaupade ja teenuste omadusi kirjeldavate elementide lihtne kombinatsioon, mille puhul ei ole kasutatud ebaharilikke teisendusi, jääb üldiselt asjaomaseid omadusi kirjeldavaks ja moodustab kaubamärgi, mis koosneb üksnes märkidest või tähistest, mis võivad kaubanduses tähistada nimetatud kaupade või teenuste omadusi (vt analoogia alusel otsused kohtuasjades C-265/00: Biomild, punkt 39 ja C408/08 P: Color Edition, punkt 61).





Selline kombinatsioon ei pruugi siiski olla kirjeldav, kui see tekitab mulje, mis on piisavalt erinev nende elementide lihtsal ühendamisel tekkivast muljest, ning selle tulemusena on kombinatsioon midagi enam kui selle koostisosade summa (C-265/00: Biomild, punkt 40).


- Mõnel juhul koosneb kujutiselement taotlusega hõlmatud kaupade või teenuste kujutisest. Kujutiselementi peetakse põhimõtteliselt kirjeldavaks ja/või eristusvõimetuks, kui see on
  - kaupade ja teenuste elutruu kujutis;
  - kaupade ja teenuste sümboolne/stiliseeritud kujutis, mis ei erine oluliselt nende kaupade ja teenuste tavapärasest esitusviisist.
- Muudel juhtudel ei pruugi kujutiselement kujutada kaupu ja teenuseid, kuid võib siiski olla otseselt seotud nende omadustega. Sellistel juhtudel on tähis eristusvõimetu, välja arvatud juhul, kui see on piisavalt stiliseeritud.




### Näited

Järgmistes näidetes ei tekita eristusvõimetu/kirjeldava kujutiselemendi ja eristusvõimetu/kirjeldava sõnaelemendi kombinatsioonist koosnevad kaubamärgid muljet, mis oleks midagi enam kui nende koostisosade summa.

Tulemus on sama, olenemata sellest, kas kujutis- ja/või sõnaelemente peetakse kirjeldavateks või eristusvõimetuteks.

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p>Kirjeldav kujutiselement + kirjeldav sõnaelement.</p> <p><i>Kujutiselement on sardiini pilt ja seega on tegu kauba elutruu kujutamisega. Kirjatüüp (tavaline/standardne), sõnaelementide paigutus, kaubamärgi üldine ülesehitus ega ükski muu element ei anna kaubamärgile vajalikku minimaalset eristusvõimet.</i></p>	 <b>Fresh Sardine</b>	Klass 29: sardiinid.
<p>Kirjeldav kujutiselement + eristusvõimetu sõnaelement.</p> <p><i>Kujutiselement on sardiini pilt ja seega on tegu kauba elutruu kujutamisega. Kirjatüüp (tavaline/standardne), sõnaelementide paigutus, kaubamärgi üldine ülesehitus ega ükski muu element ei anna kaubamärgile vajalikku minimaalset eristusvõimet.</i></p>	 <b>From the sea to your plate</b>	Klass 29: sardiinid.
<p>Eristusvõimetu kujutiselement + eristusvõimetu sõnaelement.</p> <p><i>Kujutiselement on kaubanduses tavaliselt sardiinide pakendamiseks kasutatav harilik sardiinikarp ja on seega kauba sümboolne/stiliseeritud kujutis, mis ei erine oluliselt nimetatud kauba tavapärasest esitusviisist. Kirjatüüp (tavaline/standardne), sõnaelementide paigutus, kaubamärgi üldine ülesehitus ega ükski muu element ei anna kaubamärgile vajalikku minimaalset eristusvõimet.</i></p>	 <b>From the sea to your plate</b>	Klass 29: sardiinid.
<p>Eristusvõimetu kujutiselement + kirjeldav sõnaelement.</p> <p><i>Kujutiselement on kaubanduses tavaliselt sardiinide pakendamiseks kasutatav harilik sardiinikarp ja on</i></p>	 <b>Sardines</b>	Klass 29: sardiinid.





<p>seega kauba sümboolne/stiliseeritud kujutis, mis ei erine oluliselt nimetatud kauba tavapärasest esitusviisist. Kirjatüüp (tavaline/ standardne), sõnaelementide paigutus, kaubamärgi üldine ülesehitus ega ükski muu element ei anna kaubamärgile vajalikku minimaalset eristusvõimet.</p>		
<p>Kujutiselement ei kujuta teenuseid, kuid on siiski otseselt seotud teenuste omadustega. Tähis ei ole piisavalt stiliseeritud.</p>	 <b>PEST CONTROL SERVICES</b>	<p>Klass 37: kahjuritõrjeteenused.</p>

<b>Eristusvõimelised tähised</b>		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p>Erand: eriline kombinatsioon/kompositsioon (kahe kirjeldava/eristusvõimetu elemendi kombinatsiooni kui terviku eristusvõime).</p> <p>Sardiinide kasutamine F- ja i-tähe moodustamiseks tekitab mulje, mis on piisavalt erinev eristusvõimetute/kirjeldavate kujutis- ja sõnaelementide lihtsal ühendamisel tekkivast muljest ning on seega midagi enamat kui koostisosade summa.</p>		<p>Klass 29: sardiinid.</p>
<p>Eristusvõimeline kujutiselement + kirjeldav sõnaelement.</p> <p>Kujutiselement on kõndiv kalaluu ning see on kauba sümboolne/stiliseeritud kujutamine, mis erineb piisavalt nimetatud kauba tavapärasest esitusviisist.</p>	 <b>Fresh Sardine</b>	<p>Klass 29: sardiinid.</p>
<p>Kujutiselement on otseselt seotud teenuste omadustega, kuid tähis on piisavalt stiliseeritud.</p>	 <b>PEST CONTROL SERVICES</b>	<p>Klass 37: kahjuritõrjeteenused.</p>

#### B.4 Kujutiselemendi kasutamine on taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega seoses kaubandustegevuses tavaline

- Kujutiselemendid, mille kasutamine seoses taotlusega hõlmatud kaupade ja/või teenustega on kaubandustegevuses tavapärane, ei lisa üldjuhul märgile tervikuna eristusvõimet.

#### Näited

Eristusvõimetud tähised		
Põhjendus	Tähis	Kaubad/teenused
<p>Asjaomane avalikkus mõistab taotletavat kaubamärki kui selget ja otsest viidet kvaliteedile, mitte kauba päritolule.</p> <p>Kujutiselementidel puuduvad silmatorkavad, ebatavalised või omapärased tunnusjooned ja neid tajutakse tavalise märgisena, mida keskmine tarbija ei pea eristavaks.</p>		Klass 30: kohv.
<p>Värviliste hinnasiltide kasutamine on igasuguste kaupade puhul kaubandustegevuses tavaline ning kombinatsioon kirjeldavate sõnaelementidega ei ole kaubamärgile eristusvõime andmiseks piisav.</p>		Klass 29: sardiinid. Põhineb otsusel kohtuasjas T-122/01: Best Buy (vt punkt 33).
<p>Hinnasiltide kasutamine on igasuguste kaupade puhul kaubandustegevuses tavaline.</p>		Klass 30: kohv.
<p>Õigusemõistmise sümboliks olevate kaalude kasutamine on õigusteenuste puhul kaubandustegevuses tavaline.</p>	<p>LEGAL ADVICE SERVICES</p> 	Klass 45: õigusteenused.

## **C Kuidas mõjutavad eristusvõimet eelnimetatud kriteeriumide kombinatsioonid?**

- Kombinatsioon kujutis- ja sõnaelementidest, mis eraldivõetuna on eristusvõimetud, ei moodusta üldjuhul eristusvõimelist kaubamärki.
- Siiski võib selliste elementide kombinatsiooni kui tervikut tajuda tähise esitusviisi ja ülesehituse tõttu päritolu tähisena. Seda juhul, kui kombinatsioonist jääb üldmulje, mis on piisavalt erinev sõnaelemendiga edasiantavast kirjeldavast/eristusvõimetust sõnumist.

Järgmises tabelis on esitatud näited, mis kõik hõlmavad ühist praktikat käsitleva dokumendi eelmistes osades analüüsitud üksikute kriteeriumide kombinatsioone. Punases veerus esitatud kombinatsioonid on sellised, mis nende lihtsust ja/või tavalist olemust arvesse võttes ei ole eristusvõimelised. Rohelises veerus on aga kombinatsioonid, mida võib pidada eristusvõimeliseks.

### **Näited**

Et tähis oleks registreeritav, peab sel olema minimaalne eristusvõime. Esitatud skaala eesmärk on selgitada, kus on piir. Näited sisaldavad elemente, mille mõju märgi eristusvõimele suureneb vasakult paremale, kusjuures punases veerus on kaubamärgid, mis on tervikuna eristusvõimetud, ja rohelises veerus kaubamärgid, mis on tervikuna eristusvõimelised. <sup>(4)</sup>

---

<sup>(4)</sup> Sõnu „Flavour and aroma” (maitse ja lõhn) sisaldavatele tähistele taotletakse kaitset klassi 30 kuuluva **kohvi osas** ja sõnu „Fresh sardine” (värske sardiin) sisaldavatele tähistele taotletakse kaitset klassi 29 kuuluvate **sardiinide osas**.

Eristusvõimetud tähised	Eristusvõimelised tähised
<p>1.</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p>	<p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p>
<p>2.</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p>	<p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p>
<p>3.</p> <p>Fresh sardine</p> <p>Fresh sardine</p> <p>FRESH SARDINE</p>	<p>Fresh Sardine</p> <p>Fresh sardine</p> <p>FRESH SARDINE</p>

### **1. rida**

Vasakult esimeses näites on kasutatud standardset kirjatüüpi, kus üks sõna on poolpaksus kirjas, ning sõnaelementide paigutust. Järgmises näites võib punase värvuse lisamine olla samm edasi, kuid kombinatsioon (st standardne kirjatüüp, sõnaelementide paigutus ja üks värvus) ei anna kaubamärgile siiski eristusvõimet. Kolmandas näites annab mitme värvuse lisamine küll lisaväärtuse, kuid esitusviisi ja ülesehitus ei loo üldist muljet, mis oleks piisavalt erinev muljest, mille jätab nende elementide lihtne ühendamine, pealegi ei suuda tarbijad jätta meelde liiga suurt värvuste arvu ega nende järjestust. Neljandas näites on kombineeritud standardne kirjatüüp, sõnaelementide paigutus/suurus ja kaks värvust, kuid tervikuna on see kaubamärk ikkagi eristusvõimetu.

Kujutiselementide kombinatsiooni kahte parempoolses veerus asuvat eristusvõimelist näidet võib tervikuna tajuda päritolu tähisena märgi esitusviisi ja ülesehituse tõttu, mis loovad visuaalse üldmulje, mis on sõnaelemendiga edasiantavast kirjeldavast/eristusvõimetust sõnumist piisavalt erinev.

### **2. rida**

Vasakult kahes esimeses näites on ühendatud raamina kasutatavad lihtsad geomeetrilised kujundid (nelinurk ja ovaal) standardse kirjatüübiga ning nendele järgnevas näites on standardne kirjatüüp ühendatud ringi, värvuse ja sõnaelementide paigutusega. Järgmises näites on standardses kirjatüübis sõnaelementide ebatavaline paigutus ühendatud kalde all oleva nelinurga ja värvusega. Ükski neist neljast näitest ei loo üldmuljet, mis oleks piisavalt erinev muljest, mille loob nende elementide lihtne ühendamine.

Parempoolses veerus loovad kujundite kindel kombinatsioon koos värvuse ja sõnaelementide paigutusega visuaalse mulje, mis on sõnaelemendiga edasiantavast kirjeldavast/eristusvõimetust sõnumist piisavalt erinev. Tähise sellise esitusviisi ja ülesehituse tõttu saab märki tervikuna pidada päritolu tähiseks.

### **3. rida**

Vasakult esimeses näites on tegu kauba elutruu kujutamise, mis on kombineeritud kahe tavalise kirjatüübi ja fondi stiiliga. Sellele järgnevas näites on kauba kujutis ühendatud sõnaelementide paigutuse ja värvusega, kolmandas näites on lisatud geomeetiline kujund ning viimases näites on kirjatüüpi veidi stiliseeritud, kuid üldmulje on siiski tavaline. Ükski neist näidetest ei loo üldmuljet, mis oleks kirjeldava elemendiga edasiantavast kirjeldavast/eristusvõimetust sõnumist piisavalt erinev. Seetõttu ei tajuta neid kaubamärke päritolu tähisena.

Parempoolses veerus annab kaubamärkidele vajaliku minimaalse eristusvõime esitusviisi ja ülesehitus ning viimase kaubamärgi puhul annab eristusvõime äratuntav kujutiselement, mis on iseenesest eristusvõimeline.