

ÜHISTEATIS

UUT LIIKI KAUBAMÄRGID: VORMINÕUETE JA KEELDUMISPÕHJUSTE KONTROLLIMINE

APRILL 2021

1. TAUST

Euroopa Liidu intellektuaalomandivõrgustiku intellektuaalomandiametid teevad jätkuvalt koostööd kaubamärkide ja disainilahendustega seotud praktika ühtlustamisel. Nüüdseks on nad leppinud kokku kaubamärke käsitleva ühise praktika eesmärgiga anda suuniseid vorminõuete ja keeldumispõhjuste ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimiseks uut liiki kaubamärkide, nimelt heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide ning nende uute kujutamiskiiside korral.

See ühine praktika avalikustatakse käesoleva ühisteatisega, et suurendada kontrollijate ja kasutajate huvides praktika läbipaistvust, õiguskindlust ja prognoositavust.

Ühise praktika kohaldamisala on uut liiki kaubamärkide vorminõuete ja keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimine, arvestades graafilise esitamise nõude kõrvaldamise mõju, mis on sätestatud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivis (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (kaubamärgidirektiiv).

Küsimused, mis ei ole otseselt seotud uut liiki kaubamärkidega ja/või nende uute kujutamiskiisidega, **ei kuulu selle ühise praktika kohaldamisalasse**. Need kohaldamisalast välja jäävad küsimused on loetletud ühise praktika dokumendi punktis 1.3.

2. ÜHINE PRAKTIKA

Selles jaotises on ühise praktika põhimõtete põhisõnumite ja seisukohtade kokkuvõtted. **Terviktekst ja kõik ühiste kriteeriumide selgitamise näited on ühisteatise 1. lisas (ühine praktika).** Lisaks on kõigi liikmesriikide intellektuaalomandiorganisatsioonide kokku lepitud kaubamärgiliikide määratlused, kujutamiskiisid ja vastuvõetavad elektroonilised failivormingud esitatud dokumendis „Ühisteatis uut liiki kaubamärkide kujutamise kohta⁽¹⁾“.

ÜHISE PRAKTIKA PÕHIMÕTTED

A OSA – vorminõuete kontrollimine⁽²⁾

TÄHIS JA SELLE ELEMENDID, NAGU NEED ON MÄÄRATLETUD UUT LIIKI KAUBAMÄRKIDE KUJUTAMISE ÜHISTEATISES

Kui tähis vastab selgelt ühele ühisteatises kehtestatud määratlusest ja kujutamiskiisest, tuleb see klassifitseerida seda konkreetset liiki kaubamärgina.

Helimärgid. Üht või mitut heli sisaldav tähis tuleb klassifitseerida helimärgina olenemata sellest, mis liiki heli selles sisaldub (nt helis tajutavad sõnaelemendid, loodusheli, loomahäääl, meloodia jt).

Helimärgid	
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

⁽¹⁾ https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_et.pdf

⁽²⁾ Ühise praktika A osa näited on esitatud ainult vorminõuete selgitamiseks ega pruugi vastata absoluutsete põhjuste nõuetele.

Kui helimärk on kujutatud noodikirjas, peab see kujutis sisaldama taktidesse jaotatud noodijoonestikku, millel on näidatud eelkõige noodivõti ja kõik meloodia taasesitamiseks vajalikud noodid. Meloodia tempo ehk kiiruse ja pillide märkimine ei ole kohustuslik.							
Liikumismärgid. Liikumismärgid ei piirdu ainult liikumist kujutavate tähistega. Tähis võib kvalifitseeruda liikumismärgina ka siis, kui see suudab näidata elementide paigutuse muutumist (näiteks stoppkaadrite jada), värvimuutust või elementide vahetust, mida mõistetakse kui kujutise asendumist teisega. Kui liikumismärki kujutatakse järjestikuste stoppkaadrite jadana, mis näitavad liikumist või asukoha vahetust, võidakse nõuda liikumise kestuse, korduste ja kiiruse märkimist kirjelduses.	<table><tr><th colspan="2">Liikumismärgid</th></tr><tr><td> GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr><tr><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr></table>	Liikumismärgid		GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Liikumismärgid							
GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist						
Multimeediamärgid. Tähis, mis koosneb visuaal- ja helielementidest, tuleb klassifitseerida multimeediamärgina.	<table><tr><th>Multimeediamärk</th></tr><tr><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr></table>	Multimeediamärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Multimeediamärk							
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							
Hologramm-märgid. Tähis, mis koosneb holograafiliste omadustega elementidest, tuleb klassifitseerida hologramm-märgina. Siin tähendab hologramm kujutist, mille ilme muutub eri nurkade alt vaatamisel.	<table><tr><th>Hologramm-märk</th></tr><tr><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr></table>	Hologramm-märk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Hologramm-märk							
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							

KIRJELDUSED

<i>Kui uut liiki kaubamärgi reproduktsiooni juurde kuulub kirjeldus, peab see olema vastavuses kaubamärgi reproduktsiooniga ega tohi olla sellega vastuolus või laiendada selle ulatust.</i>

SÕNAELEMENTIDE NIMETAMINE

<i>Iga andmeväli, kus nõutakse kaubamärgis sisalduvate sõnaelementide nimetamist, on mõeldud ainult otsinguks ega laienda mingil juhul kaubamärgi reproduktsiooniga määratletud kaitse ulatust.</i>
--

REPRODUKTSIOONI ÜLIMUSLIKKUS LIIGI JA KIRJELDUSE SUHTES

<i>Kui kaubamärgi reproduktsiooni ning liigi ja/või kirjelduse vahel on vastuolu või lahknevus, on alati ülimuslik kaubamärgi reproduktsioon.</i>
--

ROHKEM KUI ÜHE KAUBAMÄRGILIIGI KORRAL KEHTIVAD KUJUTAMISVIISID

<i>Kaubamärgitaotlusi võetakse vastu vastavalt taotleja valitud kaubamärgiliigile, kui reproduktsioon vastab selle liigi juriidilistele nõuetele. Kaitse ulatus ja kaubamärgi ese olenevad vastu võetud kaubamärgiliigist.</i>

PRIORITEEDINÕUETE KONTROLL

Tähis loetakse kaubamärgiga identseks ainult siis, kui selles reprodutseeritakse ilma muudatuste või täiendusteta kõik kaubamärgi moodustavad elemendid või kui see sisaldab tervikuna nii väheolulisi erinevusi, et need võivad jääda keskmisele tarbijale märkamatuks.

IDENTNE KAUBAMÄRGI ESE

Kaks kaubamärki loetakse prioriteedinõuete kontrollimise seisukohast identseks, kui kaubamärgi ja kaitse ese on olenemata vormist samad. Lisaks võib prioriteedi aktsepteerida, kui järgnev taotlus on teist liiki kaubamärk, kuid kaubamärgi ese on sama.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	
Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Muu kaubamärk	Multimeediamärk

ERINEV KAUBAMÄRGI ESE

Kui prioriteedinõue puudutab kaht kaubamärki, mille ese on erinev, siis olenemata nende vormist või valitud kaubamärgiliigist loetakse kaubamärgid erinevaks ja sellest tulenevalt lükatakse prioriteedinõue tagasi.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	
Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Multimeediamärk	Helimärk

ERINEVALT KUJUTATUD SAMA LIIKI KAUBAMÄRGID

HELMÄRGID

Prioriteedinõuded, kui üks taotlus on kujutatud noodikirjas (nt JPEG) ja järgnev on kujutatud helifailis (nt MP3), võetakse vastu ainult siis, kui kõik helifailis sisalduvad elemendid⁽³⁾ on esitatud ka noodikirjas.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	
	Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk

Kui mõni neist elementidest puudub, ei ole kaubamärgid samad ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	
Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
Helimärk	Helimärk

LIIKUMISMÄRGID

Prioriteedinõuded, milles üks taotlus on kujutatud stoppkaadrite jadana (nt JPEG) ning järgnev on

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
----------------	-----------------

⁽³⁾ Vt ühine praktika – A osa – punkt 1.1 – helimärgid – graafiliselt kujutatud helimärgi selguse ja täpsuse jaoks vajalikud elemendid.

kujutatud videofailina (nt MP4), võetakse vastu ainult siis, kui kõik videofaili elemendid ja nende täielik liikumine on stoppkaadrite jadas selgelt tuvastatav. Kui järgnev taotlus on kujutatud stoppkaadrite jadana, võidakse nõuda kirjeldust, et tagada kaubamärgi eseme identsus (nt kestus, kiirus, kordused).	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 333 1110 479">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td data-bbox="1118 333 1430 479">  </td></tr> <tr> <td data-bbox="807 490 1110 591"></td><td data-bbox="1118 490 1430 591"> Kirjeldus: see liikumine koosneb poolesekundiliste vaheaegade ilmutate stoppkaadrite sisust. </td></tr> <tr> <td data-bbox="807 602 1110 636">Liikumismärk</td><td data-bbox="1118 602 1430 636">Liikumismärk</td></tr> </table>	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist			Kirjeldus: see liikumine koosneb poolesekundiliste vaheaegade ilmutate stoppkaadrite sisust.	Liikumismärk	Liikumismärk
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							
	Kirjeldus: see liikumine koosneb poolesekundiliste vaheaegade ilmutate stoppkaadrite sisust.						
Liikumismärk	Liikumismärk						
Kui mõni neist elementidest puudub ja täielikku liikumist ei saa selgelt tuvastada, ei ole kaubamärgid samad ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 703 1110 748">Esmane taotlus</td><td data-bbox="1118 703 1430 748">Järgnev taotlus</td></tr> <tr> <td data-bbox="807 759 1110 904">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td data-bbox="1118 759 1430 904">  </td></tr> <tr> <td data-bbox="807 916 1110 949">Liikumismärk</td><td data-bbox="1118 916 1430 949">Liikumismärk</td></tr> </table>	Esmane taotlus	Järgnev taotlus	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist		Liikumismärk	Liikumismärk
Esmane taotlus	Järgnev taotlus						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							
Liikumismärk	Liikumismärk						
HOLOGRAMM-MÄRGID							
Prioriteedinõuded, milles üks taotlus on hologramm kujutatuna graafiliste või fotokujutiste jadana (kujutisfailid, nt JPEG) ning järgnev on kujutatud videofailina (nt MP4), võetakse vastu ainult siis, kui kõik videofaili elemendid ja holograafilise efekti etapid on graafiliste või fotokujutiste jadas selgelt olemas.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 1039 1110 1084">Esmane taotlus</td><td data-bbox="1118 1039 1430 1084">Järgnev taotlus</td></tr> <tr> <td data-bbox="807 1095 1110 1240">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td data-bbox="1118 1095 1430 1240">  </td></tr> <tr> <td data-bbox="807 1252 1110 1285">Hologramm-märk</td><td data-bbox="1118 1252 1430 1285">Hologramm-märk</td></tr> </table>	Esmane taotlus	Järgnev taotlus	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist		Hologramm-märk	Hologramm-märk
Esmane taotlus	Järgnev taotlus						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							
Hologramm-märk	Hologramm-märk						
Kui mõnd neist elementidest või holograafilise efekti etappe ei saa selgelt tuvastada, ei ole kaubamärgid samad ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 1330 1110 1375">Esmane taotlus</td><td data-bbox="1118 1330 1430 1375">Järgnev taotlus</td></tr> <tr> <td data-bbox="807 1386 1110 1509">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td data-bbox="1118 1386 1430 1509">  </td></tr> <tr> <td data-bbox="807 1520 1110 1554">Hologramm-märk</td><td data-bbox="1118 1520 1430 1554">Hologramm-märk</td></tr> </table>	Esmane taotlus	Järgnev taotlus	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist		Hologramm-märk	Hologramm-märk
Esmane taotlus	Järgnev taotlus						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist							
Hologramm-märk	Hologramm-märk						

B OSA – absoluutsete keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimine

UUT LIIKI KAUBAMÄRKIDE SELGUSE JA TÄPSUSE HINDAMINE – KAUBAMÄRGIDIREKTIIVI ARTIKLI 4 LÖIKE 1 PUNKT A

Tähis loetakse selgeks ja täpseks, kui see on kujutatud mis tahes asjakohases vormis, kasutades üldiselt kättesaadavaid tehnoloogiaid, tingimusel, et tähist on võimalik kujutada ka iseenesest täielikul, kergesti kättesaadaval, arusaadaval, püsival ja objektiivsel viisil olenemata sellest, kas sellel on mõiste. See käsitlusviis on kooskõlas põhimõttega, et sõnal või kujutismärgil ei pea olema tähendust või see ei pea sisaldama tuvastatavaid kujutisi, kui see suudab täita kaubamärgi funktsiooni ning seega toimida päritolu tähisena⁽⁴⁾.



Taasesitamiseks klõpsake kujutist



Taasesitamiseks klõpsake kujutist



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

UUT LIIKI KAUBAMÄRKIDE NÕUTAV ERISTUSVÕIME MÄÄR – KAUBAMÄRGIDIREKTIIVI ARTIKLI 4 LÖIKE 1 PUNKT B

HELMÄRGID

TARBIJA TAJU

Et helisid kasutatakse kaubanduses üha enam tootemargistrateegia osana, suureneb ka tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid kaubandusliku päritolu tähistena. Tarbija taju analüüsiks saab helimärke rühmitada vähemalt järgmiselt: 1) helid, mida tekitavad kaubad või teenused või mis on nendega seotud; 2) noodid, nootide kombinatsioonid, viisid või meloodiad; 3) helid, mis on sõnaelementide kuuldavad ekvivalendid. On ka helisid, mis nimetatud rühmadesse ei kuulu ja millel ei ole seost kaupade ja/või teenustega.

OLEMUSLIKULT ERISTUSVÕIMELISED HELIMÄRGID

Kui helimärgis tajutav heli koosneb **ühest noodist, nootide kombinatsioonist või meloodiast**, peetakse seda olemuslikult eristusvõimeliseks, kui asjaomane sihtrühm suudab seda tajuda kaubandusliku päritolu tähisena.

Helimärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 41: filmide pakkumine meelelahutuseks

Kui helimärgis tajutav heli koosneb **sõnaelemendist**, mida peetakse iseenesest eristusvõimeliseks ning mida hääldatakse selgelt, isegi kui seda hääldatakse neutraalse või robothäälega, peetakse helimärki eristusvõimeliseks.

Helimärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod

Kui helimärgis tajutav **kõneelement ei ole arusaadav või see ei ole tuvastatav sõnana**, peetakse seda eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab seda heli ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

Helimärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod

⁽⁴⁾ Neid näiteid mõistetakse selgete ja täpsetena; see ei tähenda, et nende kohta ei saaks esitada vastuväidet teiste keeldumispõhjuste alusel.

Kui helimärgis tajutav heli sisaldab heli, millel ei ole seost taotluse kaupade ja/või teenustega, peetakse seda põhimõtteliselt eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab seda ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Helimärk</th><th>Kaubad ja teenused</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 11: WC-d</td></tr> </tbody> </table>	Helimärk	Kaubad ja teenused	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 11: WC-d		
Helimärk	Kaubad ja teenused						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 11: WC-d						
ERISTUSVÕIMETUD HELIMÄRGID							
Põhimõtteliselt tajub tarbija helimärki, mis koosneb helist, mida tekitavad kaubad ja/või teenused või mis tekivad seoses nende või nende oluliste omadustega, üksnes funktsionaalse omadusena ning seega peetakse sellist helimärki eristusvõimetuks.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Helimärk</th><th>Kaubad ja teenused</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 33: vein</td></tr> </tbody> </table>	Helimärk	Kaubad ja teenused	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 33: vein		
Helimärk	Kaubad ja teenused						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 33: vein						
Kui helimärk koosneb nootidest, nootide kombinatsioonist, viisidest või meloodiatest, peetakse seda eristusvõimetuks, kui helil puudub teatud ilmekus ja tarbija ei tunneks seda ära kaubandusliku päritolu tähisena, isegi kui seda ei saa seostada kaupade ja/või teenustega.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Helimärk</th><th>Kaubad ja teenused</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 12: sõiduaudod</td></tr> </tbody> </table>	Helimärk	Kaubad ja teenused	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduaudod		
Helimärk	Kaubad ja teenused						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduaudod						
Kui helimärk koosneb eristusvõimetutest/kirjeldavatest/tavapärastest sõnaelementidest selgelt hääldatuna ja ilma silmatorkavate või ebatavaliste helielementideta, peetakse helimärki eristusvõimetuks. Põhimõtteliselt kui helimärgis tajutava eristusvõimetu/kirjeldava/tavapärase sõnaelemendi juurde kuuluvad muud helielemendid, näiteks laulusõnad, konkreetne meloodia, intonatsioon ja/või konkreetne laulmismaneer, mida peetakse iseenesest samuti eristusvõimetuks, peetakse ka helimärki tervikuna suure tõenäosusega eristusvõimetuks.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Helimärk</th><th>Kaubad ja teenused</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 3: pesupulber</td></tr> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 3: pesupulber</td></tr> </tbody> </table>	Helimärk	Kaubad ja teenused	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber
Helimärk	Kaubad ja teenused						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber						
Erand: ei saa välistada, et mitmesuguste helielementide konkreetne seade, mis on ebatavaline ja mida tarbija võib kaubandusliku päritolu tähisena lihtsalt ära tunda, võib olla piisav, et anda helimärgile tervikuna eristusvõime⁽⁵⁾.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Helimärk</th><th>Kaubad ja teenused</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td>Klass 31: värsked banaanid</td></tr> </tbody> </table>	Helimärk	Kaubad ja teenused	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid		
Helimärk	Kaubad ja teenused						
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid						

LIIKUMISMÄRGID

TARBIBA TAJU

Liikumismärkidega seoses on suurenenud tootemargistrateegiates kasutatavate liikumist ja liikuvaid kujutisi sisaldavate tähiste arv, mistõttu on suurenenud tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid

⁽⁵⁾ NB! Taotleja ei saa ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele; kaitse ulatus piirub helimärgi üldmuljega.

kaubandusliku päritolu tähisena. Tarbija taju analüüsiks võib rühmitada liikumismärgid vähemalt järgmiselt: 1) liikumised, mida võib tajuda kaupade või teenuste endi olemuslikult funktsionaalse elemendina või millega neid kaupu juhitakse; 2) liikumised, mis sisaldavad sõnaelemente ja/või kujutiselemente.

OLEMUSLIKULT ERISTUSVÕIMELISED LIIKUMISMÄRGID

Liikumismärke peetakse üldiselt eristusvõimeliseks, kui need sisaldavad **eristusvõimelist sõna- ja/või kujutiselementi** liikumas või muutmas asukohta, värvi ja/või elemente, isegi kui liikumine või asukoha muutumine iseenesest ei pruugi olla eristusvõimeline.

Kui liikumismärk kujutab **elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav** selles mõttes, et see ei kanna tähendust ega tekita seost kaupade ja/või teenustega, peetakse seda siiski eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab selle ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutid

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber

ERISTUSVÕIMETUD LIIKUMISMÄRGID⁽⁶⁾

Põhimõtteliselt tajub tarbija liikumismärki, mis koosneb **liikumisest, mida tekitavad kaubad ja/või teenused või mis tekivad seoses nendega või nende oluliste omadustega**, üksnes kaupade ja/või teenuste funktsionaalse omadusena. Seega peetakse liikumismärki eristusvõimeetuks.

Kui liikumismärk koosneb **eristusvõimeetust/kirjeldavast/tavapärasest sõna- ja/või kujutiselemendist**, mis liigub või muudab asukohta, värvi ja/või elemente, peetakse seda eristusvõimeetuks, v.a kui liikumine ise on piisav, et juhtida tähelepanu eemale eristusvõimeetu/kirjeldava sõna- või kujutiselemendiga antavalt sõnumilt.

Erand: ei saa välistada, et konkreetne liikumine, mis on iseenesest ebatavaline ja silmatorkav või tekitab ebatavalise või silmatorkava visuaalse mõju, võib olla piisav, et anda liikumismärgi üldmuljele eristusvõime⁽⁷⁾.

Tarbija ei taju liikumismärke kaubandusliku päritolu tähisena, **kui need ei jäta talle püsivat muljet**. Seega peetakse neid eristusvõimeetuks.

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 7: kettsaad

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 39: reisiteenused

⁽⁶⁾ Arvestada tuleb ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid, pidades meeles, et neid põhimõtteid ei saa kohaldada liikumise ega asukoha, värvi ega elementide vahetamise suhtes.

⁽⁷⁾ Sellistel juhtudel ei saa taotleja ainuõigust eristusvõimeetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele; kaitse ulatus piirdub liikumismärgi üldmuljega.

MULTIMEEDIAMÄRGID

TARBIJA TAJU

Seoses multimeediamärkidega on suurenenud tootemargistrateegiates kasutatavate kujutist ja heli kombineerivate kaubamärkide arv, mispärast on suurenenud tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid kaubandusliku päritolu tähisena.

OLEMUSLIKULT ERISTUSVÕIMELISED MULTIMEEDIAMÄRGID

Üldiselt on nii, et kui vähemalt üht multimeediamärgi elementidest (heli või kujutis) peetakse iseenesest eristusvõimeliseks, peetakse eristusvõimeliseks ka kaubamärgi tervikuna.

Multimeediamärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomasööt

Kui multimeediamärk sisaldab elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav selles mõttes, et see ei kanna tähendust, peetakse seda eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab selle ära tunda.

Multimeediamärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduaudod

ERISTUSVÕIMETUD MULTIMEEDIAMÄRGID⁽⁸⁾

Multimeediamärki, milles eristusvõimetu/kirjeldav/tavapärane kujutis (kujutised) on kombineeritud eristusvõimeta heli(de) ja liikumis(t)ega, peetakse üldiselt eristusvõimetuks.

Multimeediamärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid

Tarbija ei taju liikumismärke kaubandusliku päritolu tähisena, kui need ei jäta talle püsivat muljet. Seega peetakse neid eristusvõimetuks.

Multimeediamärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutiriistvara

Erand: võib olla võimalik, et eristusvõimeta/kirjeldava(te)/tavapäras(t)e kujutis(t)e ja heli(de) kombinatsioon võimaldaks multimeediamärgil täita teatud kaupade või teenuste korral oma põhiülesannet, mis annaks multimeediamärgile tervikuna eristusvõime⁽⁹⁾.

Multimeediamärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomasööt

HOLOGRAMM-MÄRGID

TARBIJA TAJU

Hologramm-märke, mis koosnevad üksnes sõna- ja kujutiselementidest, ei tajuta üldiselt kaubandusliku päritolu tähisena, kui on võimalik luua seos kaubamärgi ning kaupade ja teenuste

⁽⁸⁾ Multimeediamärkide eristusvõime hindamisel tuleb arvestada ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid.

⁽⁹⁾ Sellistel juhtudel ei saa taotleja ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele; kaubamärgi kaitse ulatus piirub multimeediamärgi üldmuljega.

vahel. Hinnang sõltub lisaks ka holograafilisest efektist ja sellest, kas sõna- või kujutiselement on oma suuruse ja asukoha tõttu tühisel selgelt äratuntav.

OLEMUSLIKULT ERISTUSVÕIMELISED HOLOGRAMM-MÄRGID

Kui hologramm-märk koosneb sõna- ja/või kujutiselemendist, mis on iseenesest eristusvõimeline, siis isegi kui neile elementidele lisatud holograafilised efektid on eristusvõimetud, peetakse hologramm-märki tervikuna eristusvõimeliseks.

Hologramm-märk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod

Kui hologramm-märk kujutab elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav selles mõttes, et see ei kanna tähendust ega tekita seost kaupade ja/või teenustega, peetakse seda siiski eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab selle ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

ERISTUSVÕIMETUD HOLOGRAMM-MÄRGID⁽¹⁰⁾

Kui hologramm-märk koosneb eristusvõimetust/kirjeldavast/tavapärasest sõna- ja/või kujutiselemendist, peetakse seda eristusvõimeks.

Üldiselt ei pruugi holograafilise efekti lisamine eristusvõimele sõna- ja/või kujutiselemendile olla piisav, et anda kaubamärgile eristusvõime, sest tarbija tajuks seda üksnes lihtsa või kaunistava elemendina olenemata sellest, kas see seostub taotluse kaupade ja/või teenustega.

UUT LIIKI KAUBAMÄRK, MIS KIRJELDAB KAUPU VÕI TEENUSEID VÕI NENDE OMADUSI – KAUBAMÄRGIDIREKTIIVI ARTIKLI 4 LÕIKE 1 PUNKT C

KIRJELDAV

Üldiselt kui heli-, liikumis-, multimeedia- või hologramm-märgi elemente ning kaupade ja/või teenuseid või nende omadusi saab lihtsalt seostada, loetakse kaubamärk kirjeldavaks.

Helimärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomatoidud ja -sõöt

MITTEKIRJELDAV

Kui heli-, liikumis-, multimeedia- või hologramm-märgi elementide ning taotluse kaupade ja/või teenuste vahel ei leita seost või kui kaubamärk kujutab ebatavalist esitust, mis erineb oluliselt nende kaupade ja/või teenuste elutruust kujutamisest, ei käsitleta märki kirjeldavana.

Liikumismärk	Kaubad ja teenused
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: konservitud sardiinid

TÄHISED, MIS KOOSNEVAD AINULT HELIST, LIIKUMISEST NING PILDIST JA HELI KOMBINATSIOONIST, MIS TULENEB KAUPADE OLEMUSEST, VÕIB OLLA VAJALIK TEHNILISE TULEMUSE SAAVUTAMISEKS VÕI VÕIB ANDA KAUBALE MÄRKIMISVÄÄRTUSE – KAUBAMÄRGIDIREKTIIVI ARTIKLI 4 LÕIKE 1 PUNKT E

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktide i, ii ja iii hindamisel ei ole üldsuse taju otsustav element, mida arvestada, kuid see võib olla kasulik hindamiskriteerium, eriti artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktide ii ja iii kohaselt asjaomase tähise oluliste omaduste tuvastamisel.

⁽¹⁰⁾ Hologramm-märgi kujutis- ja/või sõnaelementide eristusvõime hindamisel tuleb arvestada ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid.

Helimärk	Kaubad ja teenused	Liikumismärk	Kaubad ja teenused
	Klass 7: kettsaad		Klass 28: ruumilised pusled
Taasesitamiseks klõpsake kujutist		Taasesitamiseks klõpsake kujutist	

C OSA – suhteliste keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimine⁽¹¹⁾

IDENTSUS

Tähis loetakse kaubamärgiga identseks ainult juhul, kui selles reprodutseeritakse ilma muudatuste või täiendusteta kõik kaubamärki moodustavad elemendid või kui see sisaldab tervikuna vaadelduna nii väheolulisi erinevusi, et need võivad jääda keskmisele tarbijale märkamatuks.

HELMÄRKIDE VÕRDLUS: VISUAALNE, KÕLALINE JA MÕISTELINE VÕRDLUS

Helimärgid hõlmavad eri elemente, mida võib liigitada järgmiselt: 1) lauldavatest või kõneldavatest sõnaelementidest koosnevad helid; 2) muusikaelementidest (nt meloodia, harmoonia, rütm) koosnevad helid; 3) elutruud helid (nt koera haukumise, äikse, jääkuubikute jne heli) ning 4) teised helid, mis ei kuulu eelmistesse kategooriatesse.

VISUAALNE VÕRDLUS

Helimärgi visuaalne võrdlus ei ole võimalik isegi siis, kui helimärk on esitatud visuaalselt muusikalises noodikirjas või kui noodikiri sisaldab sõnaelemente.

KÕLALINE VÕRDLUS

Helimärkide korral on otsustav kõlaline võrdlus. Helimärke saab alati võrrelda kõlaliselt muude helimärkide ja multimeediamärkidega. Helimärke saab kõlaliselt võrrelda muud liiki märkidega, kui need koosnevad sõnaelemendist või sisaldavad seda.

Sõnaelemendid. Eristusvõimeliste sõnaelementide – kui oluline osa asjaomasest sihtrühmast tuvastab neid sellisena – kokkulangevus või sarnasus toob põhimõtteliselt kaasa järeltule kõlalise sarnasuse kohta. Sellega seoses tuleb märkida, et kuigi sõnamärgi hääldus on määratletud asjaomase sihtrühma hääldusreeglitega, ei ole see nii helimärgi korral, mille kõlalise taju määrab kaubamärgi kõla.

Seda silmas pidades sõltub ühise sõnaelemendi sarnasuse aste helimärgis ja teist liiki kaubamärgis (nt sõna- või kujutismärgis) sellest, kuidas täpselt kõlab ühine element helimärgis.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem kujutismärk	Vaidlustatud helimärk
	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

⁽¹¹⁾ Kui ei ole märgitud teisiti, tuleb ühise praktika C osa näiteid hinnata kooskõlas jaotises „Eelmärkused“ esitatud eeldustega.

Muusikaelemendid. Eristusvõimelise meloodia sisaldumine helimärgis avaldab olulist mõju sellele, kuidas asjaomane sihtrühm tajub kaubamärki, ning mõjutab seega oluliselt sellise kaubamärgi kõlalist võrdlust. Üldreeglina ei välista muu pilli, tempo või rütmi kasutamine kahe kaubamärgi käsitlemist sarnasena, kui meloodia ise on identne või tuvastatav sama meloodiana.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Varasem helimärk</th><th>Vaidlustatud helimärk</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td></tr> </tbody> </table>	Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Eristusvõimeliste meloodiate kokkulangevus või sarnasus avaldab tavaliselt olulist mõju kaubamärkide kõlalise võrdluse tulemusele, isegi kui üks kaubamärkidest sisaldab ka sõnaelementi või mõlemad sisaldavad eri sõnaelementi.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Varasem helimärk</th><th>Vaidlustatud helimärk</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td></tr> </tbody> </table>	Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Elutruudus. Eristusvõimeliste elutruude helide kokkulangevus või sarnasus heli- või multimeediamärkides toob üldiselt kaasa järelduse kõlalise sarnasuse kohta.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Varasem helimärk</th><th>Vaidlustatud helimärk</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td></tr> </tbody> </table>	Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Muud aspektid. Üksnes muude aspektide (nt intonatsiooni, hääle jt) kokkulangevus kahes kaubamärgis avaldab kaubamärkide kõlalisele võrdlusele tavaliselt väiksemat mõju.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Varasem helimärk</th><th>Vaidlustatud helimärk</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td><td> Taasesitamiseks klõpsake kujutist</td></tr> </tbody> </table>	Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
MÕISTELINE VÕRDLUS					
Kaht helimärki ning helimärke ja teist liiki kaubamärke saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste (sõnaelemendis või elutruus helis). Üksnes meloodiaid sisaldavatel helimärkidel tõenäoliselt puudub mõiste.					

LIIKUMISMÄRKIDE VÕRDLUS: VISUAALNE, KÕLALINE JA MÕISTELINE VÕRDLUS

Liikumismärk hõlmab eri elementide kombinatsioone, mida võib liigitada järgmiselt: 1) sõnaelemendid; 2) kujutiselemendid ning 3) sõna- ja/või kujutiselementide liikumine või muutumine.					
VISUAALNE VÕRDLUS					
Kahe liikumismärgi või liikumismärgi ja teist liiki kaubamärgi visuaalsel võrdlemisel tuleb arvestada kaubamärkide elementide (sõna- ja/või kujutiselemendid ning nende liikumine või muutumine) kokkulangevust või sarnasust.					
Sõnaelemendid. Eristusvõimelist sõnaelementi (sõnaelemente) sisaldavad liikumismärgid on tõenäoliselt visuaalselt sarnased muu	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake</td><td> Taasesitamiseks klõpsake</td></tr> </tbody> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake	 Taasesitamiseks klõpsake
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake	 Taasesitamiseks klõpsake				

liikumismärgiga, mis sisaldab sama või sarnast eristusvõimelist sõnaelementi (sõnaelemente). Liikumismärgis sisalduvatel eristusvõimelistel sõnaelementidel võib olla tarbijale tugevam mõju kui teistel visuaalelementidel (kujutiselementidel, liikumisel või muul muutusel endal), kuigi võrreldes tuleb arvestada tähiseid tervikuna.	<table border="1"> <tr> <td>kujutist</td><td>kujutist</td></tr> </table>	kujutist	kujutist		
kujutist	kujutist				
Kujutiselemendid. Eristusvõimeliste kujutiselementide kokkulangevus või sarnasus võib tuua kaasa järelduse teatud visuaalse sarnasuse määra kohta. Eelkõige järeldatakse sellise sarnasuse olemasolu tõenäoliselt siis, kui tarbija võib seda kujutiselementi selle suuruse, asukoha tõttu kaubamärgil ja/või värvi tõttu piisavalt tajuda, eriti liikumise/muutuse tõttu.	<table border="1"> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> <tr> <td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Elementide liikumine. Ainult see, et lihtne liigutus või liikumine on sama, ei too iseenesest kaasa visuaalset sarnasust.	<table border="1"> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> <tr> <td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Ei saa siiski välistada, et konkreetne liikumine, mis on silmatorkav ja eristusvõimeline, võib olla piisav, et tuua kaasa liikumismärkide mõningane visuaalne sarnasus, kuigi neil on ka muid, erinevaid elemente, näiteks sõnaelemente.	<table border="1"> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> <tr> <td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
Elementide muutumine. Ainult asukoha muutuse või värvide muutuse kokkulangevus iseenesest avaldab tavaliselt kaubamärkide võrdlusele väiksemat mõju ega too põhimõtteliselt kaasa järeldust visuaalse sarnasuse kohta.	<table border="1"> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> <tr> <td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
KÕLALINE VÕRDLUS					
Sõnaelementideta liikumismärke ei saa kõlaliselt võrrelda. Samamoodi ei saa liikumismärke kõlaliselt võrrelda teist liiki kaubamärkidega, mis ei sisalda sõnaelemente kujutisena või hääldatuna.					
Eristusvõimelise sõnaelemendi esinemine liikumismärgis avaldab tavaliselt olulist mõju sellele, kuidas asjaomane sihtrühm tajub liikumismärki kõlaliselt.	<table border="1"> <tr> <th>Varasem liikumismärk</th><th>Vaidlustatud liikumismärk</th></tr> <tr> <td>  GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td>  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk	 GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk				
 GERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				

Eristusvõimeliste sõnaelementide kokkulangevus või sarnasus avaldab tavaliselt mõju tulemusele, mille annab liikumismärkide kõlaline võrdlus muude liikumismärkide või muud liiki märkidega, suurendades tõenäosust, et järeldatakse teatava kõlalise sarnasuse olemasolu.

Varasem helimärk	Vaidlustatud liikumismärk
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	BERIVAN Taasesitamiseks klõpsake kujutist

MÕISTELINE VÕRDLUS

Kaht liikumismärki ning liikumismärke ja teist liiki kaubamärke saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste.

Liikumismärgi elementide liikumisel või muutumisel iseenesest ei ole tõenäoliselt mõistet. Liikumine võib siiski **kinnitada**, **lisada** või mõnel juhul **muuta** liikuva elemendi mõistet.

Näide: elemendi kombineerimine liikumisega kinnitab algset mõistet „palli viskav korvpallur“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt identsed.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

MULTIMEEDIAMÄRKIDE VÕRDLUS: VISUAALNE, KÕLALINE JA MÕISTELINE VÕRDLUS

Multimeediamärgid hõlmavad kaht elementide kategooriat: 1) visuaalelemendid (graafiliselt kujutatud sõnaelemendid, kujutiselemendid ning sõna- ja/või kujutiselementide liikumine või muutumine) ja 2) helielemendid (lauldavad või kõneldavad sõnaelemendid, muusikaelemendid, elutruud helid ja muud helid).

VISUAALNE VÕRDLUS

Multimeediamärke saab alati võrrelda visuaalselt teiste multimeediamärkide ning teist liiki kaubamärkidega, v.a helimärkidega. Üldiselt kehtivad liikumismärkide visuaalse võrdluse põhimõtted.

Graafiliselt kujutatud sõnaelemendid. Põhimõtteliselt on kahe multimeediamärgi või multimeediamärgi ja teist liiki kaubamärgi vahel olemas teatud visuaalne sarnasus, kui neil on samad või sarnased eristusvõimelised graafiliselt kujutatud sõnaelemendid.

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Kujutiselemendid. Põhimõtteliselt on kahe multimeediamärgi või multimeediamärgi ja teist liiki kaubamärgi vahel olemas teatud visuaalne sarnasus, kui neil on samad või sarnased eristusvõimelised kujutiselemendid.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

KÖLALINE VÕRDLUS

Multimeediamärke saab alati võrrelda kõlaliselt muude multimeediamärkide ja helimärkidega. Kõlaliselt saab võrrelda ka muud liiki märkidega, mis koosnevad sõnaelemendist või sisaldavad seda.

Graafiliselt kujutatud sõnaelemendid.

Põhimõtteliselt on teatud kõlaline sarnasus olemas, kui multimeediamärk sisaldab eristusvõimelist graafiliselt kujutatud sõnaelementi (liikumatu või liikuvat), mis on sama kui teise kaubamärgi sõnaelement või sarnaneb sellega (lauldav, kõneldav või graafiliselt kujutatud, nagu asjakohane).

Varasem multimeediamärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Vaidlustatud multimeediamärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Lauldavad või kõneldavad sõnaelemendid.

Põhimõtteliselt on teatud kõlaline sarnasus olemas ka siis, kui lauldav või kõneldav sõnaelement on sama kui teises kaubamärgis tajutav sõnaelement või sarnaneb sellega (lauldav, kõneldav või graafiliselt kujutatud, nagu asjakohane).

Varasem liikumismärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Vaidlustatud multimeediamärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Graafiliselt kujutatud ning lauldavate või kõneldavate sõnaelementide kombinatsioon. Kui graafiliselt kujutatud sõnaelemendi juurde kuulub lauldav või kõneldav sõnaelement, võib viimane mõjutada graafiliselt kujutatud sõnaelemendi hääldust. ⁽¹²⁾

Varasem sõnamärk

GERIVAN

Vaidlustatud multimeediamärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

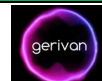
Muusikaelemendid või elutruud helid. Ühise meloodia või elutruu heli võimalus on olemas ainult multimeedia- ja helimärkide korral, sest need on ainsad kaubamärgiliigid, mis võivad sisaldada selliseid helisid.

Varasem helimärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Vaidlustatud multimeediamärk



Taasesitamiseks klõpsake kujutist

MÕISTELINE VÕRDLUS

Multimeediamärke saab mõisteliselt võrrelda, kui need edastavad mõistet.

HOLOGRAMM-MÄRKIDE VÕRDLUS: VISUAALNE, KÖLALINE JA MÕISTELINE VÕRDLUS

Hologramm-märkides on võimalik tuvastada kolme elementide kategooriat: 1) sõnaelemendid; 2) kujutiselemendid ning 3) holograafiline efekt.

VISUAALNE VÕRDLUS

Hologramm-märgis toimib märgi reproduktsioonil esinev liikumine või muutumine ainult holograafilise efekti näitamiseks ning visuaalses võrdluses tuleb arvestada ainult seda efekti.

⁽¹²⁾ Olenevalt konkreetsest juhtumist ei saa siiski välistada, et multimeediamärgis sisalduvat graafiliselt kujutatud sõnaelementi hääldatakse sellegipoolest asjaomase sihtrühma hääldusreeglite järgi.

Holograafiline efekt. Identne või sarnane holograafiline efekt iseenesest ei too kaasa järeltust visuaalse sarnasuse kohta, kui sarnasust ei leita võrreldavate kaubamärkide sõna- või kujutiselementides. Kaks tähist võivad samade või sarnaste eristusvõimeliste sõna- või kujutiselementide tõttu olla visuaalselt sarnased isegi siis, kui holograafiline efekt erineb.	<table> <tr> <th data-bbox="810 333 1117 398">Varasem liikumismärk</th><th data-bbox="1123 333 1422 398">Vaidlustatud hologramm-märk</th></tr> <tr> <td data-bbox="810 407 1117 577">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td><td data-bbox="1123 407 1422 577">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem liikumismärk	Vaidlustatud hologramm-märk	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem liikumismärk	Vaidlustatud hologramm-märk				
 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
KÕLALINE VÕRDLUS					
Sõnaelementideta hologramm-märke ei saa kõlaliselt võrrelda.					
Sõnaelementidega hologramm-märke saab kõlaliselt võrrelda sama või teist liiki kõlaliselt hinnatava kaubamärgiga.	<table> <tr> <th data-bbox="810 752 1117 817">Varasem kujutismärk</th><th data-bbox="1123 752 1422 817">Vaidlustatud hologramm-märk</th></tr> <tr> <td data-bbox="810 826 1117 981">  </td><td data-bbox="1123 826 1422 981">  Taasesitamiseks klõpsake kujutist </td></tr> </table>	Varasem kujutismärk	Vaidlustatud hologramm-märk		 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Varasem kujutismärk	Vaidlustatud hologramm-märk				
	 Taasesitamiseks klõpsake kujutist				
MÕISTELINE VÕRDLUS					
Kaht hologramm-märki ning hologramm-märki ja teist liiki kaubamärki saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste.					

3. RAKENDAMINE

See ühine praktika, nagu varasemadki, jõustub kolme kuu jooksul käesoleva ühisteatise avaldamise kuupäevast. Ühise praktika rakendamise üksikasjad on tabelis allpool. Rakendavatel ametitel on õigus avaldada oma veebilehel lisateavet.

3.1. RAKENDAVAD AMETID

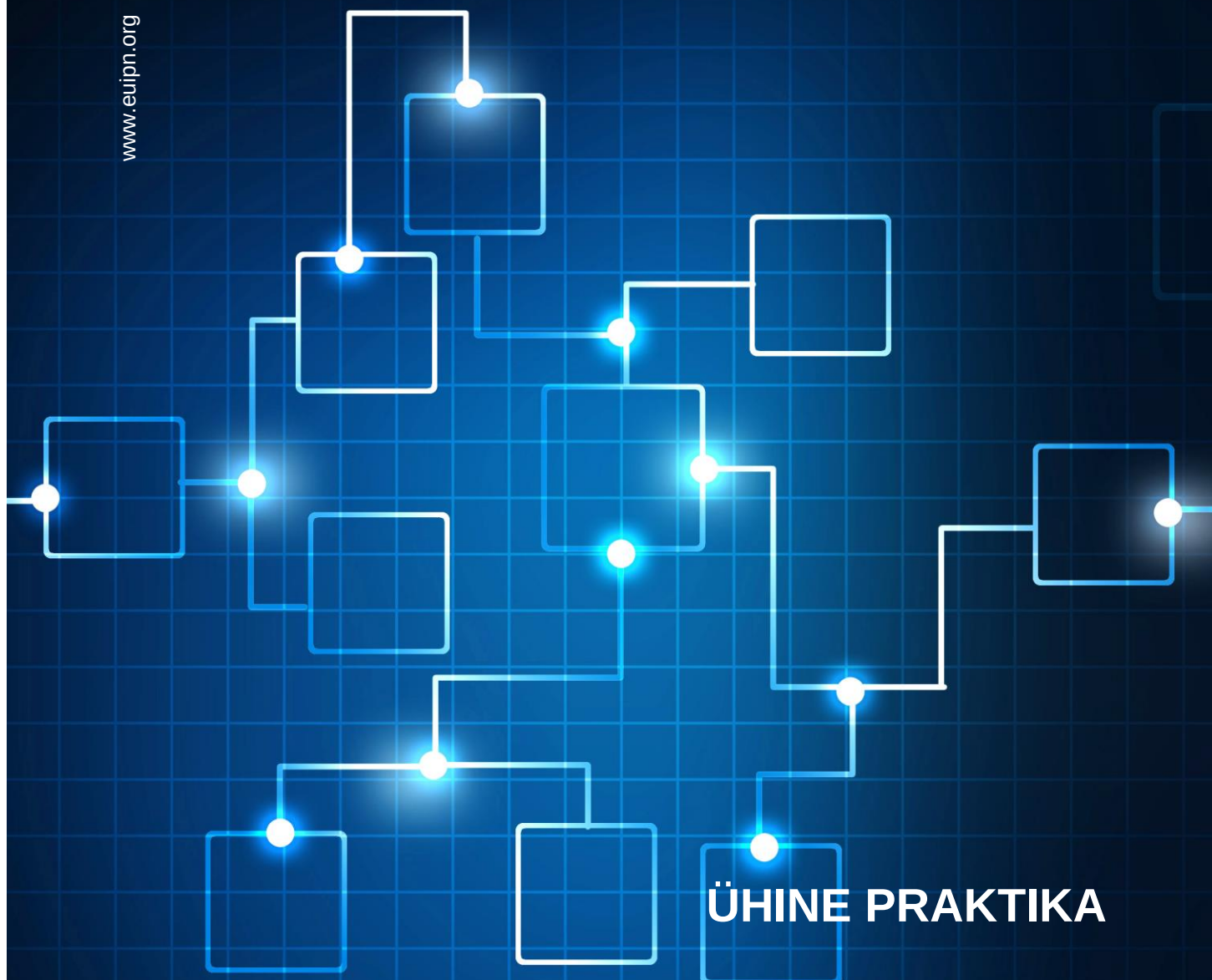
Rakendavad ametid, rakendamise kuupäevad ja erisused: [Tabeli link](#)

* Kui ühisteatise ja ühise praktika dokumentide ingliskeelne versioon ja tõlge Euroopa Liidu mis tahes ametlikku keelde erineb, peetakse ülimuslikuks ingliskeelset versiooni.

ET



www.euipn.org



ÜHINE PRAKTIKA
UUT LIIKI KAUBAMÄRGID:
VORMINÕUETE JA
KEELDUMISPÕHJUSTE
KONTROLLIMINE

APRILL 2021

CP11 – UUT LIIKI KAUBAMÄRGID: VORMINÕUETE JA KEELDUMIS- JA/VÕI KEHTETUKS TUNNISTAMISE PÕHJUSTE KONTROLLIMINE

1. SISSEJUHATUS	1
1.1. Dokumendi eesmärk	1
1.2. Taust	1
1.3. Praktika kohaldamisala	2
2. ÜHINE PRAKTIKA	3
A. VORMINÕUETE KONTROLL: ÜHISPÕHIMÕTTED	3
1. Tähis ja selle elemendid, nagu on määratletud uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatises	4
1.1. Helimärgid	4
1.2. Liikumismärgid	5
1.3. Multimeediamärgid	6
1.4. Hologramm-märgid	6
2. Üldaspektid	7
2.1. Kirjeldus	7
2.2. Kaubamärgi sõnaelementide märkimine	7
2.3. Reproduktsiooni ülimuslikkus liigi ja kirjelduse suhtes	7
2.3.1. Lahknevused reproduktsiooni ja kirjelduse vahel	7
2.3.2. Lahknevused reproduktsiooni ja liigi vahel	8
2.3.3. Lahknevused kirjelduse ja liigi vahel	8
2.4. Rohkem kui ühe kaubamärgiliigi korral kehtivad kujutamiskiisid	9
3. Prioriteedinõuete kontroll	10
3.1. Identne kaubamärgi ese	11
3.2. Erinev kaubamärgi ese	11
3.3. Erinevalt kujutatud sama liiki kaubamärgid	14
3.3.1. Helimärgid	14
3.3.2. Liikumismärgid	16
3.3.3. Hologramm-märgid	18
B. ABSOLUUTSETE KEELDUMIS- JA/VÕI KEHTETUKS TUNNISTAMISE PÕHJUSTE KONTROLLIMISE ÜHISPÕHIMÕTTED	19
1. Üldmärgused	19
2. Uut liiki kaubamärkide selguse ja täpsuse hindamine – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt a	19
3. Uut liiki kaubamärkide nõutav eristusvõime määr – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt b	21
3.1. Üldaspektid	21
3.2. Helimärgid	22

3.2.1.	Tarbija taju – helimärgid	22
3.2.2.	Olemuslikult eristusvõimelised helimärgid	22
3.2.3.	Eristusvõimetud helimärgid	24
3.3.	Liikumismärgid	26
3.3.1.	Tarbija taju – liikumismärgid	26
3.3.2.	Olemuslikult eristusvõimelised liikumismärgid	27
3.3.3.	Eristusvõimetud liikumismärgid	28
3.4.	Multimeediamärgid	30
3.4.1.	Tarbija taju – multimeediamärgid	30
3.4.2.	Olemuslikult eristusvõimelised multimeediamärgid	30
3.4.3.	Eristusvõimetud multimeediamärgid	32
3.5.	Hologramm-märgid	33
3.5.1.	Tarbija taju – hologramm-märgid	33
3.5.2.	Olemuslikult eristusvõimelised hologramm-märgid	34
3.5.3.	Eristusvõimetud hologramm-märgid	34
4.	Uut liiki kaubamärgid, mis kirjeldavad kaupu või teenuseid või nende omadusi –	
	kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt c	35
4.1.	Üldaspektid	35
4.2.	Helimärgid	36
4.3.	Liikumismärgid	36
4.4.	Multimeediamärgid	37
4.5.	Hologramm-märgid	38
5.	Tähised, mis koosnevad ainult helist, liikumisest ning pildi ja heli kombinatsioonist, mis	
	tuleneb kaupade olemusest, võib olla vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks või võib anda	
	kaubale märkimisväärse väärtuse – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt e	39
C.	SUHTELISTE KEELDUMIS- JA/VÕI KEHTETUKS TUNNISTAMISE PÕHJUSTE	
	KONTROLLIMISE ÜHISPÕHIMÕTTED	42
1.	Üldaspektid	42
2.	Identsus	43
3.	Helimärkide võrdlus	43
3.1.	Elementide kategooriad	43
3.2.	Visuaalne võrdlus	44
3.3.	Kõlaline võrdlus	44
3.4.	Mõisteline võrdlus	49
4.	Liikumismärkide võrdlus	50
4.1.	Elementide kategooriad	50
4.2.	Visuaalne võrdlus	51
4.3.	Kõlaline võrdlus	54
4.4.	Mõisteline võrdlus	55

5. Multimeediamärkide võrdlus.....	57
5.1. Elementide kategooriad	57
5.2. Visuaalne võrdlus	57
5.3. Kõlaline võrdlus	58
5.4. Mõisteline võrdlus	61
6. Hologramm-märkide võrdlus	62
6.1. Elementide kategooriad	62
6.2. Visuaalne võrdlus	62
6.3. Kõlaline võrdlus	63
6.4. Mõisteline võrdlus	64

1. SISSEJUHATUS

1.1. Dokumendi eesmärk

Selle ühise praktika dokumendi eesmärk on tuvastada üldpõhimõtted vorminõuete ja keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimiseks uut liiki kaubamärkide, nimelt heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide ning nende uute kujutamisviiside korral. See toimib EUIPO, Beneluxi ja liikmesriikide intellektuaalomandiametite (edaspidi „liikmesriikide intellektuaalomandiametid“), kasutajaühingute, taotlejate ja esindajate jaoks ühise praktika CP11 teatmematerjalina.

Uue ühise praktika aluspõhimõtete selge ja tervikliku selgitusega dokument avaldatakse ja see on kergesti kättesaadav. Põhimõtted on kavandatud nii, et neid saaks üldiselt rakendada ja hõlmaks enamikku juhtumeid. **Kuigi uut liiki kaubamärkide vorminõudeid ning keeldumispõhjusti hinnatakse alati iga kord eraldi**, toimivad need põhimõtted suunistena, et tagada, et eri liikmesriikide intellektuaalomandiametid jõuaksid sarnasele ja prognoositavale järeldusele.

Lisaks on käesoleva dokumendi näidete eesmärk näitlikustada ühise praktika põhimõtteid. Näiteid tuleb vaadelda koos vastava keeldumispõhjenduse või põhimõttega, arvestades aluseks olevaid eeldusi.

1.2. Taust

Euroopa Parlament ja nõukogu võtsid 2015. aasta detsembris vastu ELi kaubamärgi reformi paketi. Pakett sisaldas kaht õigusakti, nimelt määrust (EL) 2017/1001 (kaubamärgimäärus) ja direktiivi (EL) 2015/2436 (kaubamärgidirektiiv), mille eesmärk on veelgi lähendada liikmesriikide seadusi kaubamärkide valdkonnas. Need õigusaktid sisaldasid sisulisi ja menetluslikke küsimusi käsitlevaid uusi sätteid ning nendega loodi tugevam õiguslik alus koostööks. ELKMM artikli 151 kohaselt sai EUIPO üheks peamiseks ülesandeks koostöö liikmesriikide intellektuaalomandiametitega, et edendada kaubamärkide ja disainilahenduste valdkonnas praktika ja vahendite lähendamist; ELKMM artiklis 152 märgitakse selge sõnaga, et see koostöö peaks hõlmama ühiste ekspertiisi (kontrolli) standardite väljatöötamist ja ühiste praktikate kehtestamist.

Selle õigusraamistiku alusel leppis EUIPO haldusnõukogu 2016. aasta juunis kokku Euroopa koostööprojektide vastuvõtmise. Arvestades kaubamärgimääruses sätestatud tegevusi, töötati projektid välja eesmärgiga tugineda varasematele saavutustele, täiustades ühtlasi protsesse ja laiendades koostöö ulatust.

Lähenemise valdkonnas hõlmas see projekti, mis oli spetsiaalselt pühendatud võimalike uute ühtlustamisalgatuste leidmisele ja analüüsimisele. Projekti raames analüüsiti liikmesriikide intellektuaalomandiametite praktikaid seoses kaubamärkide ja disainilahendustega, et leida valdkonnad, kus esineb erinevusi, ning valdkonnad, kus sidusrühmadel oleks ühisest praktikast kõige rohkem kasu. Selleks hinnati ühise praktika tõenäolist mõju, võimaliku kohaldamisala otstarbekust, kehtivaid õiguslikke piiranguid, kasutajate huvi suurust ja praktilisust liikmesriikide intellektuaalomandiametitele. Analüüs toimus tsükliks, millest igaühe tulemusena esitati uue lähenemisprojekti algatamise soovitus.

Siin dokumendis kirjeldatud ühine praktika on seotud haldusnõukogu algatatud neljanda ja üldkokkuvõttes üheteistkümnenda lähenemisprojektiga. Ühine praktika CP11 oli üks kahest projektist, mille käivitamist soovitati kolmanda lähenemisanalüüsi tsükli tulemusel, mis keskendus õigusreformile ja kaubamärgidirektiiviga kehtestatud uute sätete mõjule.

CP11. Uut liiki kaubamärgid: vorminõuete ja keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimine

Projekt algas seoses direktiivi ülevõtmise toetusalgatusega, mis loodi eesmärgiga pakkuda liikmesriikide intellektuaalomandiametitele tehnilist ja õiguslikku tuge ülevõtmisel ning toetada uute sätete ühtlustatud rakendamist.

Direktiivi ülevõtmise toetusprojekti tulemusel, ühise lähtepunktina ühtlustamatuse vältimiseks ning kasutajate jaoks õiguskindluse, prognoositavuse ja kättesaadavuse parandamiseks leppisid liikmesriikide intellektuaalomandiametid 2017. aasta juunis kokku uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatise⁽¹⁾. See dokument kajastab liikmesriikide intellektuaalomandiametite kokkulepet 1) kaubamärgiliikide kohta, mida ametid kavatsevad vastu võtta, 2) uut liiki kaubamärkide määratluste ja kujutamiskiiside kohta ning 3) heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide korral vastu võetavate elektrooniliste failivormingute kohta.

Lisaks soovitati töötada välja projekt heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märke mõjutavate vorminõuete ja keeldumis- või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimise ühtlustamiseks. 2017. aasta oktoobris kiitis seejärel ettepaneku heaks lähenemisanalüüsi töörühm ning haldusnõukogu võttis selle lõplikult vastu 2018. aasta juunis.

Projekti töörühm jagunes kaheks töösuunaks.

- a) Esimene neist keskendus vorminõuete ning absoluutsete keeldumis- ja kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollile.
- b) Teine keskendus suhteliste keeldumis- ja kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollile.

Mõlemad töösuunad koosnesid liikmesriikide intellektuaalomandiametite, EUIPO ja kasutajaühingute esindajatest, kes tegid tihedat koostööd, et sõnastada ja leppida kokku põhimõtted, lähtudes piiratud hulgal kohtupraktikast uut liiki kaubamärkide kohta ning eeldatavatest ülevõtmise järgsetest tavadest.

1.3. Praktika kohaldamisala

Ühine praktika sisaldab põhimõtteid ja illustreerivaid näiteid uut liiki kaubamärkide vorminõuete ning keeldumise või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrolli kohta, arvestades graafilise kujutamise kõrvaldamise mõju uues kaubamärgidirektiivis.

Vastavalt Euroopa Kohtu kehtestatud üldpõhimõttele peaksid keeldumise või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrolli kriteeriumid olema kõigi kaubamärgiliikide korral samad. Järgides täielikult seda põhimõtet, on ühise praktika CP11 projekti töösuundade kohaldamisalas järgmised heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkidega seotud eriküsimused.

- a) Järgmised küsimused kuuluvad seoses vorminõuete ja keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimisega ühise praktika CP11-WS1 (A ja B osa) reguleerimisalasse. Eelkõige seoses järgmisega:
 - Sieckmanni kriteeriumide kohaldamine uut liiki kaubamärkidele⁽²⁾;
 - lahknevused märgi reproduktsiooni, liigi ja kirjelduse vahel;
 - prioriteedinõuete kontroll, kui vähemalt üks asjaomastest kaubamärkidest on uut liiki;
 - uut liiki märkide olemuslik eristusvõime;
 - uut liiki märkide kirjeldavus;
 - omadused, mis tulenevad kaupade olemusest, on vajalikud tehnilise tulemuse saavutamiseks või annavad kaupadele märkimisväärse väärtuse.

Järgmised küsimused, mis ei ole vahetult seotud uut liiki kaubamärkide ega/või nende uute kujutamiskiisidega, ei kuulu ühise praktika CP11-WS1 kohaldamisalasse.

- Tavapärased heli- ja liikumismärkide kujutamise viisid.
- Menetlusküsimused ja asutusesisesed haldusmenetlused seoses sellega, kuidas ja mis vahendite abil

⁽¹⁾ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euiipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_et.pdf

⁽²⁾ Vt 12/12/2002, C 273/00, Sieckmann, EU:C:2002:748, § 55.

nõutakse taotlejalt ebaselguste selgitamist või puuduste kõrvaldamist.

- Kaubamärgidirektiivi artikli 4 punktides d, f, g, h, i, j, k ja l sätestatud absoluutsete põhjuste puhul ei ole leitud uut liiki kaubamärkide osas spetsiifilisi erisusi, sest neid võib kohaldada olenemata kontrollitava kaubamärgi liigist.
 - Hindamine, kas kaubamärk on vastuolus avaliku korra või üldtunnustatud moraali põhimõtetega, on eksitav, sisaldab riikide lippe või muid embleeme või on vastuolus teiste kaitstud õigustega (päritolunimetused, geograafilised tähised, garanteeritud traditsiooniline toode, veininimetused, sordikaitse), peaks põhimõtteliselt jääma heli-, liikumis-, multimeedia- või hologramm-märkide uutest kujutamiseviisidest mõjutamata.
 - Seoses kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punktiga d lepiti kokku, et see jääb ühise praktika kohaldamisalast välja, sest järeldamiseks, et kaubamärk on muutunud „tavapäraseks“, on vaja eelnevat protsessi, mille käigus sellega harjutakse, mis tähendab, et tavapäraseks muutumisel muutub kaubamärk ka kirjeldavaks. Et seega kehtivad kirjeldavuse eeskirjad ka selle põhjuse korral, ei ole vaja seda eraldi käsitleda seoses heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkidega.
 - Keeleküsimused: ühise praktika nimel eeldatakse, et kaubamärgid, mis sisaldavad inglise keeles täielikult kirjeldavaid või eristusvõimetuid sõnaelemente, on kirjeldavad või eristusvõimelised kõigis keeltes ning on arusaadavad liikmesriikide ametitele.
- b) Ühise praktika CP11-WS2 kohaldamisalasse kuuluvad järgmised küsimused seoses suhteliste keeldumis- või kehtetuks tunnistamise kontrolliga (C osa) ning eelkõige seoses kriteeriumidega kaubamärkide võrdlemiseks heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide korral, pöörates tähelepanu eriti järgmisele:
- uut liiki kaubamärkide võrdlus;
 - teist liiki kaubamärkide ja uut liiki kaubamärkide võrdlus.

Järgmised küsimused, mis ei ole vahetult seotud uut liiki kaubamärkidega, ei kuulu ühise praktika CP11-WS2 kohaldamisalasse:

- kasutuse käigus ja/või tänu mainele tugevnenud ja/või omandatud eristusvõime hindamine: siin ühises praktikas eeldatakse, et puuduvad tõendid ja/või väited ja/või varasemad teadmised, et mõni kaubamärkidest on mainega või on kasutuse käigus omandanud tugevama eristusvõime;
- asjaomase sihtrühma ja tähelepanelikkuse määramine või määratlemine suhteliste põhjuste hindamisel;
- segiajamise tõenäosuse hindamise meetodika;
- segiajamise tõenäosuse hindamisel arvestatavate tegurite kokkuleppimine. Kuigi segiajamise tõenäosuse igakülgset hindamist võivad mõjutada paljud tegurid (nt asjaomase sihtrühma tähelepanelikkus, omavaheline sõltuvus, koosseksisteerimine, turuolukord, kaubamärkide perekond jne), ei ole ühise praktika eesmärk määrata neid tegureid.
- Eristusvõime hindamise ja kõigi muude segiajamise tõenäosuse hindamisel arvestatavate tegurite vastastikseoste kokkuleppimine.
- Samuti ei ole ühisel praktikal eesmärki määratleda või ühtlustada mõisteid „märgi eristusvõimelised ja domineerivad elemendid“, kuigi neile võidakse vajaduse korral viidata dokumendis seoses nõuetekohase visuaalse, kõlalise või mõistelise sarnasuse hindamisega asjaomase sihtrühma vaatenurgast.

2. ÜHINE PRAKTIKA

A. VORMINÕUETE KONTROLL: ÜHISPÕHIMÕTTED

Selles ühise praktika osas esitatakse põhimõtted ja antakse soovitusi seoses järgmiste teemadega:

- tähis ja selle elemendid, nagu on määratletud uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes;

- üldaspektid: kirjeldus, sõnaelementide nimetamine, reproduktsiooni, kaubamärgi liigi ja kirjelduse lahknevused, rohkem kui ühe kaubamärgiliigi korral kehtivad kujutamisiisid;
- prioriteedinõuete kontroll, kui vähemalt üks asjaomastest kaubamärkidest on uut liiki.

1. Tähis ja selle elemendid, nagu on määratletud uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatises

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatis toetab kaubamärkide klassifitseerimist, esitades kõigi kaubamärgiliikide määratluste ja kujutamisiiside kokkuvõtte⁽³⁾, lähtudes rakendusmääruse⁽⁴⁾ artiklis 3 sätestatud määratlustest ja kujutamisiisidest. Viimased neli liiki on uut liiki kaubamärgid, mida käsitletakse ühise praktika CP11 projektis (heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märgid).

Peale selle võib direktiivi 2015/2436 (kaubamärgidirektiiv) artikli 3 kohaselt esitada kaubamärki registris viisil, mis võimaldab pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada selle omanikule tagatud õiguskaitse selge ja täpse sisu. Sellega seoses on oluline, et märk oleks registreeritud asjakohases vormis, kasutades üldiselt kättesaadavat tehnoloogiat, tingimusel, et tähist saab kujutada selgelt, täpselt, iseenesest täielikult, kergesti kättesaadavalt, arusaadavalt, püsivalt ja objektiivselt.

Kui tähis vastab selgelt ühele uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatises kehtestatud määratlustest ja kujutamisiisidest, tuleb see klassifitseerida seda konkreetset liiki kaubamärgina. Seega klassifitseeritakse märk heli-, liikumis-, multimeedia- või hologramm-märgina, kui selle kujutamine on kooskõlas järgmistes jaotistes selgitatud määratluse ja omadustega ning esitatud vorming on iga konkreetse kaubamärgi jaoks asjakohane.

Tuleb märkida, et näidetega ainult illustreeritakse, milline võib olla heli-, liikumis-, multimeedia- või hologramm-märgi taotlus. Näited on näitlikud, kuid need ei pruugi vastata absoluutsete põhjuste nõuetele.

1.1. Helimärgid

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatises kehtestatud määratluse kohaselt on helimärk kaubamärk, mis koosneb üksnes helist või helikombinatsioonist, ning selle kujutamiseks esitatakse vastavat heli reprodutseeriv helifail või heli täpne esitus noodikirjas.

Eelnevast lähtudes tuleb helimärgina klassifitseerida helifailis kujutatud ja üht või mitut heli sisaldav tähis olenemata sellest, mis liiki heli selles sisaldub (näiteks helis tajutavad sõnaelemendid, loodusheli, loomahääli, meloodia jt).

Näited

Helimärgid				
				
HELMÄRK 1	HELMÄRK 2	HELMÄRK 3	HELMÄRK 4	HELMÄRK 5
Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist

⁽³⁾ https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/Annex_1_et.pdf

⁽⁴⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R1431&from=ET>

Euroopa Kohtu otsuses (27/11/2003, C 283/01, Musical notation-Shield Mark, EU:C:2003:641) märgitakse seoses noodikirjas heli täpse kujutamise järgmist:

noodijoonestik (mis jaguneb taktideks ja millel on muu hulgas kujutatud noodivõti, helivälist näitavad noodid ja pausid ning vajadusel alteratsioonimärgid – need märgid koos määravad heli kõrguse ja vältuse) võib kujutada tõetruult helijada, mis moodustab meloodia, mille registreerimist taotletakse. Selline heli graafiline esitusviis vastab Euroopa Kohtu kohtupraktikast tulenevatele nõuetele, mille kohaselt peab esitus olema selge, täpne, iseenesest täielik, kergesti äratuntav, arusaadav, püsiv ja objektiivne.

Seega tähendab „täpne noodikirj“, et kujutis peab hõlmama kõiki elemente, mida on vaja õiguskaitse sisu selgeks ja täpseks määratlemiseks. Need nõuded on täidetud, kui helimärki on kujutatud taktidesse jaotatud noodijoonestikuga, millel on näidatud eelkõige noodivõti ja kõik meloodia taasesitamiseks vajalikud noodid.

Meloodia tempo ehk kiiruse ja pillide märkimine ei ole kohustuslik. Nende elementide märkimata jätmine toob siiski kaasa prioriteedinõudest keeldumise, kui esitatud taotluste failivormingud ei ole samad (vt selle dokumendi punkti 3.3.1 – prioriteedinõuete kontrollimine). Samuti võib see mõjutada suhteliste keeldumise- ja kehtetuks tunnistamise põhjuste hindamist, kui kaubamärgi eseme identsuse hindamine või võrdlus hõlmab graafiliselt kujutatud helimärke.

1.2. Liikumismärgid

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes kehtestatud määratluse järgi on liikumismärk kaubamärk, mis koosneb märgielementide liikumisest või asukohavahetusest või laieneb sellele, ning selle kujutamiseks esitatakse liikumist või asukohavahetust kujutav videofail või stoppkaadrite jada.

See määratlus ei piira liikumismärke ainult liikumist kujutavate kaubamärkidega. Kaubamärk võib kvalifitseeruda liikumismärgina ka siis, kui see suudab näidata elementide paigutuse muutumist (näiteks stoppkaadrite jada), värvimuutust või elementide vahetust, mida mõistetakse kui ühe kujutise asendumist teisega.

Selle kohaselt tuleb liikumismärgina klassifitseerida videofail, mis koosneb ilma helita kujutis(t)est, milles on võimalik tuvastada liikumine, märgielementide asukohavahetus, värvimuutus või elementide vahetus.

Kui liikumismärki kujutatakse järjestikuste stoppkaadrite jadana, mis kujutab liikumist või asukohavahetust, võidakse nõuda liikumise kestuse, korduste ja kiiruse märkimist kirjelduses.

Seega võib neid elemente selgitava kirjelduse puudumine tuua kaasa prioriteedinõude tagasilükkamise, kui esitatud taotluste failivormingud ei ole samad. Kui prioriteedinõude korral on järgnev taotlus kujutatud stoppkaadrite jadana, võidakse nõuda kirjeldust, et tagada kaubamärgi eseme identsus (nt kestus, kiirus, kordused) (selle dokumendi punkt 3.3.2 – prioriteedinõuete kontrollimine). Samuti võib see mõjutada suhteliste keeldumise- ja kehtetuks tunnistamise põhjuste hindamist, kui kaubamärgi eseme identsuse hindamine või võrdlus hõlmab graafiliselt kujutatud liikumismärke.

Näited

Liikumismärgid		
GERIVAN LIIKUMISMÄRK 1 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 2 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 3 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

 LIKUMISMÄRK 4 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 5 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 6 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
---	---	---

1.3. Multimeediamärgid

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes kehtestatud määratluse kohaselt on multimeediamärk kaubamärk, mis koosneb pildi ja heli kombinatsioonist või laieneb sellele. Multimeediamärkide kujutamiseks esitatakse audiovisuaalfail.

Seega tuleb audiovisuaalfail, mis koosneb visuaal- ja helielementidest, klassifitseerida multimeediamärgina.

Kui failis esineb must või valge ekraan koos heliga, ei välista see märgi klassifitseerimist multimeediamärgina, samuti mitte see, kui esitatakse kujutis koos osaliselt puuduva heliga.

Näited

Multimeediamärgid	
 MULTIMEEDIAMÄRK 1 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 2 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

1.4. Hologramm-märgid

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes kehtestatud määratluse kohaselt on hologramm-märk kaubamärk, mis koosneb holograafilistest elementidest. Seega on hologramm kujutis, mille nähtav kuju muutub eri nurkade alt vaatamisel. Näide:

1. Hologramm võib olla lame füüsiline struktuur, mis tekitab visuaalseid kujutisi valguse difraktsiooni abil. Selle lame pind näib õige valgustatuse korral sisaldavat ruumilist kujutist või muid visuaalefekte. Sel juhul on ruumiline efekt tegelikult lame visuaalne efekt, mida inimese aju tajub ruumilisena.
2. Hologramm võib olla valgusväljade kuvamise teel kuvatav objekti digitaalne projektsioon või visualiseering. Nende abil võib ruumilisi objekte ja objektikogumeid sellistena visualiseerida ja näha. Neid elutruid kujutisi on võimalik näha, kuid mitte puudutada.

Seega näitavad hologramm-märgid täiendavaid visuaalseid efekte, mida teised kaubamärgiliigid näidata ei suuda. Seoses sellega võivad holograafilised omadused olla mõni järgmistest:

- kujutise vahetamise efekt; kujutise morfirmise efekt;
- ruumiline mahuefekt, näiteks kujutis, mis näib ilmutavat;
- ruumiline sügavusefekt, näiteks kujutisel näib olevat sügavus;
- pöörlevad ja/või liikuvad ruumilised elemendid digitaalsetes hologrammides;
- digitaalselt visualiseeritud efektid, näiteks LED-ekraanil.

Hologramm-märgi kujutamiseks esitatakse videofail (nt MP4) või graafiliste või fotokujutiste jada, mis sisaldab kõiki vajalikke vaateid holograafilise efekti piisavaks tuvastamiseks.

Kui hologramm-märki kujutatakse järjestikuste graafiliste või fotokujutiste jadana, peavad kujutised näitama kõiki vaateid eri nurkade alt, mida on vaja, et piisavalt tuvastada terviklik holograafiline efekt, eelkõige ruumilise kujutise kõrgus, laius, sügavus- ja/või morformisefektid.

Näited

Hologramm-märgid	
 HOLOGRAMM-MÄRK 1 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 2 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

2. Üldaspektid

2.1. Kirjeldus

Kaubamärgi kujutist võib täiendada märgi kirjeldusega, kui asjakohane, mis aitab selgitada kaubamärgi eset ja taotletava kaitse ulatust⁽⁵⁾. Kui uut liiki kaubamärgi (heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märgid) reproduktiooni juurde kuulub kirjeldus, peab see olema vastavuses kaubamärgi reproduktiooniga ega tohi olla sellega vastuolus või laiendada selle ulatust.

Uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes märgitakse, et liikumis-, asendi-, mustri-, värvi- ja muu märgi reproduktioonile võib lisada kirjelduse⁽⁶⁾. See ei välista võimalust, et mõni amet võtab vastu ka teist liiki kaubamärkidele lisatud kirjeldusi.

2.2. Kaubamärgi sõnaelementide märkimine

Liikumis- ja hologramm-märkides võivad sõnaelemendid olla kujutatud visuaalselt, samuti võivad sõnaelemendid sisalduda helimärkides. Helimärkide korral on määrav sõna kõlaline mulje. Multimeediamärkides võivad sõnaelemendid olla kõlalised ja/või visuaalsed.

Seega on iga andmeväli, kus nõutakse kaubamärgi sõnaelementide nimetamist, mõeldud ainult otsinguks ega laienda mingil juhul kaubamärgi reproduktiooniga määratletud kaitse ulatust.

2.3. Reproduktiooni ülimuslikkus liigi ja kirjelduse suhtes

Kui kaubamärgi reproduktioonile on lisatud märke kaubamärgi liigi kohta ja/või kaubamärgi kirjeldus, peavad need olema kooskõlas kaubamärgi reproduktiooniga.

Kui kaubamärgi reproduktiooni ning liigi ja/või kirjelduse vahel on vastuolu või lahknevus, on kaubamärgi kujutis seega alati ülimuslik.

2.3.1. Lahknevused reproduktiooni ja kirjelduse vahel

Kui kaubamärgi kirjelduse ja reproduktiooni vahel on lahknevus, on oluline roll taotleja valitud liigil. Kui kaubamärgiliik on reproduktiooniga kooskõlas, tuleb kirjeldus kustutada või seda muuta nii, et see oleks reproduktiooniga kooskõlas.

⁽⁵⁾ Vt 27/03/2019, C-578/17, Hartwall, EU:C:2019:261, § 39; 27/11/2003, C-283/01, Musical Notation-Shield Mark, EU:C:2003:641, § 59 ja näitena kohtuotsus, 24/06/2004, C 49/02, Blau/Gelb, EU:C:2004:384, § 34.

⁽⁶⁾ Vt eri kaubamärgiliikide määratlused ja kujutamiskiisid, nagu on kehtestatud uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes.

Näide

Valitud kaubamärgiliik: liikumismärk	Põhjendus
Märgi kujutis  LAHKNEVUS 1 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Vastuolus on märgi kirjeldus, mis kirjeldab haukuvat koera, ning märgi reproduktsioon, milleks on videofail liikuvast lehmast ilma helita. Taotleja valitud kaubamärgiliik on sellegipoolest märgi kujutisega kooskõlas. Sel põhjusel on kaubamärgiliik kirjeldusest kaalukam ja seetõttu võetaks märk liikumismärgina vastu ning taotleja peaks vale kirjelduse kustutama või muutma seda nii, et see oleks märgi reproduktsiooniga kooskõlas.
Kirjeldus: haukuv koer	
Vastu võetav kaubamärgiliik: liikumismärk	

2.3.2. Lahknevused reproduktsiooni ja liigi vahel

Kui kaubamärgiliigi ja reproduktsiooni vahel on lahknevusi, on samuti ülimuslik kaubamärgi reproduktsioon, kui see on konkreetse kaubamärgiliigi kujutamiseks vastuvõetavas vormis.

Lisaks märgitakse kohtuotsuses 27/03/2019, C 578/17, Hartwall, EU:C:2019:261:

kui kaubamärgi registreerimistaotluses esineb vastuolu sellise tähise, mis kaitset taotledes on esitatud kujutisena, ning kaubamärgitaotleja esitatud liigituse vahel, mis seetõttu muudab võimalikuks kaubamärgiõiguse alusel kaubamärgi eseme ja selle kaitse ulatuse täpse kindlaksmääramise, peab pädev asutus keelduma kõnealuse kaubamärgi registreerimisest, tuues põhjuseks kaubamärgitaotluse selguse ja täpsuse puudumise⁽⁷⁾.

Näide

Valitud kaubamärgiliik: multimeediamärk	Põhjendus
Märgi kujutis  LAHKNEVUS 2 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Vastuolus on valitud kaubamärgiliik (multimeediamärk) ja reproduktsioon, mis koosneb liikuva koera kujutisest. Et see on liikumismärgi mõistes sobiv reproduktsioon, oleks märk vastuvõetav liikumismärgina.
Vastu võetav kaubamärgiliik: liikumismärk	

2.3.3. Lahknevused kirjelduse ja liigi vahel

Kui lahknevus on kaubamärgi kirjelduse ja taotlusel valitud liigi vahel, on ülimuslik kirjeldus, kui see on kooskõlas kaubamärgi reproduktsiooniga.

⁽⁷⁾ Vt 27/03/2019, C 578/17, Hartwall, EU:C:2019:261, § 40.

Näide

Valitud kaubamärgiliik: multimeediamärk	Põhjendus
Märgi kujutis  LAHKNEVUS 3 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Vastuolus on märgi kirjeldus, milles räägitakse halli noole asukohavahetusest, ning valitud kaubamärgiliik (multimeediamärk). Sellegipoolest on kirjeldus ja reproduktsioon kooskõlas, sest mõlemad koosnevad halli noole liikumisest. Sel põhjusel on kirjeldus valitud liigi suhtes ülimuslik ning kaubamärk võetaks vastu liikumismärgina.
Kirjeldus: liikumine, milles hall nool vahetab järk-järgult asukohta vasakust alanurgast paremasse ülanurka, kogu liikumine kestab 4 sekundit.	
Vastu võetav kaubamärgiliik: liikumismärk	

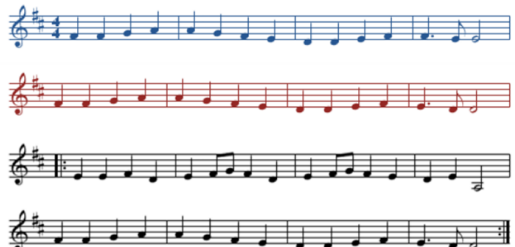
2.4. Rohkem kui ühe kaubamärgiliigi korral kehtivad kujutamiskiisid

Registris traditsiooniliste kaubamärkide⁽⁸⁾ kujutamiseks ei tohiks kasutada uusi failivorminguid (nt elektroonilisi heli- või videofaile, nii et näiteks videofail ei ole vastuvõetav sõnamärgi kujutamise meetod, isegi kui see sisaldab ainult sõna enda liikumatut kujutist).

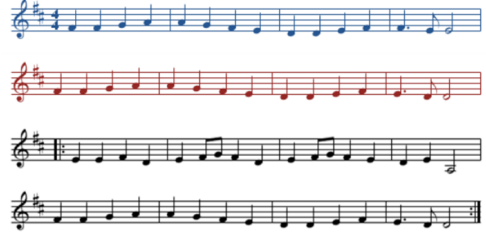
Uued failivormingud võivad siiski olla vastuvõetavad rohkem kui ühe uue kaubamärgiliigi korral, näiteks elektroonilised videofailid on vastuvõetavad liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide kujutamiseks ning kujutisfail on lubatud heli- või kujutismärkide taotlemisel. Selles osas võetakse kaubamärgitaotlusi vastu vastavalt taotleja valitud kaubamärgiliigile, kui reproduktsioon on kooskõlas konkreetse liigi juriidiliste nõuetega, ning kaubamärgi kaitse ulatus ja kaubamärgi ese olenevad vastuvõetud kaubamärgiliigist.

Seega võib graafiliselt kujutatud helimärgi (nt noodikiri kujutisfailis) võtta vastu kujutismärgina, kui see on taotleja valitud liik ning muu teave ei näita, et ta oleks soovinud taotleda muud liiki kaubamärki. Sellises olukorras ei kata registreeringuga pakutav kaitse mitte heli ennast, vaid märgis sisalduvaid kujutiselemente.

Näited

Valitud kaubamärgiliik: helimärgid	
Märgi reproduktsioon 	Märgi reproduktsioon 
Vastuvõetavad kaubamärgiliigid: helimärgid	

⁽⁸⁾ Käesolevas dokumendis tähendab „traditsiooniline kaubamärk“ ainult sõnamärke, puhtalt kujutismärke ja kombineeritud märke (sõna- ja kujutiselementide kombinatsioonid).

Valitud kaubamärgiliik: kujutismärgid	
Märgi reproduktsioon 	Märgi reproduktsioon 
Vastuvõetavad kaubamärgiliigid: kujutismärgid	

Sarnaselt saab graafiliselt (nt stoppkaadrite jadana) kujutatud liikumismärgi võtta vastu kujutismärgina, kui taotleja on valinud selle kaubamärgiliigi ning muu teave ei näita, et ta oleks soovinud taotleda muud liiki.

Näited

Valitud kaubamärgiliik: liikumismärk	
Märgi reproduktsioon 	
Vastu võetav kaubamärgiliik: liikumismärk	

Valitud kaubamärgiliik: kujutismärk	
Märgi reproduktsioon 	
Vastuvõetav kaubamärgiliik: kujutismärk	

3. Prioriteedinõuete kontroll

Samad põhimõtted, mida kohaldatakse traditsiooniliste kaubamärkide suhtes seoses prioriteedinõuete kontrollimisega, kehtivad ka uut liiki kaubamärkide korral, arvestades mõningaid erisusi, mida käsitletakse järgmistes punktides. Lisaks loetakse tähis kaubamärgiga samaks ainult siis, kui selles reprodutseeritakse ilma muudatuste või täiendusteta kõik kaubamärgi moodustavad elemendid või kui see sisaldab tervikuna vaadelduna nii väheolulisi erinevusi, et need võivad jääda keskmisele tarbijale märkamatuks⁽⁹⁾. Sellega

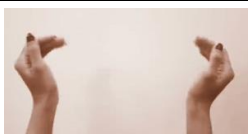
⁽⁹⁾ Vt 20/03/2003, C-291/00, Arthur et Félicie, EU:C:2003:169, § 54.

seoses tuleb märkida, et kahe kaubamärgi väheoluline erinevus on erinevus, mida mõistlikult tähelepanelik tarbija tajuks ainult kaubamärkide kõrvuti uurimisel.

3.1. Identne kaubamärgi ese

Kaks kaubamärki loetakse prioriteedinõuete kontrollimise seisukohast identseks, kui kaubamärgi ja kaitse ese on olenemata vormist samad. Lisaks võib prioriteedi aktsepteerida, kui järgnev taotlus on teist liiki kaubamärk, kuid kaubamärgi ese on sama.

Näide

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 MUU MÄRK 1 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 3 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Muu märk	Multimeediamärk
Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest mõlema taotluse ese on sama, kuigi liigid erinevad.	

3.2. Erinev kaubamärgi ese

Kui prioriteedinõue puudutab kaht kaubamärki, mille ese on erinev (nt kui üks taotlus sisaldab elemente, mida teises ei ole), siis olenemata nende vormist või valitud kaubamärgiliigist loetakse kaubamärgid erinevaks ja sellest tulenevalt lükatakse prioriteedinõue tagasi.

Näited kaubamärgiliikide kaupa

a) Helimärgid

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 6 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 7 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest meloodiat mängitakse eri pillidel ja seepärast on taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 8 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 9 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest esmases taotluses on meloodia tempo palju aeglasem kui järgnevas. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 10 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 11 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnevas taotluses ei ole rütm sama kui esmases taotluses. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 12 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 13 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest taotlus sisaldab kolme piiksuga heli, kuid järgnev taotlus kuue piiksuga heli. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

b) Liikumismärgid

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 MULTIMEEDIAMÄRK 4 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Liikumismärk	Multimeediamärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnev taotlus sisaldab heli, mida esmases taotluses ei olnud. Lisaks ei kujuta taotlus järgnevas taotluses kujutatud täielikku käte plaksutamise liikumist, nimelt 11 korduvat plaksu. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 LIIKUMISMÄRK 7 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 8 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest käte plaksutamise kiirus ja korduste arv on esmases ja järgnevas taotluses erinev. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 LIIKUMISMÄRK 9 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 10 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest taotlus koosneb noolest, mis liigub ühest nurgast ja peatub kaadri keskel, kuid järgnev taotlus koosneb noolest, mis liigub kaadri ühest nurgast teise. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 Kujutismärk	 LIIKUMISMÄRK 11 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest mõlemad taotlused koosnevad samast lehmakujutisest, kuid järgnev taotlus sisaldab lehma suu liikumist, mida esimeses taotluses ei ole. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

c) Multimeediamärgid

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 MULTIMEEDIAMÄRK 5 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 14 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Multimeediamärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest taotlus koosneb kujutisest ja helist, järgnev taotlus sisaldab sama heli, kuid kujutiseta. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 MULTIMEEDIAMÄRK 6 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 7 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Multimeediamärk	Multimeediamärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest mõlemad taotlused sisaldavad sama kujutist, kuid teistsugust heli ja liikumist. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 GERIVAN MULTIMEEDIAMÄRK 8 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 9 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Multimeediamärk	Multimeediamärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest mõlemas taotluses on sama heli, kuid järgnev taotlus ei sisalda kõiki esmases sisalduvaid elemente, nimelt sõnaelementi „Gerivan“. Seega on taotluste ese erinev.	

d) Hologramm-märgid

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HOLOGRAMM-MÄRK 3 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 4 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Hologramm-märk	Hologramm-märk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest holograafilise efekti sügavus järgnevas taotluses ei ole sama kui esmases taotluses. Seega on taotluste ese erinev.	

3.3. Erinevalt kujutatud sama liiki kaubamärgid⁽¹⁰⁾

3.3.1. Helimärgid

Prioriteedinõuded võetakse vastu ainult siis, kui kõik esmases taotluses sisalduvad elemendid on olemas ka järgnevas taotluses.

Prioriteedinõuded, kus üks taotlus on kujutatud noodikirjas (nt JPEG) ja teine on kujutatud helifailis (nt MP3), võetakse seetõttu vastu ainult siis, kui kõik helifailis sisalduvad elemendid⁽¹¹⁾ on esitatud ka noodikirjas.

Kui mõni neist elementidest puudub, ei ole kaubamärgid samad ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.

Näited

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 15 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 15 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk

⁽¹⁰⁾ Kui helimärgid on kujutatud erinevalt, tuleb prioriteedinõude korral kontrollida uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatise lisa, milles on nimetatud igas intellektuaalomandiametis vastu võetavad failivormingud.

⁽¹¹⁾ Vt A osa – punkt 1.1 – helimärgid – graafiliselt kujutatud helimärgi selguse ja täpsuse jaoks vajalikud elemendid.

Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest MP3-faili meloodia on sama kui noodikirjas esitatud meloodia ning helifailis on olemas kõik noodikirjas esitatud elemendid, nimelt taktid, noodivõtmed ning helivältust näitavad noodid ja pausid (need märgid koos määravad heli kõrguse ja vältuse), ning pill (klaver) ja meloodia tempo.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 16 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Helimärk
Helimärk	Helimärk

Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest noodikirjas esitatud meloodia on sama mis MP3-faili meloodia ning helifailis on olemas kõik noodikirjas esitatud elemendid, nimelt taktid, noodivõtmed ning helivältust näitavad noodid ja pausid (need märgid koos määravad heli kõrguse ja vältuse), ning pill (klaver) ja meloodia tempo.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HELMÄRK 17 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 Helimärk
Helimärk	Helimärk

Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnev taotlus ei sisalda kõiki elemente, mis sisalduvad helifailis, nimelt pilli. Seega ei ole esitatud taotluste ese sama.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 Helimärk	 HELMÄRK 18 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk

Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnevas taotluses sisalduv meloodia sisaldab koera haukumise heli, mida esimeses taotluses ei ole. Seega ei ole esitatud taotluste ese sama.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 Helimärk	 HELMÄRK 19 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk

Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnevas taotluses sisalduv meloodia sisaldab häält, mis ütleb sõna „Gerivan“, mida esimeses taotluses ei ole. Seega ei ole esitatud taotluste ese sama.

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 HELMÄRK 20 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest noodikirjas ei ole märgitud kõiki helifailis sisalduvaid elemente, nimelt pilli, millel meloodiat mängitakse (praegusel juhul klaver), ning taotlus vastab ainult osaliselt järgnevale taotlusele, mis sisaldab lisanõute. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 HELMÄRK 21 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest noodikirjas ei ole märgitud kõiki helifailis sisalduvaid elemente, nimelt pilli, millel meloodiat mängitakse (praegusel juhul viola (pizzicato)). Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 HELMÄRK 22 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Helimärk	Helimärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest noodikirjas ei ole märgitud kõiki helifailis sisalduvaid elemente, nimelt meloodia tempo. Seega on esitatud taotluste ese erinev.	

3.3.2. Liikumismärgid

Prioriteedinõuded, milles üks taotlus on kujutatud stoppkaadrite jadana (nt JPEG) ning teine on kujutatud videofailina (nt MP4), võetakse vastu ainult siis, kui kõik videofaili elemendid ja nende täielik liikumine on stoppkaadrite jadas selgelt tuvastatav. Kui järgnev taotlus on kujutatud stoppkaadrite jadana, võidakse nõuda kirjeldust, et tagada kaubamärgi eseme identsus (nt kestus, kiirus, kordused).

Kui mõni neist elementidest puudub ja täielikku liikumist ei saa selgelt tuvastada, ei ole kaubamärgid identsed ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.

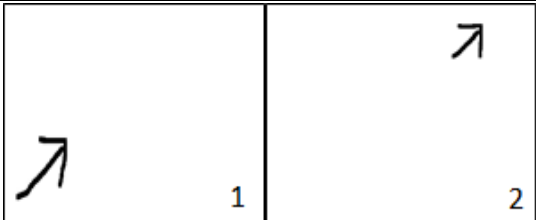
Näited

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 LIKUMISMÄRK 12	

Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
	Kirjeldus: see liikumine koosneb poolesekundiliste vaheaegadega ilmuvate stoppkaadrite sisust.
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest esmase taotluse videofailis sisalduva liikumismärgi täielik liikumine on selgelt olemas järgneva taotluse stoppkaadrite jadas, mis näitab täpselt sama kuut kujutist kui need, mis ilmuvad videofailis.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 LIKUMISMÄRK 13 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Kirjeldus: see liikumine koosneb poolesekundiliste vaheaegadega ilmuvate stoppkaadrite sisust.	
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest esmases taotluses kujutatud täielik liikumine, mis koosneb kuue stoppkaadri jadast, on selgelt tuvastatav videofailis.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 LIKUMISMÄRK 14 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest järgnev taotlus ei kujuta käte plaksutamise täielikku liikumist, nimelt plaksude 18 kordust, ning plaksude kiirus ja videofaili kestus ei ole järgnevas taotluses märgitud, lisaks puudub kogu liikumist selgitav kirjeldus.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
	 LIKUMISMÄRK 15 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Liikumismärk	Liikumismärk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest taotlus kujutab ainult noolt kahes asukohas ja järgneva taotluse videofailis nähtavat noole liikumist ei ole esmase taotluse stoppkaadrite jadas täielikult näha.	

3.3.3. Hologramm-märgid

Prioriteedinõuded, milles üks taotlus on hologramm kujutatuna graafiliste või fotokujutiste jadana (kujutisfailid, nt JPEG) ning teine on kujutatud videofailina (nt MP4) võetakse vastu ainult siis, kui kõik videofaili elemendid ja holograafilise efekti etapid on graafiliste või fotokujutiste jadas selgelt olemas.

Kui mõnd neist elementidest või holograafilise efekti etappe ei saa selgelt tuvastada, ei ole kaubamärgid samad ning prioriteedinõue lükatakse tagasi.

Näited

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HOLOGRAMM-MÄRK 5 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
Hologramm-märk	Hologramm-märk
Põhjendus: prioriteedinõue võetakse vastu, sest kõik videofailis sisalduvad elemendid ja holograafilise efekti etapid, eelkõige struktuuri sügavus ja ilmuv sõnaelement on selgelt olemas järgneva taotluse fotokujutiste jadas.	

Esmane taotlus	Järgnev taotlus
 HOLOGRAMM-MÄRK 6 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
Hologramm-märk	Hologramm-märk
Põhjendus: prioriteedinõue lükatakse tagasi, sest videofailis sisalduvad holograafilise efekti etapid, nimelt ruumilise struktuuri sügavus ja ilmuv sõnaelement ei ole tuvastatavad järgneva taotluse fotokujutiste jadas.	

B. ABSOLUUTSETE KEELDUMIS- JA/VÕI KEHTETUKS TUNNISTAMISE PÕHJUSTE KONTROLLIMISE ÜHISPÕHIMÕTTED

Selles ühise praktika osas esitatakse põhimõtted ja soovitused seoses selliste absoluutsete keeldumis- ja/või kehtetuks tunnistamise põhjuste kontrollimisega, mille puhul esineb heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide osas erisusi, eelkõige järgmisega:

- uut liiki kaubamärkide selguse ja täpsuse hindamine – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt a;
- uut liiki kaubamärkide nõutav eristusvõime määra – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt b;
- uut liiki kaubamärgid, mis kirjeldavad kaupu või teenuseid või nende omadusi – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt d;
- tähised, mis koosnevad ainult helist, liikumisest ning pildi ja heli kombinatsioonist, mis tuleneb kaupade olemusest, võib olla vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks või võib anda kaubale märkimisväärse väärtuse – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt e.

1. Üldmärkused

Üks peamisi uue kaubamärgidirektiiviga tehtud muudatusi oli direktiivi artiklis 3 kaubamärgi määratlusest „graafilise kujutise“ nõude kaotamine.

Sellel loodi võimalus võtta vastu uusi uutes failivormingutes esitatud kaubamärke, mida riikide või piirkondade süsteemid varem ei võimaldanud. Samuti lihtsustas ja täpsustas see mõne juba vastuvõetava kaubamärgiliigi kujutamist. Eelnevast lähtudes leppisid liikmesriikide intellektuaalomandiametid uut liiki kaubamärkide suhtes kokku ühe vormingu käsitlemise, välistamata lisavormingute vastuvõtmist. Kõik need on märgitud uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes⁽¹²⁾.

Vaatamata võimalusele kujutada neid uut liiki kaubamärke eri vormingutes, peab absoluutsete keeldumispõhjuste kontrolli tulemus olema sama.

2. Uut liiki kaubamärkide selguse ja täpsuse hindamine – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt a

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti a kohaselt ei registreerita kaubamärgina „tähist, millest kaubamärk ei saa koosneda“ ja kui nad on registreeritud, kuuluvad need kehtetuks tunnistamisele.

See artikkel kajastab liikmesriikide intellektuaalomandiametite kohustust keelduda tähistest, mis ei vasta direktiivi artikli 3 nõuetele. Et taotlus saaks kujutada kaubamärki, peab see vastama kolmele tingimusele:

- see peab olema tähis;
- sellel peab olema võime eristada ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teiste omadest;
- seda peab olema võimalik kujutada registris viisil, mis võimaldab pädevatel asutustel ja üldsusel teha kindlaks kaitse selge ja täpse sisu.

See artikkel kajastab liikmesriikide intellektuaalomandiametite kohustust keelduda tähistest, mille kujutis ei ole selge ja täpne. Selles osas tuleb uut liiki kaubamärgi kujutist hinnata, et saada teada, kas see võimaldab pädevatel ametiasutustel ja üldsusel teha kindlaks kaitse selge ja täpse sisu ning kas see saab seega olla kaubamärk.

See tähendab, et tähis loetakse selgeks ja täpseks, kui see on kujutatud mis tahes asjakohases vormis, kasutades üldiselt kättesaadavaid tehnoloogiaid, tingimusel, et tähist on võimalik kujutada ka iseenesest täielikul, kergesti kättesaadaval, arusaadaval, püsival ja objektiivsel viisil olenemata sellest, kas sellel on

⁽¹²⁾https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_et.pdf – vt tabelid 2 ja 6.

mõiste. See käsitlusviis on kooskõlas põhimõttega, et sõna- või kujutismärgil ei pea olema tähendust või see ei pea sisaldama tuvastatavaid kujutisi, kui see suudab täita kaubamärgi funktsiooni ning seega toimida päritolu tähisena.

Lisaks tuleb kaubamärgi taotluse kontrollimisel arvestada kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti a alusel kaubamärgi tagasilükkamise õiguslikke tagajärgi. Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõikes 4 märgitakse: „Kaubamärgi registreerimisest ei keelduta vastavalt lõike 1 punktile b, c või d, kui kaubamärk on enne registreerimistaotluse esitamise kuupäeva omandanud kasutamise käigus eristusvõime.“ Sellest tuleneb, et kui taotlus lükatakse tagasi punkti a põhjal, ei kontrollita muid absoluutseid keeldumispõhjust, nii et keeldumispõhjust ei saa kõrvaldada kasutamise käigus omandatud eristusvõime alusel.

Järgmised heli-, liikumis- ja multimeediamärkide näited on esitatud kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti a alusel selguse ja täpsuse hindamiseks. Samad kaalutlused kehtivad hologramm-märkide korral. Siinsed näited ei pruugi olla kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti b kohaselt eristusvõimelised.

a) Helimärgid

Selged ja täpsed helimärgid	
Helimärgid	Põhjendus
 HELMÄRK 23 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Kuigi helis tajutaval sõnaelemendil ei ole tähendust, võimaldab helimärgi reproduktsioon pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada kaitse selge ja täpse sisu.</i>
 HELMÄRK 24 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Kuigi failis võib korraga tajuda palju eri helisid, võimaldab helimärgi reproduktsioon pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada kaitse selge ja täpse sisu.</i>

b) Liikumismärgid

Selged ja täpsed liikumismärgid	
Liikumismärgid	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 16 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Kuigi liikumismärgi reproduktsioon koosneb hägustatud kujutisest, võimaldab see pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada kaitse selge ja täpse sisu.</i>
 LIIKUMISMÄRK 17 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Kuigi liikumismärgi reproduktsioon koosneb tuvastamatutest kujutistest, võimaldab see pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada kaitse selge ja täpse sisu.</i>

c) Multimeediamärgid

Selge ja täpne multimeediamärk	
Multimeediamärk	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 10 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Kuigi selle multimeediamärgi reproduktsioon koosneb hägustatud kujutisest ja kuigi helis tajutaval sõnaelemendil ei ole tähendust, võimaldab see esitus pädevatel ametiasutustel ja üldsusel tuvastada kaitse selge ja täpse sisu.</i>

3. Uut liiki kaubamärkide nõutav eristusvõime määr – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt b

3.1. Üldaspektid

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti b kohaselt ei registreerita „kaubamärke, mis ei ole teistest eristatavad“, ja kui nad on registreeritud, kuuluvad need kehtetuks tunnistamisele.

Arvestades artikli sisu, peab mis tahes liiki kaubamärgi vastuvõetavus sõltuma sellest, kas see on iseenesest eristusvõimeline. Sellega seoses tuleb rõhutada, et uut liiki kaubamärkide nõutava eristusvõime hindamisel tuleb kohaldada ka traditsiooniliste kaubamärgiliikide eristusvõime hindamise üldkriteeriume.

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tähendab eristusvõime, et tähis peab suutma täita kaubamärgi peamist funktsiooni. Seega peab tähis tuvastama toote ja/või teenuse, mille jaoks kaubamärki taotletakse, et tarbija saaks eristada seda toodet ja/või teenust teiste ettevõtjate omadest⁽¹³⁾. Sellist eristumisvõimet saab hinnata ainult esiteks lähtuvalt kaupadest ja teenustest, mille jaoks registreerimist taotletakse, ning teiseks lähtuvalt sellest, kuidas asjaomane sihtrühm tähist tajub⁽¹⁴⁾.

Kuigi eristumisvõime hindamise kriteeriumid on kaubamärkide eri kategooriatel samad, võib siiski nende kohaldamisel ilmned, et asjaomase sihtrühma taju ei pruugi olla iga kategooria suhtes sama. Peale selle tuleneb väljakujunenud kohtupraktikast, et kaubamärgi tajumist mõjutab sihtrühma tähelepanu tase, mis on eri kaupade või teenuste korral tõenäoliselt erinev.

Tuleb märkida, et uut liiki kaubamärgid ei pruugi olla kinnitatud kaupadele või olla koos kaupade ja/või teenustega kasutusel samamoodi kui traditsioonilised kaubamärgid. Tarbija võib kokku puutuda uut liiki kaubamärkidega näiteks reklaamitegevuses. Selline kasutus ei pruugi kaubamärgi eristumisvõimet vähendada.

Kuigi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõikes 1 sätestatud iga keeldumispõhjus on sõltumatu ja vajab eraldi kontrollimist, on sama artikli lõike 1 punktides b ja c sätestatud keeldumispõhjuste vahel selge kattumine. Eelkõige on kohtupraktikast selge, et sõnamärgil, mis kirjeldab kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti c mõttes kauba või teenuse omadusi, puudub samade kaupade ja/või teenuste suhtes kindlasti eristusvõime sama artikli 4 lõike 1 punkti b tähenduses. Kaubamärgil võib puududa eristusvõime ka teistel põhjustel kui selle võimalik kirjeldav iseloom. Seega ei ole kirjeldaval kaubamärgil kindlasti eristusvõimet, kuid kaubamärgil võib puududa eristusvõime muudel põhjustel kui kirjeldav iseloom⁽¹⁵⁾.

⁽¹³⁾ Vt 29/09/1998, C-39/97, Canon EU:C:1998:442, § 28 ja 27/02/2002, T-79/00, Lite, EU:T:2002:42, § 26

⁽¹⁴⁾ Vt See 08/04/2003, C-53/01, C 54/01 & C 55/01 Linde, EU:C:2003:206, § 41; 12/02/2004, C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, § 34 ühendatud kohtuasjad 29/04/2004, C-468/01 P kuni C-472/01- P, Tabs (3D), EU:C:2004:259, § 33.

⁽¹⁵⁾ Vt 12/06/2007, T-190/05, Twist & Pour, EU: T:2007:171, § 39; 08/07/2004, T-289/02 Telepharmacy Solutions EU:T:2004:227, § 24.

3.2. Helimärgid

Nagu on märgitud käesoleva dokumendi A osa (vorminõuded) punktis 1.1, võib helimärk olla mis tahes helifailis kujutatud ja ühest või mitmest helist koosnev tähis olenemata sellest, mis liiki heli selles sisaldub.

3.2.1. Tarbija taju – helimärgid

Avalikkuse taju seoses helimärkide eristumisvõimega on lahutamatult seotud sellega, kui palju on kaubamärk seotud tootluse kaupade ja teenustega. Tarbija näeb märki kaubandusliku päritolu tähisena tõenäolisemalt siis, kui ei ole võimalik luua seost märgi ning kaupade ja teenuste vahel. Tarbijad on harjunud tajuma kaubandusliku päritolu tähisena traditsioonilisi kaubamärgiliike, näiteks sõna- ja kujutismärke. Et helisid kasutatakse üha enam kaubanduses tootemargistrateegia osana, suureneb ka tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid kaubandusliku päritolu tähisena.

Tarbija taju analüüsi otstarbel võib rühmitada helimärgid vähemalt järgmisel kolmel viisil:

- helid, mida kaubad või teenused tekitavad või mis on nendega seotud;
- noodid, nootide kombinatsioonid, viisid või meloodiad;
- helid, mis on sõnaelementide kuuldavad ekvivalendid.

On ka helisid, mis nimetatud rühmadesse ei kuulu ja millel ei ole seost kaupade ja/või teenustega.

Esimene rühm – helid, mida kaubad või teenused tekitavad või mis on nendega seotud – vastab sageli asjaomaste kaupade olemusele või funktsioonile või on tihedalt seotud vastavate teenustega. Sellisel juhul ei taju sihtrühm üldiselt heli kaubandusliku päritolu tähisena, vaid ainult näiteks funktsionaalse elemendina.

Teisel rühmal – noodid, nootide kombinatsioonid, viisid või meloodiad – ei ole tõenäoliselt seost kaupade või teenustega. Neid tajub sihtrühm üldiselt samamoodi kui nootide jada või reklaamkölli, mis võib olenevalt konkreetsetest omadustest olla eristusvõimeline või mitte.

Kolmanda rühma – sõnaelementidest koosnevate helimärkide – tajumine tarbija poolt võib muutuda olenevalt sõnaelemendi enda tähendusest, keelest ja/või hääldusest. Kui helimärk koosneb sõna tavalisest hääldusest, on hinnang tõenäoliselt sama kui sama sõnaelementi sisaldava sõnamärgi korral.

Helisid, mis ei ole seotud kaupade ja/või teenustega ega kuulu eelmistesse rühmadesse, tajub tarbija kaubandusliku päritolu tähisena ainult siis, kui neil on teatud ilmekus⁽¹⁶⁾, mis äratav tarbijas teatud tähelepanu ja võimaldab pidada tähist kaubamärgiks.

Eri rühmade kombinatsioonist koosneva märgi tajumine tarbija poolt sõltub kaubamärgist endast, kui see on tuvastatav kaubamärgina ning heli ei ole võimalik seostada kaupade või teenustega.

3.2.2. Olemuslikult eristusvõimelised helimärgid

Kui helimärgis tajutav heli koosneb ühest noodist, nootide kombinatsioonist või meloodiast, peetakse seda olemuslikult eristusvõimeliseks, kui asjaomane sihtrühm suudab seda tajuda kaubandusliku päritolu tähisena.

Olemuslikult eristusvõimeline meloodia		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
	Klass 41: filmide pakkumine meelelahutuseks	Nootide jada on sellise pikkuse ja keerukusega, mis annab sellele teatud ilmekuse, mis võimaldab sel

⁽¹⁶⁾ Vt 13/09/2016, T 408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM PLIM (helimärk), EU:T:2016:468, § 45.

HELMÄRK 25 Taasesitamiseks klõpsake kujutist		toimida kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse meloodiat taotluse teenuste suhtes eristusvõimeliseks.
 HELMÄRK 26 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 41: filmide pakkumine meelelahutuseks	Vilistatud nootide jada on sellise pikkuse ja keerukusega, mis annab sellele teatud ilmekuse, mis võimaldab sel toimida kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse meloodiat taotluse teenuste suhtes eristusvõimeliseks.
 HELMÄRK 27 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutid	Akordide jada on sellise pikkuse ja keerukusega, mis annab sellele teatud ilmekuse, mis võimaldab sel toimida kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse meloodiat taotluse kaupade suhtes eristusvõimeliseks.
 HELMÄRK 28 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Meloodia sisaldab akordide jada, mis annavad sellele teatud ilmekuse, mis võimaldab sel toimida kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse meloodiat taotluse kaupade suhtes eristusvõimeliseks.

Kui helimärgis tajutav heli koosneb sõnaelemendist, mida peetakse iseenesest eristusvõimeliseks ning mida hääldatakse selgelt, isegi kui seda hääldatakse neutraalse või robothäälega, peetakse helimärki eristusvõimeliseks.

Eristusvõimelised helimärgid		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 29 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Helimärgis tajutavat eristusvõimelist sõnaelementi „Gerivan“ hääldatakse selgelt ja arusaadavalt ning seega peetakse helimärki eristusvõimeliseks.
 HELMÄRK 30 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Helimärgis tajutavat eristusvõimelist sõnaelementi „Gerivan“ hääldatakse selgelt ja arusaadavalt ning seega peetakse helimärki eristusvõimeliseks.

Lisaks, kui helimärgis tajutav kõneelement ei ole arusaadav või ei ole tuvastav sõnana, peetakse helimärki eristusvõimeliseks, tingimusel, et tarbija suudab seda heli ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

Eristusvõimeline helimärk		
Helimärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 31 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Seda heli tajutakse tähenduseta, väljamõeldud helina, mis on meelde jääv ja mida on seetõttu võimalik tunda ära kaubandusliku päritolu tähisena.

Kui helimärgis tajutav heli sisaldab heli, millel ei ole seost taotluse kaupade ja/või teenustega, peetakse seda põhimõtteliselt eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab seda ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

Eristusvõimelised helimärgid		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 32 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 11: WC-d	Kaubamärgis tajutaval helil ei ole seost taotluse kaupadega ning sel on piisav ilmekus, et tarbija võiks tunda selle ära kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse seda eristusvõimeliseks.
 HELMÄRK 33 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomasööt	Kaubamärgis tajutaval helil ei ole seost taotluse kaupadega ning sel on piisav ilmekus, et tarbija võiks tunda selle ära kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse seda eristusvõimeliseks.

3.2.3. Eristusvõimetud helimärgid

Põhimõtteliselt tajub tarbija helimärki, mis koosneb helist, mida tekitavad kaubad ja/või teenused või mis tekivad seoses nende või nende oluliste omadustega, üksnes funktsionaalse omadusena ning seega peetakse sellist helimärki eristusvõimetuks.

Eristusvõimetud helimärgid		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 34 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 33: vein	Tarbija ei taju seda heli kaubamärgina, vaid ainult kaupadega seotud helina. Seega peetakse seda eristusvõimetuks.
 HELMÄRK 35 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: uksekellad	Kaubamärgis tajutavat heli saab kergesti seostada taotluse kaupadega. Seega peetakse kaubamärki eristusvõimetuks.

Kui helimärk koosneb nootidest, nootide kombinatsioonist, viisidest või meloodiatest, peetakse seda eristusvõimetuks, kui helil puudub teatud ilmekus ja tarbija ei tunneks seda ära kaubandusliku päritolu tähisena, isegi kui seda ei saa seostada kaupade ja/või teenustega.

Eristusvõimetu helimärk		
Helimärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 36 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod	Ühest noodist koosneval helil puudub teatud ilmekus ja tarbija ei tunneks seda ära kaubandusliku päritolu tähisena. Seega peetakse helimärki eristusvõimetuks.

Kui helimärk koosneb eristusvõimetutest/kirjeldavatest/tavapärastest sõnaelementidest selgelt hääldatuna ja ilma silmatorkavate või ebatavaliste helielementideta, peetakse helimärki eristusvõimetuks.

Eristusvõimetud helimärgid		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 37 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Helimärgis tajutavat eristusvõimetut/kirjeldavat sõnaelementi „Premium“ hääldatakse selgelt ning ilma silmatorkavate või ebatavaliste helielementideta. Seega peetakse helimärki eristusvõimetuks.
 HELMÄRK 38 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Helimärgis tajutavat eristusvõimetut/kirjeldavat sõnaelementi „Premium Quality“ hääldatakse selgelt ning ilma silmatorkavate või ebatavaliste helielementideta. Seega peetakse helimärki eristusvõimetuks.

Helimärgi määratluse järgi võivad selles siiski sisalduda ja tajutavad olla muud helielemendid, näiteks laulusõnad, konkreetne meloodia, intonatsioon ja/või laulmismaneer. Sellega seoses peetakse helimärki, milles tajutava eristusvõimetu/kirjeldava/tavapärase sõnaelemendi juurde kuuluvad teised helielemendid, mida peetakse samuti iseenesest eristusvõimetuks, põhimõtteliselt ka tervikuna suure tõenäosusega eristusvõimetuks.

Eristusvõimetud helimärgid		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 39 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Helimärgis tajutavaid sõnaelemente „Premium Quality“ peetakse eristusvõimetuks/kirjeldavaks. Lauluhääle lisamisest ei piisa, et anda kaubamärgile tervikuna eristusvõime.
 HELMÄRK 40 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Helis sõnaelementidele „Premium Quality“, mida iseenesest peetakse eristusvõimetuks/kirjeldavaks, erilise intonatsiooni lisamine ei ole piisav, et anda kaubamärgile tervikuna eristusvõime.

 HELMÄRK 41 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	<i>Helis tajutavatele sõnaelementidele „Premium Quality“, mida iseenesest peetakse eristusvõimetuks/kirjeldavaks, lauluhääle ja reklaamkõlli lisamisest ei piisa, et anda kaubamärgile tervikuna eristusvõime.</i>
---	---------------------	--

Ei saa välistada, et eri helielementide konkreetne seade, mis on ebatavaline ja mida tarbija võib lihtsalt ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena, võib olla piisav, et anda helimärgile tervikuna eristusvõime. Tuleb märkida, et taotleja ei saa ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele ning kaitse ulatus piirdub helimärgi üldmuljega.

Eristusvõimeline helimärk		
Helimärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 42 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	<i>Sõnaelementi, mida iseenesest võib põhimõtteliselt käsitada eristusvõimetuna/kirjeldavana, ei loeta selgelt arusaadavaks, ning meloodia ja sõna laulmise maneeeri kombinatsioon on piisav, et tunda seda ära kaubandusliku päritolu tähisena ja anda helimärgile tervikuna eristusvõime.</i>

3.3. Liikumismärgid

Nagu on öeldud käesoleva dokumendi A osa (vorminõuded) punktis 1.2, ei piirdu liikumismärkide määratlus ainult liikumist kujutavate kaubamärkidega. Sellest tulenevalt on võimalik kvalifitseerida liikumismärgina ka tähis, mis näitab selles sisalduvate elementide asukohavahetust, värvimuutust või elementide vahetust.

3.3.1. Tarbija taju – liikumismärgid

Avalikkuse taju seoses liikumismärkide eristumisvõimega on lahutamatult seotud sellega, mil määral on märk seotud kaupade ja teenustega. Tarbija näeb märki kaubandusliku päritolu tähisena tõenäolisemalt siis, kui ei ole võimalik luua seost märgi ning kaupade ja teenuste vahel. Tarbijad on harjunud tajuma kaubandusliku päritolu tähisena traditsioonilisi kaubamärgiliike, näiteks sõna- ja kujutismärke. Samas on suurenenud tootemargistrateegiates kasutatavate liikumist ja liikuvaid kujutisi sisaldavate tähiste arv, mistõttu on suurenenud tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid kaubandusliku päritolu tähisena.

Tarbija taju analüüsi otstarbel võib rühmitada liikumismärgid vähemalt järgmiselt:

- liikumine, mida võib tajuda kaupade või teenuste endi olemuslikult funktsionaalse elemendina või millega juhitakse neid kaupu;
- liikumine, mis sisaldab sõnaelemente ja/või kujutiselemente.

Liikumist, mida tajutakse kaupade või teenuste enda olemuslikult funktsionaalse elemendina või millega juhitakse neid kaupu, ei pea avalikkus üldiselt mitte kaubandusliku päritolu tähiseks, vaid ainult funktsionaalseteks omadusteks.

Liikumisi, mis ei seostu kaupade või teenustega, võib tajuda kaubandusliku päritolu tähisena, kui need ei ole kaupade või teenuste enda funktsioonid või nende endaga seotud ja kui need tekitavad teatud mulje, mis äratav tarbijas teatud tähelepanu ja võimaldab pidada tähist kaubamärgiks.

Sõna- või kujutiselemente sisaldavate liikumismärkide tajumine avalikkuse poolt sõltub lisaks ka liikumise lisamisest ja sellest, kas sõna- või kujutiselement on suuruse ja asukoha tõttu tähises selgelt äratuntav. Kui ükski tähise element ei juhi tarbija tähelepanu eemale sõna- või kujutiselemendilt, on taju üldiselt sama kui sama elemendiga sõna- või kujutismärgi korral. Kui on võimalik luua seos kaubamärgi ning kaupade või teenuste vahel, ei tajuta selliseid kaubamärke kaubandusliku päritolu tähisena.

Eri rühmade kombinatsioonist koosneva kaubamärgi tajumine tarbija poolt sõltub kaubamärgist endast ning kaubamärgi ja kaupade või teenuste võimalikust seosest.

3.3.2. Olemuslikult eristusvõimelised liikumismärgid

Seda liiki kaubamärkide eristusvõime hindamisel peetakse neid üldiselt eristusvõimeliseks, kui need sisaldavad eristusvõimelist sõna- ja/või kujutiselementi liikumas või muutmas asukohta, värvi ja/või elemente, isegi kui liikumine või asukoha muutumine iseenesest ei pruugi olla eristusvõimeline.

Eristusvõimelised liikumismärgid		
Liikumismärgid	Kaadad ja teenused	Põhjendus
 LIKUMISMÄRK 18 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutid	Kuivõrd liikumismärk sisaldab sõnaelementi „Gerivan“, mida peetakse iseenesest eristusvõimeliseks, ja kuigi liikumist ennast peetakse eristusvõimetuks, on liikumismärk eristusvõimeline.
 LIKUMISMÄRK 19 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutid	Kuivõrd liikumismärk sisaldab sõnaelementi „Gerivan“, mida peetakse iseenesest eristusvõimeliseks, ja kuigi liikumist ennast peetakse eristusvõimetuks, on liikumismärk eristusvõimeline.
 LIKUMISMÄRK 20 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutid	Liikumismärgi kujutiselementi peetakse iseenesest eristusvõimeliseks. Koos muutuvate värvidega tajub tarbija seda taotluse kaupade kaubandusliku päritolu tähisena.
 LIKUMISMÄRK 21 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 41: filmide pakkumine meelelahutuseks	Liikumismärgis liikuvat kujutiselementi peetakse iseenesest eristusvõimeliseks ja tarbija tajub seda taotluse teenuste kaubandusliku päritolu tähisena.
 LIKUMISMÄRK 22	Klass 41: filmide pakkumine meelelahutuseks	Liikumismärgis esinevaid elemente peetakse iseenesest eristusvõimeliseks ja tarbija tajub tervikut taotluse teenuste kaubandusliku päritolu tähisena.

Taasesitamiseks klõpsake kujutist		
-----------------------------------	--	--

Kui liikumismärk kujutab elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav selles mõttes, et see ei kanna tähendust ega tekita seost kaupade ja/või teenustega, peetakse seda siiski eristusvõimeliseks, kui tarbijal on võimalik seda ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena.

Eristusvõimelised liikumismärgid		
Liikumismärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIKUMISMÄRK 23 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	See liikumismärk sisaldab abstraktset liikuvat kujutist, mida tarbijal on võimalik ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena ja mis võib seetõttu toimida kaubamärgina.
 LIKUMISMÄRK 24 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 36: finantsteenused	See liikumismärk sisaldab abstraktset kuju ja värvi muutvat kujutist, mida tarbijal on võimalik ära tunda kaubandusliku päritolu tähisena ja mis võib seetõttu toimida kaubamärgina.

3.3.3. Eristusvõimetud liikumismärgid

Põhimõtteliselt tajub tarbija liikumismärki, mis koosneb liikumisest, mida tekitavad kaubad ja/või teenused või mis tekivad seoses nende või nende oluliste omadustega, üksnes kaupade ja/või teenuste funktsionaalse omadusena. Seega peetakse liikumismärki eristusvõimetuks.

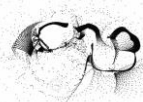
Eristusvõimetu liikumismärk		
Liikumismärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIKUMISMÄRK 25 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 7: kettsaed	Tarbija ei taju seda liikumist mitte kaubamärgina, vaid ainult kaupade tekitatud liikumisena. Seega peetakse seda eristusvõimetuks.

Kui liikumismärk koosneb eristusvõimetust/kirjeldavast/tavapärasest sõna- ja/või kujutiselemendist, mis liigub võib muudab asukohta, värvi ja/või elemente, peetakse seda eristusvõimetuks, v.a kui liikumine ise on piisav, et juhtida tähelepanu eemale eristusvõimetu/kirjeldava sõna- või kujutiselemendiga antavalt sõnumilt. Neis olukordades tuleks arvestada ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid⁽¹⁷⁾, pidades meeles, et neid põhimõtteid ei saa kohaldada liikumise ega asukoha, värvi ja/või elementide vahetamise suhtes.

Samas ei saa välistada, et konkreetne liikumine, mis on iseenesest ebatavaline ja silmatorkav või tekitab ebatavalise või silmatorkava visuaalse mõju, võib olla piisav, et anda liikumismärgi üldmuljele eristusvõime, nagu on näha allpool eristusvõimelisena märgitud näites. Samuti tuleb märkida, et taotleja ei saa ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele ning kaitse ulatus piirdub liikumismärgi üldmuljega.

⁽¹⁷⁾ <https://www.tmdn.org/network/documents/10181/a21419ff-9bee-47eb-a267-d501bee18c6e>

Eristusvõimetud liikumismärgid		
Liikumismärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 26 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Arvestades, et eristusvõimetu/kirjeldava sõnaelemendi „Premium“ liikumine ei ole ebatavaline ega silmatorkav, ei ole tähis tarbijatele kaubandusliku päritolu tähisena äratuntav. Seega peetakse liikumismärki eristusvõimetuks.
 LIIKUMISMÄRK 27 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Liikumise lisamine ei ole piisav, et juhtida tähelepanu eemale eristusvõimetu/kirjeldava sõnaelemendiga „Organic“ antavalt tähenduselt, ning seega peetakse liikumismärki eristusvõimetuks.
 LIIKUMISMÄRK 28 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Arvestades, et eristusvõimetu/kirjeldava sõnaelemendi „Premium“ liikumine ei ole ebatavaline ega silmatorkav, ei ole tähis tarbijatele kaubandusliku päritolu tähisena äratuntav. Seega peetakse liikumismärki eristusvõimetuks.
 LIIKUMISMÄRK 29 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Liikumise lisamine ei ole piisav, et juhtida tähelepanu eemale eristusvõimetu/kirjeldava sõnaelemendiga „Premium“ antavalt tähenduselt, ning seega peetakse liikumismärki eristusvõimetuks.

Eristusvõimeline liikumismärk		
Liikumismärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 30 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Konkreetses liikumises lisamine eristusvõimetule/kirjeldavale sõnaelemendile „Eco“ tekitab ebatavalise ja silmatorkava visuaalse mõju, mis on piisav, et anda kaubamärgile tervikuna eristusvõime.

Peale selle ei taju tarbija liikumismärke kaubandusliku päritolu tähistena, kui need ei jäta talle püsivat muljet. Seega peetakse neid eristusvõimetuks.

Eristusvõimetud liikumismärgid		
Liikumismärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIKUMISMÄRK 31 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 39: reisiteenused	See liikumismärk sisaldab liiga palju elemente, et avaldada tarbijale püsivat muljet. Seega puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.
 LIKUMISMÄRK 32 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: arvutiriistvara	See liikumismärk sisaldab liiga palju elemente, et avaldada tarbijale püsivat muljet. Seega puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.
 LIKUMISMÄRK 33 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 3: pesupulber	Selle liikumiselemendi lihtsus koos videofailis esineva kujutise lühiajalisusega ei avalda tarbijale püsivat muljet. Seega puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.

3.4. Multimeediamärgid

Nagu märgitud käesoleva dokumendi vorminõuete osa A punktis 1.3 „Multimeediamärgid“, on multimeediamärk kaubamärk, mis koosneb pildi ja heli kombinatsioonist või laieneb sellele, ning heli- ja liikumismärkide korral kohaldatavad põhimõtted kehtivad ka selle kaubamärgiliigi korral.

3.4.1. Tarbija taju – multimeediamärgid

Avalikkuse taju seoses multimeediamärkide eristumisvõimega on lahutamatu seotud sellega, mil määral on märk seotud kaupade ja teenustega. Tarbija näeb märki kaubandusliku päritolu tähisena tõenäolisemalt siis, kui ei ole võimalik luua seost märgi ning kaupade ja teenuste vahel. Tarbijad on harjunud tajuma kaubandusliku päritolu tähisena traditsioonilisi kaubamärgiliike, näiteks sõna- ja kujutismärke. Samas on suurenenud tootemargistrateegiates kasutatavate pilti ja heli kombineerivate tähistest arv, mistõttu on suurenenud tõenäosus, et tarbijad tajuvad neid kaubandusliku päritolu tähisena.

Multimeediamärgid koosnevad heli- ja kujutiselementidest, mis võivad omakorda olla sõnad või kujutised, liukuvad või liikumatud. Tarbija tajub kaubamärki kaubandusliku päritolu tähisena tõenäolisemalt siis, kui ühelgi neist elementidest ei ole seost tootluse kaupade ja teenustega.

Kui multimeediamärk sisaldab sõna-, kujutis- või helielementi ja tarbija suudab luua seose nende elementide ning tootluse kaupade ja teenuste vahel, on taju üldiselt sama kui samade elementidega heli- või liikumismärgi korral. Heli- ja kujutiselementide taju multimeediamärgis võib oleneda nende üksikkomponentidest (sõnad, kujutised ja helid). Viis, kuidas tarbija märki tajub, sõltub komponentide tervikkombinatsioonist ja nende võimalikust seosest kaupade ja teenustega.

3.4.2. Olemuslikult eristusvõimelised multimeediamärgid

Üldiselt on nii, et kui vähemalt üht multimeediamärgi elementidest (heli või kujutis) peetakse iseenesest eristusvõimeliseks, peetakse eristusvõimeliseks ka kaubamärki tervikuna. Samuti tuleb märkida, et kui multimeediamärk koosneb eristusvõimelistest ja eristusvõimetutest/kirjeldavatest/tavapärastest elementidest, piirdub kaubamärgi kaitse ulatus multimeediamärgi üldmuljega ning

eristusvõimetute/kirjeldavate/tavapäraste elementide endi osas ainuõigusi ei anta.

Eristusvõimelised multimeediamärgid		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 11 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Nii kujutist kui heli peetakse iseenesest eristusvõimeliseks ning seega on multimeediamärk eristusvõimeline.
 MULTIMEEDIAMÄRK 12 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomasööt	Värvi muutva stiliseeritud kassikujutise ja eristusvõimelise sõnaelemendi „Gerivan“ kombinatsioon annab kaubamärgile eristusvõime.
 MULTIMEEDIAMÄRK 13 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	Kuigi kujutist peetakse seoses taotluse kaupadega eristusvõimetuks/kirjeldavaks, annab kombinatsioon multimeediamärgis tajutava eristusvõimelise sõnaelemendiga kaubamärgile eristusvõime.
 MULTIMEEDIAMÄRK 14 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Kuigi multimeediamärgis tajutavat heli „Premium“ peetakse taotluse kaupadega seoses iseenesest eristusvõimetuks/kirjeldavaks, annab selle kombinatsioon eristusvõimelise elemendiga, mis koosneb ekraanil sõna „Gerivan“ moodustavatest tähtedest, kaubamärgile tervikuna eristusvõime.
 MULTIMEEDIAMÄRK 15 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõiduautod	Kuigi multimeediamärgis tajutavat meloodiat peetakse taotluse kaupadega seoses iseenesest eristusvõimetuks, annab selle kombinatsioon eristusvõimelise kujutisega kaubamärgile tervikuna eristusvõime.
 MULTIMEEDIAMÄRK 16 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: sardiinid	Kuigi kujutist peetakse seoses taotluse kaupadega eristusvõimetuks/kirjeldavaks, annab kombinatsioon eristusvõimelise sõnaelemendiga kaubamärgile tervikuna eristusvõime.

Kui multimeediamärk sisaldab elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav selles mõttes, et see ei kanna tähendust, peetakse seda eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab selle ära tunda.

Eristusvõimelised multimeediamärgid		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 17 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod	Meloodia ning kuju ja värvi muutva abstraktse kujutise kombinatsioon võib olla tarbija jaoks äratuntav kaubandusliku päritolu tähisena.
 MULTIMEEDIAMÄRK 18 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod	Kuju ja asukohta muutva abstraktse kujutise kombinatsioon väljamõeldud sõnaelementi sisaldava heliga muudab kaubamärgi tarbija jaoks kaubandusliku päritolu tähisena äratuntavaks.

3.4.3. Eristusvõimetud multimeediamärgid

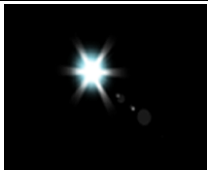
Samamoodi peetakse heli- ja liikumismärkide suhtes kohaldatavatest põhimõtetest lähtudes üldiselt eristusvõimetuks multimeediamärki, milles eristusvõimetu/kirjeldav/tavapärane kujutis (kujutised) on kombineeritud eristusvõimetu heli(de) ja liikumis(t)ega.

Lisaks sellele tuleks multimeediamärkide eristusvõime hindamisel arvestada ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid, nimelt kui kaubamärk sisaldab eristusvõimetut sõna, millel on kujutiselemente. Tuleb märkida, et taotleja ei saa ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele ning kaitse ulatus piirdub multimeediamärgi üldmuljega.

Eristusvõimetud multimeediamärgid		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 19 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	Multimeediamärki peetakse eristusvõimetuks/kirjeldavaks, sest selles on eristusvõimetu liikuv kujutis kombineeritud eristusvõimetu heliga, mis ühtlasi ka kirjeldab kaupade kvaliteeti.
 MULTIMEEDIAMÄRK 20 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: sardiinid	Multimeediamärki peetakse eristusvõimetuks/kirjeldavaks, sest selles on eristusvõimetu kujutis kombineeritud eristusvõimetu heliga, mis ühtlasi ka kirjeldab kujutist ennast.

Peale selle ei taju tarbija multimeediamärke kaubandusliku päritolu tähisena, kui need ei jäta talle püsivat muljet. Seega peetakse neid eristusvõimetuks.

Eristusvõimetud multimeediamärgid		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
	Klass 39: reisiteenused	Selle multimeediamärgi visuaalsed omadused ja heli sisaldavad liiga palju elemente, et avaldada tarbijale püsivat muljet. Seega

MULTIMEEDIAMÄRK 21 Taasesitamiseks klõpsake kujutist		<i>puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.</i>
 MULTIMEEDIAMÄRK 22 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Klass 9: arvutiriistvara</i>	<i>Selle multimeediamärgi visuaalsed omadused ja heli sisaldavad liiga palju elemente, et avaldada tarbijale püsivat muljet. Seega puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.</i>
 MULTIMEEDIAMÄRK 23 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Klass 3: pesupulber</i>	<i>Selle tähise kujutise ja heli lihtsus koos video lühidusega ei avalda tarbijale püsivat muljet. Seega puudub sellel olemuslik eristusvõime ja seda ei tajuta kaubandusliku päritolu tähisena.</i>

Samas kuigi multimeediamärk sisaldab täiesti eristusvõimetuid/kirjeldavaid/tavapäraseid kujutisi ja/või helisid, võib see siiski olla absoluutsete põhjuste kohaselt aktsepteeritav, kui kaubamärgis on muid elemente, mis annavad sellele tervikuna eristusvõime.

Selles osas ei saa multimeediamärk, mis sisaldab nii eristusvõimetuid/kirjeldavaid/tavapäraseid kujutisi kui helisid, tugineda ainult neile elementidele eraldi. Võib olla võimalik, et selline kombinatsioon võimaldaks multimeediamärgil täita teatud kaupade või teenuste korral oma peamist ülesannet, mis annaks multimeediamärgile tervikuna eristusvõime. Samuti tuleb märkida, et taotleja ei saa ainuõigust eristusvõimetutele/kirjeldavatele sõnaelementidele ning märgi kaitse ulatus piirdub multimeediamärgi üldmuljega.

Eristusvõimeline multimeediamärk		
Multimeediamärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 24 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	<i>Klass 31: loomasööt</i>	<i>Kujutise ja heli ebatavaline kombinatsioon annab tulemuseks üldmulje, mis on tervikuna piisavalt eristusvõimeline.</i>

3.5. Hologramm-märgid

Nagu on märgitud selle dokumendi A osa (vorminõuded) punktis 1.4 „Hologramm-märgid“, on hologramm-märk kaubamärk, mis koosneb holograafilistest elementidest.

3.5.1. Tarbija taju – hologramm-märgid

Avalikkuse taju seoses hologramm-märkide eristumisvõimega on lahutamatult seotud sellega, mil määral on märk seotud kaupade ja teenustega. Tarbija näeb märki kaubandusliku päritolu tähisena tõenäolisemalt siis, kui ei ole võimalik luua seost märgi ning kaupade ja teenuste vahel. Tuleb siiski arvestada, et tarbijad on tõenäolisemalt harjunud tajuma kaubandusliku päritolu tähisena traditsioonilisi kaubamärgiliike, näiteks sõna- ja kujutismärke.

Hologramm-märke, mis koosnevad üksnes sõna- ja kujutiselementidest, ei tajuta üldiselt kaubandusliku päritolu tähistena, kui on võimalik luua seos kaubamärgi ning kaupade ja teenuste vahel. Hinnang sõltub lisaks ka holograafilisest efektist ja sellest, kas sõna- või kujutiselement on oma suuruse ja asukoha tõttu tühisel selgelt äratuntav.

Viis, kuidas tarbija märki tajub, sõltub komponentide tervikkombinatsioonist ja nende võimalikust seosest kaupade ja teenustega.

3.5.2. Olemuslikult eristusvõimelised hologramm-märgid

Kui hologramm-märk koosneb sõna- ja/või kujutiselementidest, mis on iseenesest eristusvõimeline, siis isegi, kui neile elementidele lisatud holograafilised efektid on eristusvõimetud, peetakse hologramm-märki tervikuna eristusvõimeliseks ning märgi kaitse ulatus piirdub hologramm-märgi üldmuljega.

Eristusvõimelised hologramm-märgid		
Hologramm-märgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HOLOGRAMM-MÄRK 7 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod	Eristusvõimeliste sõna- ja kujutiselementide kombinatsioon hologramm-märgis annab sellele tervikuna eristusvõime.
 HOLOGRAMM-MÄRK 8 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 12: sõidua autod	Eristusvõimeliste sõna- ja kujutiselementide kombinatsioon hologramm-märgis annab sellele tervikuna eristusvõime.

Kui hologramm-märk kujutab elementi, mida ei ole võimalik mõista või mis ei ole tuvastatav selles mõttes, et see ei kannu tähendust ega tekita seost kaupade ja/või teenustega, peetakse seda siiski eristusvõimeliseks, kui tarbija suudab selle ära tunda kaubandusliku päritolu tähistena.

3.5.3. Eristusvõimetud hologramm-märgid

Kui hologramm-märk koosneb eristusvõimetust/kirjeldavast/tavapärasest sõna- ja/või kujutiselementidest, peetakse seda eristusvõimetuks.

Üldiselt ei pruugi holograafilise efekti lisamine eristusvõimetule sõna- ja/või kujutiselementidele olla piisav, et anda kaubamärgile eristusvõime, sest tarbija tajuks seda üksnes lihtsa või kaunistava elemendina olenemata sellest, kas see seostub taotluse kaupade ja/või teenustega.

Hologramm-märgi kujutis- ja/või sõnaelementide eristumisvõime hindamisel tuleb arvestada ühise praktika CP3 ühiseid põhimõtteid. Need põhimõtted ei pruugi siiski kohalduda holograafilisele efektile endale. Seega oleks hologramm-märgi tervikuna eristusvõimelisena käsitamiseks vaja, et tarbija tunneks holograafiliste omadustega eristusvõimetuid/kirjeldavaid elemente ära kaubandusliku päritolu tähistena. Lisaks tuleb märkida, et märgi kaitse ulatus piirdub hologramm-märgi üldmuljega.

Eristusvõimetu hologramm-märk		
Hologrammi kujutamise võimaluse näide ⁽¹⁸⁾	Kaubad ja teenused	Põhjendus
Hologramm kujutatuna MP4-failis, mis koosneb lihtsa kirjatüübiga sõnaelemendist „Premium“, mis liigutatuna ja õiges valguses vaadelduna näib olevat suurem ja teistsuguse kirjatüübiga.	Klass 3: pesupulber	Holograafilise efekti lisamine eristusvõimetule/kirjeldavale sõnaelemendile „Premium“ ei ole piisav, et juhtida tähelepanu eemale sõnaelemendiga antavalt tähenduselt. Tarbija tajuks lihtsat suuruse ja kirjatüübi muutust üksnes lihtsa ja kaunistava elemendina. Seega peetakse hologramm-märki eristusvõimetuks.

4. Uut liiki kaubamärgid, mis kirjeldavad kaupu või teenuseid või nende omadusi – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt c

4.1. Üldaspektid

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti c kohaselt

ei registreerita kaubamärgina 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; ja kui nad on registreeritud, kuuluvad need kehtetuks tunnistamisele.

Samamoodi nagu kohaldatakse traditsiooniliste kaubamärkide eristusvõime hindamise üldkriteeriume uut liiki kaubamärkide korral tuleb traditsiooniliste kaubamärkide või nende komponentide kirjeldavuse hindamise väljakujunenud põhimõtteid kohaldada uut liiki kaubamärgis sisalduvate sõna- ja/või kujutiselementide kirjeldavuse hindamisel.

Koos kaubamärgi suutlikkusega täita oma põhifunktsiooni, nagu on otsustanud Euroopa Kohus, on kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti c aluseks üldine huvi tagada, et kirjeldavaid märke või tähiseid, mis on seotud kaupade või teenuste omadustega, millega seoses registreerimist taotletakse, saaksid vabalt kasutada kõik neid kaupu ja/või teenuseid pakkuvad kauplejad. See takistab märkide või tähiste kasutamise ainuõiguse andmist ainult ühele ettevõtjale põhjusel, et need on registreeritud kaubamärgina. Selles osas peab kaubamärk tagama, et kõik seda kandvad kaubad või teenused pärinevad ühelt ettevõtjalt, kes vastutab nende kvaliteedi eest⁽¹⁹⁾.

Eelnevat arvestades ja lähtudes väljakujunenud kohtupraktikast peab mis tahes kaubamärk, mis koosneb ainult märgist või tähisest, mis võib tähistada kauba või teenuse omadusi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti c tähenduses, jääma kõigile vabalt kasutatavaks ega ole registreeritav⁽²⁰⁾.

⁽¹⁸⁾ See tabel ja järgmised tabelid lk 38, 39 on ainult illustreerivad ning esitatakse siin, ilma et see mõjutaks uut liiki kaubamärkide kujutamise ühisteatistes esitatud hologramm-märkide kujutamise nõuete kohaldamist.

⁽¹⁹⁾ Vt 18/06/2002, C 299/99, Philips/Remington, EU:C:2002:377, § 30; 16/09/2004, C 329/02 P, SAT.2, EU:C:2004:532, § 23; ühendatud kohtuasjad 15/03/2012, C 90/11 ja C 91/11, NAI-Natur-Aktien-Index, et. al., EU:C:2012:147, § 31; 08/04/2003, C 53/01, C 54/01 & C 55/01, Linde, EU:C:2003:206, § 73 ja 06/05/2003, C 104/01, Libertel, EU:C:2003:244, § 52; 12/02/2004, C 363/99, Postkantor, EU:C:2004:86, § 54, ühendatud kohtuasjad 04/05/1999, C 108/97 ja C 109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 25.

⁽²⁰⁾ Vt 08/04/2003, C 53/01, C 54/01 & C 55/01, Linde, EU:C:2003:206, § 74.

Seega on tähise ning taotluse kaupade ja teenuste vahelisel seosel või suhtel tähise kirjeldavuse hindamisel oluline roll.

Lisaks tuleb kirjeldavuse hindamisel arvestada selle dokumendi B osa 3. jaos määratletud avalikkuse taju iga uue kaubamärgiliigi korral.

Järgmistes punktides on kirjeldavad ja mittekirjeldavad näited kaupade ja/või teenuste kohta. NB! See, et näidet peetakse mittekirjeldavaks, ei tähenda, et kaubamärgi kohta ei saaks esitada vastuväidet kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõikes 1 sätestatud muudel põhjustel.

4.2. Helimärgid

Kui märgis tajutavaid helisid on võimalik lihtsalt seostada taotluse kaupade ja teenuste või nende omadustega, peetakse helimärki üldiselt kirjeldavaks..

Kirjeldav		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 43 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: loomatoidud ja -sööt	Heli saab lihtsalt seostada taotluse kaupadega ning seega peetakse helimärki taotluse kaupu kirjeldavaks.

Vastupidiselt eelnevale ei peeta helimärki üldiselt kirjeldavaks, kui on selge, et märgis tajutav heli ei ole seotud kaupade ja/või teenuste või nende omadustega.

Ei peeta kirjeldavaks		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 44 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 11: WC-d	On selge, et lehma ammumine ei seostu kuidagi taotluse kaupadega, ning seega ei peeta seda heli kaupade omadusi kirjeldavaks.
 HELMÄRK 45 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 25: rõivad	On selge, et seos taotluse kaupadega puudub, ning seega ei peeta seda heli kaupade omadusi kirjeldavaks.
 HELMÄRK 46 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 39: transporditeenused	On selge, et seos taotluse teenustega puudub, ning seega ei peeta seda heli teenuste omadusi kirjeldavaks.

4.3. Liikumismärgid

Kui liikumismärgi elemendid kujutavad realistlikult taotluse kaupu ja/või teenuseid või nendega seotud protsessi või neid saab lihtsalt seostada taotluse kaupade ja/või teenuste või nende omadustega, peetakse liikumismärki üldiselt kirjeldavaks. Eriti on see nii siis, kui liikumismärgi elemendid ei erine nende kaupade ja/või teenuste elutruust esitusest.

Kirjeldav		
Liikumismärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 34 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 41: diskoriteenused	Arvestades, et liikumismärgi elemendid kujutavad taotluse teenuseid realistlikult, peetakse seda teenuste liiki kirjeldavaks.
 LIIKUMISMÄRK 35 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	Arvestades, et liikumismärgi elemendid kujutavad taotluse kaupu realistlikult, peetakse seda kaupade omadusi kirjeldavaks.
 LIIKUMISMÄRK 36 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	Liikumine ei lisa kirjeldavale sõnaelemendile eristusvõimet.

Samas kui liikumismärgi elemendid kujutavad taotletavate kaupade ja/või teenuste või nendega seotud protsessi ebatavalist esitust, mis erineb oluliselt nende kaupade ja/või teenuste elutruust esitusest, või neid ei saa taotluse kaupade ja/või teenustega lihtsalt seostada, ei peeta liikumismärki üldiselt kirjeldavaks.

Ei peeta kirjeldavaks		
Liikumismärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 37 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: konservitud sardiinid	Liikumismärki ei peeta kauba liiki kirjeldavaks, sest kuigi sardiini kujutis on tavaline, lendab see kosmoses ja erineb seepärast tervikuna oluliselt taotluse kaupade elutruust kujutamisest.
 LIIKUMISMÄRK 38 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: konservitud sardiinid	Liikumismärki ei peeta kauba liiki kirjeldavaks, sest sardiini kujutamine erineb oluliselt taotluse kaupade elutruust kujutamisest.

4.4. Multimeediamärgid

Kui multimeediamärgi kujutis- ja helielemendid kujutavad realistlikult taotluse kaupu ja/või teenuseid või asjaomast protsessi või kui neid saab lihtsalt seostada taotluse kaupade ja/või teenustega või nende omadustega, peetakse multimeediamärki üldiselt kirjeldavaks. Eriti on see nii siis, kui multimeediamärgi elemendid ei erine nende kaupade ja/või teenuste elutruust esitusest.

Kirjeldav		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 25 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 41: diskoriteenused	Kaubamärk koosneb kirjeldavast helist ja teenuste realistlikust kujutamisest kujutisena. Seega peetakse multimeediamärki teenuste liiki kirjeldavaks.
 MULTIMEEDIAMÄRK 26 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 31: värsked banaanid	Kaubamärk koosneb kirjeldavast helist ja kaupade realistlikust kujutamisest liikuva kujutisena. Seega peetakse multimeediamärki kaupade liiki kirjeldavaks.

Vaatamata ülaltoodule, kui multimeediamärgi pilt (pildid) ja heli(d) kujutavad taotluse kaupade ja/või teenuste või nendega seotud protsessi ebatavalist esitust või neid ei saa taotluse kaupade ja/või teenustega või nende omadustega lihtsalt seostada, ei käsitleta multimeediamärki tavaliselt kirjeldavana,

Ei peeta kirjeldavaks		
Multimeediamärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 27 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: konservitud sardiinid	Multimeediamärki ei peeta kauba liiki kirjeldavaks, sest kuigi sardiini kujutis on tavaline, lendab see kosmoses ja erineb seepärast tervikuna oluliselt taotluse kaupade elutruust kujutamisest.
 MULTIMEEDIAMÄRK 28 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 29: konservitud sardiinid	Multimeediamärki ei käsitleta kauba liiki kirjeldavana, sest sardiini kujutamine erineb oluliselt taotluse kaupade elutruust kujutamisest.

4.5. Hologramm-märgid

Kui hologramm-märgi elemendid kujutavad realistlikult taotluse kaupu ja/või teenuseid või kui neid saab lihtsalt seostada taotluse kaupade ja/või teenustega või nende omadustega, peetakse hologramm-märki üldiselt kirjeldavaks.

Eriti on see nii siis, kui holograafiliste omadustega elemendid ei erine nende kaupade ja/või teenuste elutruust esitusest.

Kirjeldav		
Hologrammi kujutamise võimaluse näide	Kaubad ja teenused	Põhjendus
Hologramm kujutatuna MP4-failis, mis kujutab tavalist suletud veinipudelit, mis tekitab liikumisel	Klass 33: vein	Märk koosneb kirjeldavast holograafiliste omadustega kujutiselemendist, mis kujutab taotluse kaupu realistlikult. Seega

<i>morfitud kujutise, mis näitab sama veinipudelit avatuna.</i>		<i>peetakse hologramm-märki kaupade liiki kirjeldavaks.</i>
---	--	---

Samas kui hologramm-märgi elemendid kujutavad taotluse kaupade ja/või teenuste ebatavalist esitust, mis erineb oluliselt nende kaupade ja/või teenuste elutruust esitusest, või neil puudub seos taotluse kaupade ja/või teenustega, ei peeta hologramm-märki üldiselt kirjeldavaks.

Ei peeta kirjeldavaks		
Hologrammi kujutamise võimaluse näide	Kaubad ja teenused	Põhjendus
<i>Hologramm kujutatuna MP4-failis, mis kujutab sardiini, mis õiges valguses vaadelduna näib liikuvat läbi kosmose.</i>	<i>Klass 29: konservitud sardiinid</i>	<i>Hologramm-märki ei peeta kauba liiki kirjeldavaks, sest kuigi sardiini kujutis on tavaline, näib see liikuvat kosmoses, mis erineb oluliselt taotluse kaupade elutruust kujutamisest.</i>

5. Tähised, mis koosnevad ainult helist, liikumisest ning pildi ja heli kombinatsioonist, mis tuleneb kaupade olemusest, võib olla vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks või võib anda kaubale märkimisväärse väärtuse – kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt e

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e kohaselt ei registreerita kaubamärgina – ja kui nad on registreeritud, kuuluvad need kehtetuks tunnistamisele –, tähiseid, mis koosnevad üksnes:

- (i) kujust või muust omadusest, mis tuleneb kaupade endi olemusest;
- (ii) kaupade kujust või muust omadusest, mis on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks;
- (iii) kujust või muust omadusest, mis annab kaubale märkimisväärse väärtuse.

Selle sätte põhieesmärk on ennetada olukorda, milles kaubamärgi kaitse annaks ettevõtjale monopoli toote tehniliste lahenduste või funktsionaalsete omaduste suhtes, mida kasutaja tõenäoliselt otsib konkurentide toodetest⁽²¹⁾. Seepärast peaks see artikkel ennetama võimaluse, et kaubamärgiga antavad ainu- ja alalised õigused toimiksid teiste intellektuaalomandiõiguste kehtivusaja määramatu pikendusena, näiteks patentide ja disainilahenduste korral, mille kaitse kehtib piiratud ajavahemike vältel⁽²²⁾.

Ei saa välistada, et taotluse kauba kujust või muudest omadustest koosneva tähise saab tagasi lükata kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti b ja/või c alusel. Tagasilükkamise aluseks peaks siiski olema kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkt e, kui kuju või muud omadused tulenevad kaupade olemusest või on vajalikud tehnilise tulemuse saavutamiseks või annavad kaupadele märkimisväärse väärtuse. See on oluline, sest kui kaubamärgi kohta esitatakse vastuväide kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alusel, ei saa vastuväidet kõrvaldada omandatud eristusvõimet tõendades.

Kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktide i, ii ja iii hindamisel ei ole üldsuse taju otsustav element, mida arvestatakse, kuid see võib olla kasulik hindamiskriteerium, eriti artikli 4 lõike 1 punkti e

⁽²¹⁾ Vt 18/09/2014, C-205/13, Hauck, EU:C:2014:2233, § 18, 19 ja 20 ning 14/09/2010, C-48/09 P, Lego brick, EU:C:2010:516, § 43 seoses kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktiga ii.

⁽²²⁾ Vt 18/09/2014, C-205/13, Hauck, EU:C:2014:2233, § 18, 19 ja 20 ning 18/06/2002, C-299/99, Philips/Remington, EU:C:2002:377, § 30 seoses kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktiga ii.

alapunktide ii ja iii kohaselt asjaomase tähise oluliste omaduste tuvastamisel⁽²³⁾. Seega võivad järeldused tarbija taju kohta heli-, liikumis- ja multimeediamärkide korral, mis on esitatud selle dokumendi B osa 3. jaos, olla olulised ka kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktide i, ii ja iii kontrollimisel. Tuleb siiski rõhutada, et ühise praktika CP11 selles peatükis ei analüüsita kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e tõlgendamist ja kohaldamist, sest see tõlgendamine ei ole seotud ainult uut liiki kaubamärkidega.

Seega antakse käesolevas dokumendis ainult mõni näide helidest ja liikumistest ning nende kombinatsioonidest, mille puhul leitakse, et esinevad kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punktis e sätestatud keeldumispõhjusted.

a) Helimärgid

Tagasilükkamine kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti i alusel		
Helimärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 47 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 7: kettsaad	See heli tuleneb taotluse kaupade olemusest ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti i alusel.
 HELMÄRK 48 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 26: tõmblukud	See heli tuleneb taotluse kaupade olemusest ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti i alusel.

Tagasilükkamine kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel		
Helimärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 HELMÄRK 49 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: valgustite helitundlikud juhtseadmed	See helimärk koosneb üksnes helist, mis on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks, ning seega ei saa see olla kaubamärk.

b) Liikumismärgid

Tagasilükkamine kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel		
Liikumismärgid	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 LIIKUMISMÄRK 39 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: elektrilülitid	Taotluse kaupade liikumine on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel.

⁽²³⁾ Vt See 23/04/2020, C 237/19, Gömböc Kutató, EU:C:2020:296, § 34-37 seoses kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktiga ii ning § 44-47 seoses kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunktiga iii; 18/09/2014, C 205/13, Tripp Trapp, EU:C:2014:2233, § 34; 14/09/2010, C 48/09 P, Lego brick, EU:C:2010:516, § 76; 23/04/2020, C 237/19, Gömböc Kutató, EU:C:2020:296, § 44.

 LIKUMISMÄRK 40 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: valgustite liikumistundlikud juhtseadmed	Liikumine on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel.
 LIKUMISMÄRK 41 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: termostaadid	Taotluse kaupade liikumine on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel.
 LIKUMISMÄRK 42 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 28: ruumilised pusled	Liikumine on vajalik tehnilise tulemuse saavutamiseks ning seega lükatakse taotlus tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti ii alusel.

c) Multimeediamärgid

Tagasilükkamine kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti i alusel		
Multimeediamärk	Kaubad ja teenused	Põhjendus
 MULTIMEEDIAMÄRK 29 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Klass 9: metronoomid	Heli ja liikumine tulenevad taotluse kaupade endi olemusest ning seega lükatakse märk tagasi kaubamärgidirektiivi artikli 4 lõike 1 punkti e alapunkti i alusel.

C. SUHTELISTE KEELDUMIS- JA/VÕI KEHTETUKS TUNNISTAMISE PÕHJUSTE KONTROLLIMISE ÜHISPÕHIMÕTTED

Selles ühise praktika osas esitatakse põhimõtted ja antakse mõni kriteerium seoses järgmiste teemadega:

- tähiste identsus;
- iga vastava uue kaubamärgiliigi elementide kategooriad;
- helimärkide võrdlus: visuaalne, kõlaline ja mõisteline võrdlus helimärkide endi vahel ning helimärkide ja teist liiki kaubamärkide vahel;
- liikumismärkide võrdlus: visuaalne, kõlaline ja mõisteline võrdlus liikumismärkide endi vahel ning liikumismärkide ja teist liiki kaubamärkide vahel;
- multimeediamärkide võrdlus: visuaalne, kõlaline ja mõisteline võrdlus multimeediamärkide endi vahel ning multimeediamärkide ja teist liiki kaubamärkide vahel;
- hologramm-märkide võrdlus: visuaalne, kõlaline ja mõisteline võrdlus hologramm-märkide endi vahel ning hologramm-märkide ja teist liiki kaubamärkide vahel.

Eelmärkused näidete kohta

Kui ei ole märgitud teisiti, kehtivad järgmised eeldused:

- kõik alljärgnevad näited on seotud 25. klassi kaupadega *rõivad, jalatsid, peakatted*;
- näidetes käsitletud kaubamärkidel on vähemalt minimaalne eristusvõime;
- näidetes käsitletud varasematel märkidel ei ole tugevnenud eristusvõimet ega mainet;
- kui tähised sisaldavad elemente, millel on inglise keeles tähendus, on see tähendus asjaomasele sihtrühmale arusaadav;
- asjaomane sihtrühm hääldab kirjalikke sõnaelemente inglise keeles.

Igas näites leitakse üldreeglina, et asjaomased kaubamärgid on (visuaalselt/kõlaliselt/mõisteliselt) identsed, sarnased või erinevad. Kui mõne näite korral leitakse, et tähised on teatud määral sarnased, tähendab see, et need on sarnased, kuid mitte tingimata suurel või keskmisel määral.

1. Üldaspektid

Järgmised Euroopa Kohtu poolt seoses traditsiooniliste kaubamärkidega kehtestatud üldpõhimõtted kehtivad samaväärselt ka heli-, liikumis-, multimeedia- ja hologramm-märkide korral.

• **Igakülgne sarnasuse hindamine tähiste üldmulje põhjal**

Kaubamärkide visuaalse, kõlalise või mõistelise sarnasuse tervikhindamine peab põhinema nende üldmuljel, arvestades nende eristusvõimelisi ja domineerivaid osi⁽²⁴⁾.

Visuaalse, kõlalise ja mõistelise sarnasuse hindamisel tuleb hinnata kokkulangevaid ja erinevaid elemente ning nende mõju kaubamärkide üldmuljele.

• **Võrreldav tähis ja ebaolulised elemendid**

Põhimõtteliselt peab võrdlus hõlmama tähised tervikuna.

Kui kaubamärkide ainus ühine element on ühes või mõlemas märgis ebaoluline selles mõttes, et asjaomane sihtrühm seda tõenäoliselt ei märka või ei arvesta, on tähised erinevad. Ebaolulisi elemente ei tuleks võrdluses arvestada⁽²⁵⁾.

⁽²⁴⁾ Vt 11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 23.

⁽²⁵⁾ Vt 12/06/2007, C-334/05 P, Limoncello, EU:C:2007:333, § 42.

Ebaoluliste elementide mõistet tuleb tõlgendada rangelt. Hindamisel, kas element on ebaoluline, ei ole määrav see, kas elementi saab kaubamärkide hoolikal kõrvuti kontrollimisel tuvastada, vaid see, kas element on kaubamärgi üldmuljes märgatav keskmisele tarbijale, kes üldiselt tajub märki tervikuna ega analüüsi selle üksikasju.

- **Visuaalse ja kõlalise võrdlusega seotud aspektid**

Kombineeritud tähise visuaalne mulje võib mõjutada selle hääldust ja seega foneetilist võrdlust⁽²⁶⁾. Näiteks tulenevalt nende asukohast, suurusest või värvist ning kuvamise ajast ja hetkest, kaubamärgi teatud elemente hääldatakse, teisi mitte.

- **Mõistelise võrdlusega seotud aspektid**

Kaht tähist peetakse mõisteliselt identseks või sarnaseks, kui neil on sama või sarnane „semantiline sisu“⁽²⁷⁾. Kaubamärgi „semantiline sisu“ on selle tähendus ehk see, mida sellega tähistatakse, või kui kaubamärk on kujutis või kuju, siis see, mida see kujutab. Käesolevas tekstis kasutatakse väljendeid „semantiline sisu“ ja „mõiste“ samas tähenduses.

- **Kujutamisiisid**

Nagu märgitud eespool punktis „Absoluutsete keeldumis- ja kehtetuks tunnistamise põhjuste kontroll“, võimaldab kaubamärgidirektiivi artiklis 3 kehtestatud kaubamärgi määratlusest graafilise kujutise nõude kaotamine heli-, liikumis- ja hologramm-märkide kujutamist mitmel viisil. Helimärke võib kujutada noodikirjas või helifailis (nt MP3), liikumismärke kujutiste jadana või videofailis (nt MP4) ning hologramm-märke graafilise reproduktioonina või videofailis. Sellistel juhtudel ei mõjuta kujutamise meetod kahe kaubamärgi võrdlust.

2. Identsus

Väljakujunenud kohtupraktika järgi peab õigusakti eri sätetes kasutatud mõiste korral sidususe ja õiguskaitse tagamiseks ja veelgi enam siis, kui mõistet tuleb tõlgendada sõna-sõnalt, lähtuma eeldusest, et see tähendab üht ja sama, olenemata sellest, mis sättes see mõiste sisaldub⁽²⁸⁾.

Eelnevat arvestades tuleb identsuse mõistet tõlgendada suhteliste keeldumispõhjuste suhtes ning prioriteetide suhtes kohaldamisel samamoodi. Seega loetakse tähis kaubamärgiga identseks ainult siis, kui see reprodutseerib ilma muudatuste või täiendusteta kõik kaubamärki moodustavad elemendid või kui see tervikuna vaadelduna sisaldab nii väheolulisi erinevusi, et need võivad jääda keskmisele tarbijale märkamatuks⁽²⁹⁾. Sellega seoses tuleb märkida, et kahe kaubamärgi väheoluline erinevus on määratletud erinevusena, mida mõistlikult tähelepanelik tarbija tajuks ainult märkide kõrvuti uurimisel. Seega võetakse aluseks käesoleva dokumendi A osa (vorminõuded) punkt 3.1 (prioriteedinõuete kontrollimine – identne kaubamärgi ese).

3. Helimärkide võrdlus

3.1. Elementide kategooriad

Helimärgid koosnevad üksnes helist või helikombinatsioonist. Helid hõlmavad elemente, mida võib klassifitseerida järgmiselt:

⁽²⁶⁾ Vt 12/07/2011, T-374/08, TOP CRAFT, EU:T:2011:346, § 56.

⁽²⁷⁾ Vt 11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 24.

⁽²⁸⁾ Vt 20/02/2013, T-378/11, Medinet, EU:T:2013:83, § 41.

⁽²⁹⁾ Vt 20/03/2003, C-291/00, Arthur et Félicie, EU:C:2003:169, § 54.



lauldavatest või kõneldavatest sõnaelementidest koosnevad helid;

Helimärgid	
 HELMÄRK 50 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 51 Taasesitamiseks klõpsake kujutist



muusikaelementidest (nt meloodia, harmoonia, rütm) koosnevad helid;

Helimärgid	
 HELMÄRK 52 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 53 Taasesitamiseks klõpsake kujutist



elutruud helid, nt koera haukumise, äikse, jääkuubikute jne heli;

Helimärk
 HELMÄRK 54 Taasesitamiseks klõpsake kujutist



muud helimärgis sisalduvad helid, mis ei kuulu eelmistesse kategooriatesse. Lisaks võivad helimärgid hõlmata eespool nimetatute kombinatsioone, nagu näiteks:

Helimärk
 HELMÄRK 55 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

3.2. Visuaalne võrdlus

Helimärgi visuaalne võrdlus ei ole võimalik isegi siis, kui helimärk on esitatud visuaalselt noodikirjas, ka siis, kui noodikiri sisaldab sõnaelemente.

3.3. Kõlaline võrdlus

Helimärkide korral on otsustav kõlaline võrdlus. Helimärke saab alati võrrelda kõlaliselt muude helimärkide ja multimeediamärkidega. Helimärke saab kõlaliselt võrrelda muud liiki kaubamärkidega, kui need koosnevad sõnaelemendist või sisaldavad seda (nt sõnamärgid, kujutismärgid või ruumilised märgid).

Allpool on mitteammendav loetelu aspektidest koos näidetega, mida arvestada helimärkide kõlalisel võrdlemisel, ning nende tavaline olulisus kaubamärkide võrdlemisel.

- Sõnaelemendid

Hääldatud sõnad võivad olla helimärkide ainuelemendid või üks elementidest (nt koos meloodiaga). Samuti võivad helimärgid sõnaelemente mitte sisaldada (nt ainult meloodia või ainult elutruu heli). Põhimõtteliselt võivad nii helimärkide sõnalised kui ka mittesõnalised elemendid mõjutada märkimisväärselt seda, kuidas asjaomane sihtrühm kaubamärki tajub. Eristusvõimelise sõnaelemendi esinemine helimärgis avaldab siiski tavaliselt olulist mõju sellele, kuidas asjaomane sihtrühm kaubamärki tajub.

Kaubamärkide kõlalisel võrdlemisel on Euroopa kohtute väljakujunenud kohtupraktika järgi sõna- ja kujutiselemente sisaldavate kombineeritud kaubamärkide korral tavaliselt sõnaelement see, millel on tarbija kõlaliselt tajule suurem mõju, sest tarbijad viitavad kaupadele ja teenustele tavaliselt nende nimetustega. See kohtupraktika näib olevat kohaldatav ka lauldavaid või kõneldavaid sõnu sisaldavate helimärkide suhtes: kõlaliselt on sõnaelemendil üldiselt tarbijale suurem mõju.

Sel põhjusel on eristusvõimeliste sõnaelementide kokkulangevus või sarnasus tavaliselt kaubamärkide kõlalise võrdluse tulemusele suurema mõjuga. Seega viib see suurema tõenäosusega järeldotseni teatud kõlalise sarnasuse olemasolu kohta.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 56 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 57 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: <i>kuigi helimärkides on erinevad hääled ja intonatsioonid, muudab eristusvõimelise sõnaelemendi „Gerivan“ esinemine mõlemas märgis need kõlaliselt sarnaseks.</i>	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 58 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 59 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: <i>kaubamärkides on ühine eristusvõimeline sõnaelement „Gerivan“, mis on mõlemas selgelt kuuldav ja äratuntav. Seega on kaubamärgid teatud määral kõlaliselt sarnased.</i>	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 60 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 61 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: <i>kuigi helimärkide alguses olevad sõnaelemendid ja hääled on erinevad ning ühes kaubamärgis ei ole meloodiat, on märkides sama eristusvõimeline sõnaelement „Gerivan“, mis on mõlemas märgis kuuldav ja äratuntav. Seega on kaubamärgid teatud määral kõlaliselt sarnased.</i>	

Kahe helimärgi sarnasus ei ole siiski välistatud, kui sõnaelemendid erinevad, kuid kaubamärkidel on muu ühine eristusvõimeline aspekt, eriti meloodia, nagu järgmises näites.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 62 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 63 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi helimärkide sõnaelemendid ja hääled on erinevad, muudab eristusvõimelise sama meloodia esinemine mõlemas kaubamärgis need teatud määral kõlaliselt sarnaseks.	

Peale selle on kaks helimärki juhul, kui neil on ühine sõna, mida oluline osa asjaomasest sihtrühmast tuvastab sama või sarnase eristusvõimelise sõnana, põhimõtteliselt teatud määral kõlaliselt sarnased isegi siis, kui seda hääldatakse kahe eri keele hääldusreeglite järgi / kahe erineva hääle poolt / kahe erineva aktsendiga.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 64 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 65 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi kaubamärke hääldavad kaks eri häält ja kahe keele hääldusreeglite järgi, on neil siiski kõlaline sarnasus, sest oluline osa sihtrühmast tuvastab sarnase eristusvõimelise sõna.	

Kui sõnaelemente sisaldavaid helimärke võrreldakse sõnaelemente sisaldavate teist liiki kaubamärkidega, toob eristusvõimeliste sõnaelementide, mida oluline osa asjaomasest sihtrühmast sellisena tuvastab, kokkulangevus või sarnasus põhimõtteliselt kaasa järelduse kõlalise sarnasuse kohta. Arvestada tuleb sõnaelemendi taasesitamise meetodit. See tähendab, et kuigi sõnamärgi hääldus on määratletud asjaomase sihtrühma hääldusreeglitega, on see teisiti helimärgi korral, mille kõlalise taju määrab kaubamärgi kõla.

Seda silmas pidades sõltub sama sõnaelemendiga helimärgi ja teist liiki kaubamärgi (nt sõna- või kujutismärgi) sarnasuse aste sellest, kuidas täpselt ühine element helimärgis kõlab, näiteks kui helimärgis sisalduvat sõnaelementi lauldakse, on kaubamärgid teatud määral kõlaliselt sarnased, kuid kui seda öeldakse tavalise intonatsiooniga, järgides eespool nimetatud hääldusreegleid, võib kaubamärke pidada kõlaliselt vähemalt väga sarnasteks.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud helimärk
	 HELMÄRK 66 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: vaidlustatud märk koosneb kõneldavast sõnaelemendist „Gerivan“. Vaidlustatud helimärgi hääldus ei erine sellest, kuidas asjaomane sihtrühm võiks hääldada sõna „Gerivan“, mis on ühtlasi varasema kaubamärgi ainus kõlaline element. Seega on kaubamärgid kõlaliselt vähemalt väga sarnased.	

- **Muusikaelemendid (nt meloodia, harmoonia, rütm)**

Eristusvõimelise meloodia sisaldumine helimärgis avaldab olulist mõju sellele, kuidas asjaomane sihtrühm kaubamärki tajub, ning mõjutab seega oluliselt sellise kaubamärgi kõlalist võrdlust.

Üldreeglina ei välista muu pilli, tempo või rütmi kasutamine kahe kaubamärgi pidamist sarnaseks, kui meloodia ise kui helide rütmiline jada on identne või tuvastatav sama meloodiana, mida illustreerivad järgmised näited.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 67 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 68 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad helimärgid koosnevad samast eristusvõimelisest meloodiast. Seega on need kõlaliselt sarnased, kuigi neid esitatakse kahel eri pillil.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 69 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 70 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad helimärgid koosnevad samast eristusvõimelisest meloodiast, mida esitatakse samal pillil. Seega on need kõlaliselt sarnased, kuigi rütm erineb.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 71 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 72 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad helimärgid koosnevad samast eristusvõimelisest meloodiast. Seega on need kõlaliselt sarnased, kuigi neid mängitakse eri tempoga.	

Peale selle on kaks meloodiat sarnased, kui need sisaldavad variatsioone, mis ei suuda muuta oluliselt foneetilist üldmuljet.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 73 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 74 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi vaidlustatud kaubamärgi meloodia veidi erineb, on kaubamärgid kõlaliselt sarnased.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 75 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 76 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi mõlema kaubamärgi meloodia koosneb samast nootide jadast, on rütm ja harmoonia erinevad ning loovad erineva foneetilise üldmulje. Seega on kaubamärgid kõlaliselt erinevad.	

Samas on kaks kaubamärki, mis sisaldavad eri meloodiaid, mida esitatakse samal pillil, tavaliselt kõlaliselt erinevad.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 77 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 78 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: märkides sisalduvad eristusvõimelised meloodiad on erinevad. Nende esitamine samal pillil ei saa muuta kaubamärke kõlaliselt sarnaseks. Kaubamärgid on kõlaliselt erinevad.	

Eristusvõimeliste meloodiate kokkulangevus või sarnasus avaldab tavaliselt olulist mõju kaubamärkide kõlalise võrdluse tulemusele, isegi kui üks kaubamärkidest sisaldab ka sõnaelementi või mõlemad sisaldavad eri sõnaelementi. Seega toob meloodiate kokkulangevus või sarnasus suurema tõenäosusega kaasa järelduse teatud kõlalise sarnasuse kohta, olenevalt muu hulgas selle meloodia eristusvõimest ja sõnaelemendi eristusvõimest.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 79 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 80 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi helimärkide sõnaelemendid ja hääled on erinevad, muudab eristusvõimelise sama meloodia esinemine mõlemas kaubamärgis need teatud määral kõlaliselt sarnaseks.	

Samuti tuleb meeles pidada, et eri kaubamärgiliikide olemuse tõttu on ühise meloodia võimalus olemas ainult multimeediamärkide korral, sest see on ainus muu kaubamärgiliik, mis sisaldab heli.

Varasem helimärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 HELMÄRK 81 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 30 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad märgid sisaldavad eristusvõimelist sama meloodiat ja häält. Seega on märgid täiendavate helielementide puudumise tõttu kõlaliselt identsed.	

- Elutruud helid

Eristusvõimeliste elutruude helide kokkulangevus või sarnasus heli- või multimeediamärkides toob üldiselt kaasa järelduse kõlalise sarnasuse kohta. Sarnasus sõltub muu hulgas sellest, kas ühes või mõlemas märgis esineb muid eristusvõimelisi elemente.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 82 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 83 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemad helimärgid koosnevad üksnes koera või koerte haukumise häälest. Seega, et koerte haukumine kõlab sarnaselt, on kaubamärgid teatud määral kõlaliselt sarnased.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 84 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 85 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemad helimärgid koosnevad üksnes linnuhäälest. Samas on nende lindude tekitatavad hääled nii erinevad, et see muudab märgid kõlaliselt erinevaks.

Elutruude helide kõlalise sarnasuse hindamisel arvestatakse eespool käsitletud elemente ja aspekte (helikõrgused, rütm või muud aspektid). Nagu märgitud eespool seoses meloodiaga, on multimeediamärgid ainus kaubamärgiliik, mis võib veel sisaldada sama või sarnast elutruud heli kui need, mis sisalduvad helimärkides.

- Muud aspektid

Üksnes muude aspektide (nt intonatsiooni, hääle jt) kokkulangevus kahes kaubamärgis avaldab kaubamärkide kõlalisele võrdlusele väiksemat mõju isegi siis, kui need aspektid toetavad teatud määral kaubamärgi eristusvõimet.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 86 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 87 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: märgid koosnevad kahest erinevast eristusvõimelisest sõnast, mida hääldatakse sama hääle ja intonatsiooniga. Viimane ei ole piisav, et pidada kaubamärke kõlaliselt sarnaseks. Kaubamärgid on kõlaliselt erinevad.

Helimärkide ja liikumis- või multimeediamärkide võrdluse eripära selgitatakse üksikasjalikumalt punktides, mis käsitlevad liikumismärke⁽³⁰⁾ ja multimeediamärke⁽³¹⁾.

3.4. Mõisteline võrdlus

Kaht helimärki ning helimärke ja teist liiki kaubamärke saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste.

Kui helimärk sisaldab sõnaelemente, tuleb kaubamärgi mõiste määramisel arvestada nende tähendust. Järgmises näites võrreldakse mõisteliselt (eristusvõimelisi) mõisteid „banaan“ ja „kartul“.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 88	 HELMÄRK 89

⁽³⁰⁾ Vt C osa – 4. jagu (liikumismärkide võrdlus).

⁽³¹⁾ Vt C osa – 5. jagu (multimeediamärkide võrdlus).

Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: märkide sõnaelementidel on eri tähendused, nimelt „banaan“ ja „kartul“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt erinevad.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 90 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 91 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad märgid sisaldavad sama eristusvõimelist sõnaelementi „banana“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt identsed.	

Samamoodi tuleb siis, kui kaubamärk sisaldab elutruud heli, arvestada helimärgi mõiste määramisel selle tähendust.

Varasem helimärk	Vaidlustatud helimärk
 HELMÄRK 92 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HELMÄRK 93 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad kaubamärgid koosnevad ainult lehma ammutamise taasesitusest ning kuigi hääli on erinev, on mõiste identne.	

Üksnes meloodiaid sisaldavatel helimärkidel tõenäoliselt mõiste puudub.

Arvestades eespool esitatud põhimõtet, et helimärki saab mõisteliselt võrrelda teist liiki kaubamärgiga, kui on võimalik tuvastada mõiste, käsitletakse alljärgnevas näites tehtavas varasema helimärgi ja vaidlustatud kujutismärgi mõistelises võrdluses mõistet „banaanid“.

Varasem helimärk	Vaidlustatud kujutismärk
 HELMÄRK 94 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	
Põhjendus: varasem kaubamärk koosneb sõnaelemendi „bananas“ hääldamisest, vaidlustatud kaubamärk banaanide kujutisest. Seega on kaubamärgid mõisteliselt identsed.	

4. Liikumismärkide võrdlus

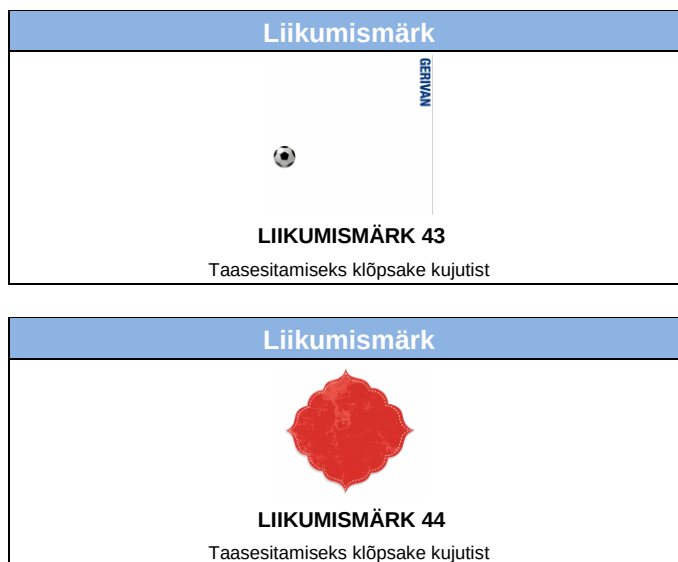
4.1. Elementide kategooriad

Liikumismärk on märk, mis koosneb märgielementide liikumisest või asukoha (ja/või värvi(de)) vahetusest või laieneb sellele⁽³²⁾. See hõlmab elementide kombinatsioone, mida võib klassifitseerida järgmiselt:

- sõnaelementid;
- kujutiselementid;

⁽³²⁾ Vt A osa – punkt 1.2 (liikumismärgid).

- sõna- ja/või kujutiselementide liikumine ja/või muutumine.



4.2. Visuaalne võrdlus

Kahe liikumismärgi visuaalsel võrdlemisel tuleb arvestada kaubamärkide elementide (sõna- ja/või kujutiselemendid ning nende liikumine või muutumine) kokkulangevust või sarnasust.

Liikumismärke saab võrrelda visuaalselt ka teist liiki kaubamärkidega, v.a helimärkidega.

Sõna- ja/või kujutiselemendid võivad ilmuda märgi reproduktsioonil ainult teatavaks ajaks ning seejärel kaduda või muutuda teiseks elemendiks. Seda silmas pidades peavad elemendid, mis toovad kaasa tähiste sarnasuse, ilmuma piisavaks ajaks, mis võimaldab tarbijal neid tajuda / ära tunda.

Allpool on mitteammendav loetelu aspektidest koos näidetega, mida arvestada liikumismärkide visuaalsel võrdlemisel (kui asjakohane), ning aspektide olulisus tähiste võrdlemisel.

- Sõnaelemendid

Kehtivad üldised sõnamärkide ja sõnaelemente sisaldavate kujutismärkide võrdlemise kriteeriumid.

Eristusvõimelist sõnaelementi (sõnaelemente) sisaldavad liikumismärgid on tõenäoliselt visuaalselt sarnased muu liikumismärgiga, mis sisaldab sama või sarnast eristusvõimelist sõnaelementi. Liikumismärgis sisalduvatel eristusvõimelistel sõnaelementidel võib olla tarbijale tugevam mõju kui teistel visuaalelementidel (kujutiselementidel, liikumisel või muul muutusel endal), kuigi võrdlemisel tuleb arvestada tähiseid tervikuna.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIIKUMISMÄRK 45 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 46 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: liikumismärkidel on ühine eristusvõimeline sõnaelement „Gerivan“, mis on mõlemas märgis selgelt äratuntav. Seega on märgid visuaalselt sarnased.

Kui kahes eri liiki kaubamärgis (nt sõnamärgid, kujutismärgid, ruumilised märgid või multimeediamärgid) on samad või sarnased eristusvõimelised sõnaelemendid, peetakse põhimõtteliselt kaubamärke teatud määral visuaalselt sarnasteks isegi siis, kui nendes võib olla ka kõlalisi elemente (nt multimeediamärgis).

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 LIIKUMISMÄRK 47 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 31 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemad märgid sisaldavad visuaalelementi, mis koosneb sõnaelemendist „Gerivan“ sellises järjestuses: GE-RI-VAN Gerivan, ning samadest värvidest. Kuigi kiirus, millega tähed ilmuvad, on erinev, on märgid visuaalselt sarnased.

- Kujutiselemendid

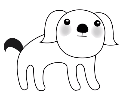
Eristusvõimeliste kujutiselementide kokkulangevus või sarnasus võib samuti tuua kaasa järelduse tähiste teatud visuaalse sarnasuse kohta. Eriti on see nii, kui ühine või sarnane kujutiselement on eraldi äratuntav või selle kontuur on sama või sarnane.

Sellisel juhul järeldatakse tõenäoliselt sarnasuse olemasolu eelkõige siis, kui tarbija võib seda kujutiselementi selle suuruse, asukoha tõttu märgil ja/või värvi tõttu piisaval määral tajuda, arvestades eriti, et see liigub/muutub. Visuaalse sarnasuse määra hindamisel tuleb ühe tegurina arvesse võtta liikuvate/muutuvate elementide tähele panemise keerukust.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIIKUMISMÄRK 48 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 49 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemad märgid sisaldavad sarnase liikumisega sama kujutiselementi. Seega, kuigi vaidlustatud liikumismärk sisaldab eristusvõimelist sõnaelementi, on märgid visuaalselt sarnased.

Sama eristusvõimelise kujutiselemendi esinemine liikumis- ja teist liiki kaubamärkides (nt sõnamärkides, kujutismärkides, ruumilistes märkides või multimeediamärkides) võib tuua kaasa järelduse tähiste teatud visuaalse sarnasuse kohta olenevalt teiste elementide esinemisest või puudumisest, mis juhiks tähelepanu eemale tähise sellelt eristusvõimeliselt kujutiselemendilt.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIIKUMISMÄRK 50 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 50 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal märgil on sama joonistatud koera tegelane. Seega on kaubamärgid teatud määral visuaalselt sarnased, kuigi vaidlustatud kaubamärk sisaldab liikumist.

- **Elementide liikumine või muutumine**

o **Elementide liikumine**

Ainult see, et lihtne liigutus või liikumine on sama, ei too iseenesest kaasa visuaalset sarnasust.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIKUMISMÄRK 51 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 52 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kaubamärkidel on ühine lihtne liikumine, kuid nende eristusvõimelised sõnaelemendid erinevad. Seega on märgid visuaalselt erinevad.	

Ei saa siiski välistada, et konkreetne liikumine, mis on silmatorkav ja eristusvõimeline, võib olla piisav, et tuua kaasa liikumismärkide mõningane visuaalne sarnasus, kuigi neil on ka muid, erinevaid elemente – näiteks sõnaelemente.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIKUMISMÄRK 53 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 54 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi sõnaelemendid on kummalgi kaubamärgil erinevad, on kaubamärgid visuaalselt sarnased, arvestades ühist silmatorkavat liikumist ning pikslite klatri kujutise sarnast muljet.	

Elementide järgnevuse (ilmumisjärjekord) kokkulangevuse või erinevuse mõju liikumismärkide võrdlusele on väike.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIKUMISMÄRK 55 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 56 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: märgid koosnevad erinevatest sõnaelementidest, mis ilmuvad alates viimasest tähest kuni esimeseni. Sama ilmumise järjekord ei ole piisav, et kõrvaldada sõnaelementide erinevust. Seega on märgid visuaalselt erinevad.	

o **Elementide muutumine**

Peale elementide liikumise võivad liikumismärgid koosneda ka elementide mis tahes muust muutumisest, näiteks värvide muutusest või muust ühe elemendi teiseks muutumisest. Seega tuleb neid muutusi arvestada kaubamärkide visuaalse sarnasuse hindamisel.

Ainult asukoha muutuse või värvide muutuse kokkulangevus iseenesest avaldab tavaliselt kaubamärkide võrdlusele väiksemat mõju ega too põhimõtteliselt kaasa järeltust visuaalse sarnasuse kohta.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIIKUMISMÄRK 57 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 58 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: sama värvide vahetumise järjekord ei kaalu üles kaubamärkide erinevate kujutiselementide mõju. Seega on märgid visuaalselt erinevad.	

4.3. Kõlaline võrdlus

Sõnaelementideta liikumismärke ei saa kõlaliselt võrrelda. Samamoodi ei saa liikumismärke kõlaliselt võrrelda teist liiki kaubamärkidega, mis ei sisalda sõnaelemente kujutisena või hääldatuna.

Tajutavate sõnaelementidega liikumismärke saab kõlaliselt võrrelda sama või teist liiki kõlaliselt hinnatavate kaubamärkidega. Kehtivad üldised sõnamärkide ja sõnaelemente sisaldavate kujutismärkide võrdlemise kriteeriumid.

Eristusvõimelise sõnaelemendi esinemine liikumismärgis avaldab tavaliselt olulist mõju sellele, kuidas asjaomane sihtrühm liikumismärki kõlaliselt tajub. Sellest järeldub, et eristusvõimeliste sõnaelementide kokkulangevus või sarnasus avaldab tavaliselt mõju liikumismärkide kõlalise võrdluse tulemusele teiste liikumismärkide või teist liiki kaubamärkidega, suurendades tõenäosust, et järeldatakse teatud kõlalise sarnasuse olemasolu.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
 LIIKUMISMÄRK 59 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIIKUMISMÄRK 60 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad liikumismärgid koosnevad samast eristusvõimelisest sõnaelemendist „Gerivan“. Seega on kaubamärgid kõlaliselt identsed.	

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud liikumismärk
FRED LIIKUMISMÄRK 61 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	GERIVAN LIIKUMISMÄRK 62 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: liikumismärgid koosnevad erinevatest eristusvõimelistest sõnaelementidest „FRED“ ja „Gerivan“. Seega on kaubamärgid kõlaliselt erinevad.	

Kui kahes eri liiki kaubamärgis (nt sõnamärgid, kujutismärgid, ruumilised märgid, multimeedia- ja hologramm-märgid) on sama või sarnane eristusvõimeline sõnaelement, peetakse neid põhimõtteliselt teatud määral kõlaliselt sarnasteks.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
	 LIKUMISMÄRK 63 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad märgid sisaldavad eristusvõimelist sõnaelementi „Gerivan“. Seega on kaubamärgid kõlaliselt samad.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud liikumismärk
 HELIMÄRK 95 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 LIKUMISMÄRK 64 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kuigi kaubamärgid koosnevad eri sõnaelementidest „Gerivan“ ja „Berivan“, on nende hääldus ingliskeelsele sihtrühmale sarnane. Seega on kaubamärgid kõlaliselt sarnased.	

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 LIKUMISMÄRK 65 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 32 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: varasem liikumismärk sisaldab eristusvõimelist sõnaelementi „Gerivan“ ning vaidlustatud multimeediamärgi heli koosneb samast sõnaelemendist „Gerivan“ hääldatuna. Seega on kaubamärgid kõlaliselt vähemalt väga sarnased.	

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 LIKUMISMÄRK 66 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 33 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: varasem liikumismärk sisaldab eristusvõimelist sõnaelementi „GERIVAN“ kirjutatuna ning vaidlustatud multimeediamärgi heli koosneb samast sõnaelemendist „Gerivan“ laulduna ja kolm korda korratuna. Seega on kaubamärgid kõlaliselt teatud määral sarnased.	

4.4. Mõisteline võrdlus

Kaht liikumismärki ning liikumismärke ja teist liiki kaubamärke saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste.

Kui liikumismärk sisaldab sõna- ja/või kujutiselemente, millel on mõiste, tuleb kaubamärgi mõiste määramisel arvestada nende tähendust. Liikumismärgi elementide liikumisel või muutumisel iseenesest ei ole tõenäoliselt mõistet. Sellest tuleneb, et kui liikumismärgi moodustavatel elementidel ei ole mõistet, ei anna elementide liikumine või muutumine iseenesest tõenäoliselt sellele kaubamärgile mõistet.

Varasem sõnamärk	Vaidlustatud liikumismärk
BANANA	 LIKUMISMÄRK 67 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: varasem märk koosneb sõnaelemendist „Banana“. Vaidlustatud liikumismärk koosneb liikuvalt sõnaelemendist „Banana“. Mõlema märgi mõiste on „banaan“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt identsed.	

Liikumine võib siiski kinnitada, lisada või mõnel juhul muuta liikuva elemendi mõistet.

Kombinatsioonis elemendiga võib liikumine selle mõistet kinnitada.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
	 LIKUMISMÄRK 68 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kujutismärk koosneb palli viskava korvpalluri stoppkaadrist, liikumismärgis on sama palli viskav korvpallur koos liikumisega. Elemendi kombineerimine liikumisega kinnitab algset mõistet „palli viskav korvpallur“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt identsed.	

Kombinatsioonis elemendiga võib liikumine lisada selle algsele mõistele uue mõiste.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
	 LIKUMISMÄRK 69 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kujutismärgi mõiste on „elefant“ või „joonistus elevandist“. Selle joonistuse kombinatsioon tantsuliikumisega lisab algsele mõistele uue, nimelt mõiste „joonisfilm tantsivast elevandist“. Seega on kaubamärgid mõisteliselt teatud määral sarnased.	

Kombinatsioonis elemendiga võib liikumine muuta selle mõistet.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud liikumismärk
	 LIKUMISMÄRK 70 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: kujutismärk on käe kujutis, samas kui liikumismärk on käsi tegemas žesti, mis tähendab mitmes ELi riigis „nii ja naa“. Seega muudab käe kombineerimine liigutusega algset „kää“ mõistet ja kaubamärgid on mõisteliselt erinevad.

5. Multimeediamärkide võrdlus

5.1. Elementide kategooriad

Multimeediamärgid on kaubamärgid, mis koosnevad pildi ja heli kombinatsioonist või laienevad sellele. Seega võib seda liiki kaubamärgis tuvastada kaks elementide kategooriat:

- visuaalsed elemendid (graafiliselt kujutatud sõnaelemendid, kujutiselemendid ning sõna- ja/või kujutiselementide liikumine või muutumine⁽³³⁾);
- helielemendid (lauldavad või kõneldavad sõnaelemendid, muusikaelemendid, elutruud helid ja muud helid⁽³⁴⁾).

Tegur, mis muudab multimeediamärgid ainulaadseks, on kujutiste ja helide vastastiktoime ning ühe võimalik mõju teisele. See aspekt võib mõjutada nende tähiste võrdlust.

Heli- ja liikumismärkide võrdlemiseks kehtestatud kriteeriumid võivad olla multimeediamärkide võrdlemise aluseks, kuid arvestada tuleb ka visuaalsete ja kõlaliste aspektide võimalikku vastastiktoimet.

5.2. Visuaalne võrdlus

Multimeediamärke saab alati võrrelda visuaalselt teiste multimeediamärkidega. Visuaalsel võrdlemisel kehtivad üldiselt liikumismärkide visuaalse võrdluse põhimõtted.

Samamoodi saab multimeediamärki visuaalselt võrrelda teist liiki kaubamärkidega, v.a helimärkidega.

Allpool on mitteamendav loetelu multimeediamärkide visuaalsel võrdlemisel arvestatavatest aspektidest (kui asjakohane) koos näidetega.

- Graafiliselt kujutatud sõnaelemendid

Põhimõtteliselt on olemas teatud visuaalne sarnasus kahe multimeediamärgi vahel, millel on samad või sarnased graafiliselt kujutatud eristusvõimelised sõnaelemendid (liikumatud või liikuvad).

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 34 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 35 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal multimeediamärgil on sõnaelemendi „Gerivan“ sama kujutis. Kuigi varasem märk sisaldab ka liikuvat kujutiselementi, on märgid teatud määral visuaalselt sarnased.

⁽³³⁾ Vt C osa – punkt 4.1 – elementide kategooriad (liikumismärgid).

⁽³⁴⁾ Vt C osa – punkt 3.1 – elementide kategooriad (helimärgid).

Kui multimeediamärgil ja muud liiki kaubamärgil (nt sõnamärgil, kujutismärgil, ruumilisel märgil või hologramm-märgil) on sama või sarnane eristusvõimeline graafiliselt kujutatud sõnaelement, peetakse tähiseid põhimõtteliselt teatud määral visuaalselt sarnasteks.

Varasem sõnamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
BANANA	ba na MULTIMEEDIAMÄRK 36 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhijendus: varasem sõnamärk sisaldab ainult üht eristusvõimelist sõnaelementi „BANANA“, vaidlustatud multimeediamärk koosneb videost, mis näitab sõnaelementi „banana“ koos liikumise ja heliga. Ühine eristusvõimeline sõnaelement „banana“ toob kaasa järelduse visuaalse sarnasuse kohta.	

- Kujutiselemendid

Põhimõtteliselt on olemas teatud visuaalne sarnasus kahe multimeediamärgi vahel, millel on samad või sarnased eristusvõimelised kujutiselemendid (liikumatud või liikuvad).

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 37 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 38 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhijendus: mõlemad multimeediamärgid koosnevad identsest suud avava lehma näo kujutisest erinevate graafiliselt kujutatud sõnaelementidega. Seega on märgid visuaalselt teatud määral sarnased.	

Kui multimeediamärgil ja muud liiki kaubamärgil (nt sõnamärgil, kujutismärgil, ruumilisel märgil, või hologramm-märgil) on samad või sarnased eristusvõimelised kujutiselemendid (liikumatud või liikuvad), peetakse tähiseid põhimõtteliselt teatud määral visuaalselt sarnasteks.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
	 MULTIMEEDIAMÄRK 39 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhijendus: varasem kaubamärk koosneb stiliseeritud koerakujutisest, vaidlustatud kaubamärk kujutab sama koera liikumas, hüppamas ja haukumas. Asjaolu, et vaidlustatud märgil koer liigub, ei ole piisav, et juhtida tähelepanu koeralt eemale. Seega on märgid visuaalselt sarnased.	

5.3. Kõlaline võrdlus

Siin dokumendis kehtestatud põhimõtted heli- ja liikumismärkide kõlaliseks võrdluseks kehtivad üldiselt ka multimeediamärkide korral.

Multimeediamärke saab alati võrrelda kõlaliselt teiste multimeediamärkide ja helimärkidega. Peale selle saab multimeediamärke kõlaliselt võrrelda teist liiki kaubamärkidega, kui need koosnevad sõnaelemendist või sisaldavad seda (nt sõnaelement kujutismärgis või ruumilises märgis).

Põhimõtteliselt võrreldakse foneetiliselt nii multimeediamärgi lauldavaid või kõneldavaid sõnaelemente kui ka graafiliselt kujutatud sõnaelemente. Lauldavad või kõneldavad sõnaelemendid võivad mõjutada graafiliselt kujutatud sõnaelementide foneetilist tajut.

Olenemata sellest, kas võrreldavates kaubamärkides on sama element, arvestatakse tähiste kõlalisel võrdlemisel multimeediamärgi üldmuljet, sh graafiliselt kujutatud sõnaelemente ja heli.

- **Sõnaelemendid**

o **Graafiliselt kujutatud sõnaelemendid**

Põhimõtteliselt on teatud määral kõlaline sarnasus olemas, kui multimeediamärk sisaldab eristusvõimelist graafiliselt kujutatud sõnaelementi (liikumatu või liikuvat), mis on sama kui teise kaubamärgi sõnaelement või sellega sarnane (lauldav, kõneldav või graafiliselt kujutatud, nagu asjakohane).

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 40 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 41 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: <i>kuigi märkide muusikaelemendid erinevad, viidatakse mõlemale märgile graafiliselt kujutatud sõnaelemendiga „Gerivan“. Seega on need kõlaliselt teatud määral sarnased.</i>	

Varasem helimärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 HELMÄRK 96 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 42 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: <i>varasema helimärgi sõnaelement on kõneldav ning vaidlustatud multimeediamärgis kujutatakse seda graafiliselt. Et asjaomane ingliskeelne sihtrühm hääldab multimeediamärgi graafiliselt kujutatud elementi sarnaselt varasema kaubamärgi kõlaga, on märgid kõlaliselt teatud määral sarnased.</i>	

o **Lauldavad või kõneldavad sõnaelemendid**

Põhimõtteliselt on teatud määral kõlaline sarnasus olemas, kui multimeediamärgi lauldav või kõneldav sõnaelement on sama kui teises kaubamärgis tajutav sõnaelement või sellega sarnane (lauldav, kõneldav või graafiliselt kujutatud, nagu asjakohane).

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 43 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 44 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: kuigi varasemas kaubamärgis kõneldava ja vaidlustatud kaubamärgis lauldava eristusvõimelise sõnaelemendi „Gerivan“ hääldus, intonatsioon ja hääli erinevad, on kaubamärgid kõlaliselt sarnased.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 LIKUMISMÄRK 71 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 45 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: varasemas märgis kujutatakse sõna „Gerivan“ graafiliselt, vaidlustatud multimeediamärgis seda ainult lauldakse. Sõnaelemendi kõla vaidlustatud kaubamärgis kuulduna sarnaneb varasemas kaubamärgis graafiliselt kujutatud sõnaelemendi „Gerivan“ hääldusele inglise keeles. Kaubamärgid on teatud määral kõlaliselt sarnased.

- o **Graafiliselt kujutatud ning lauldavate või kõneldavate sõnaelementide kombinatsioon**

Nagu märgitud eespool, võivad multimeedia märgid sisaldada ka nii lauldavaid või kõneldavaid kui ka graafiliselt kujutatud sõnaelemente.

Sellisel juhul tuleb kõlalisel võrdlemisel arvestada nii lauldavaid või kõneldavaid kui ka graafiliselt kujutatud sõnaelemente.

Peale selle võib juhul, kui graafiliselt kujutatud sõnaelemendi juurde kuulub lauldav või kõneldav sõnaelement, mõjutada viimane graafiliselt kujutatud sõnaelemendi hääldust. Olenevalt konkreetsest juhtumist ei saa siiski välistada, et multimeediamärgis sisalduvat graafiliselt kujutatud sõnaelementi hääldatakse sellegipoolest vastavalt asjaomase sihtrühma hääldusreeglitele.

Varasem sõnamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
GERIVAN	 MULTIMEEDIAMÄRK 46 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: varasem sõnamärk koosneb sõnaelemendist „Gerivan“, mida hääldatakse asjaomase ingliskeelse sihtrühma hääldusreeglite järgi, ning vaidlustatud multimeediamärk koosneb graafiliselt kujutatud sõnaelemendist „Gerivan“ koos sama sõnaelemendi helilise esitusega hispaania keeles hääldatuna. Sellisel juhul tuleb arvestada võimalust, et ingliskeelne sihtrühm võib hääldada vaidlustatud märgi sõnaelementi vastavalt inglise keele hääldusreeglitele, kuigi vaidlustatud kaubamärk sisaldab sõna „Gerivan“ hispaania häälduse heli. Kaubamärgid on teatud määral kõlaliselt sarnased.

- **Muusikaelemendid ja elutruud helid**

Ühise meloodia või elutruu heli võimalus on olemas ainult multimeedia- ja helimärkide korral, sest need on ainsad kaubamärgiliigid, mis võivad sisaldada selliseid helisid.

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 47 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 48 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal helimärgil on sama eristusvõimeline meloodia. Kuigi mõlemad multimeediamärgid sisaldavad eri kujutiselemente, ei ole neil mõju kõlalisele võrdlusele. Seega on kaubamärgid kõlaliselt identsed.

Varasem helimärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 HELMÄRK 97 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 49 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal helimärgil on sama eristusvõimeline meloodia. Kuigi vaidlustatud multimeediamärk sisaldab ka graafiliselt kujutatud sõnaelementi ja kujutiselementi, on kaubamärgid kõlaliselt teatud määral sarnased.

Varasem multimeediamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 MULTIMEEDIAMÄRK 50 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 51 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal helimärgil on sama eristusvõimeline meloodia. Kuigi kaubamärgid sisaldavad ka graafiliselt kujutatud sõnaelemente, mille kõlaline tajutaj on erinev, on kaubamärgid kõlaliselt teatud määral sarnased.

Varasem helimärk	Vaidlustatud multimeediamärk
 HELMÄRK 98 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 MULTIMEEDIAMÄRK 52 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: mõlemal kaubamärgil on sama elutruu heli. Seega on kaubamärgid kõlaliselt identsed.

5.4. Mõisteline võrdlus

Põhimõtteliselt võib multimeediamärgil olla mõiste. Seega võib sarnaselt liikumis- ja helimärkide korral kasutatava käsitusviisiga võrrelda multimeediamärke mõisteliselt, kui need edastavad mõistet. Kaubamärgi mõistelisel hindamisel tuleb pöörata tähelepanu ka heli ja visuaalelementide vastastiktoimele, sest see võib mõjutada kaubamärgi üldmuljet ja/või tähendust. Multimeediamärgi võrdlemisel võib kõlalise elemendi mõju teatud juhtudel muuta tähise mõistelist tajumist.

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud multimeediamärk
	 MULTIMEEDIAMÄRK 53 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad märgid edastavad mõistet „banaan“. Seega on need mõisteliselt identsed.	

Varasem sõnamärk	Vaidlustatud multimeediamärk
ALARM	 MULTIMEEDIAMÄRK 54 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: varasem märk koosneb sõnaelemendist „ALARM“ ja vaidlustatud kaubamärk tervikuna edastab sarnast mõistet. Seega on kaubamärgid mõisteliselt vähemalt sarnased.	

6. Hologramm-märkide võrdlus

Hologramm-märkide sarnasuse hindamisel on peamine neid iseloomustav eriomadus holograafiline efekt. Sellel ei ole siiski märgile sellist erimõju, mis nõuaks sarnasuse hindamisel eritähelepanu. Seega tuleb lähtuda traditsiooniliste kaubamärkide ja liikumismärkide korral väljakujunenud põhimõtetest ka hologramm-märkide või hologramm-märkide ja teist liiki kaubamärkide sarnasuse hindamisel.

6.1. Elementide kategooriad

Hologramm-märgid on märgid, mis koosnevad holograafilistest elementidest. Hologramm-märkides on võimalik tuvastada kolme elementide kategooriat:

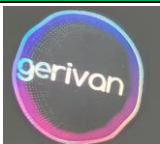
- sõnaelemendid;
- kujutiselemendid;
- holograafiline efekt.

6.2. Visuaalne võrdlus

Kahe hologramm-märgi visuaalsel võrdlemisel tuleb arvestada kaubamärkide elementide (sõna- ja/või kujutiselemendid ning holograafiline efekt) kokkulangevust või sarnasust.

Hologramm-märgis toimib märgi kujutamises esinev liikumine või muutumine ainult holograafilise efekti näitamiseks ning visuaalses võrdluses tuleb arvestada ainult seda efekti.

Identne või sarnane holograafiline efekt iseenesest ei too tavaliselt kaasa järeldust visuaalse sarnasuse kohta, kui sarnasust ei leita võrreldavate tähist sõna- või kujutiselementides. Kaks tähist võivad samade või sarnaste eristusvõimeliste sõna- või kujutiselementide tõttu olla visuaalselt sarnased isegi siis, kui holograafiline efekt erineb.

Varasem hologramm-märk	Vaidlustatud hologramm-märk
 HOLOGRAMM-MÄRK 9	 HOLOGRAMM-MÄRK 10

Taasesitamiseks klõpsake kujutist	Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: märgid sisaldavad sama sõnaelementi „Gerivan“ ja väga sarnast kujutiselementi. Seega on märgid visuaalselt sarnased.	

Hologramm-märke saab visuaalselt võrrelda ka teist liiki kaubamärkidega, v.a helimärkidega.

Varasem liikumismärk	Vaidlustatud hologramm-märk
 LIIKUMISMÄRK 72 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 11 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: mõlemad kaubamärgid koosnevad sama värvikombinatsiooniga ringist, mille keskel on sama eristusvõimeline sõnaelement „Gerivan“. Kuigi varasem kaubamärk sisaldab liikumist ja vaidlustatud kaubamärk holograafilist efekti, on kaubamärgid visuaalselt sarnased.	

6.3. Kõlaline võrdlus

Sõnaelementideta hologramm-märke ei saa kõlaliselt võrrelda.

Sõnaelementidega hologramm-märke saab kõlaliselt võrrelda sama või teist liiki kõlaliselt hinnatavate kaubamärkidega. Kehtivad üldised sõnamärkide ja sõnaelemente sisaldavate kujutismärkide võrdlemise kriteeriumid.

Varasem hologramm-märk	Vaidlustatud hologramm-märk
 HOLOGRAMM-MÄRK 12 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 13 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kaubamärgid sisaldavad sama sõnaelementi „Gerivan“ ja on seepärast kõlaliselt identsed.	

Varasem kujutismärk	Vaidlustatud hologramm-märk
 HOLOGRAMM-MÄRK 14 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 14 Taasesitamiseks klõpsake kujutist
Põhjendus: kaubamärgid sisaldavad sama sõnaelementi „Gerivan“ ja on seepärast kõlaliselt identsed.	

Varasem helimärk	Vaidlustatud hologramm-märk
 HELMÄRK 99 Taasesitamiseks klõpsake kujutist	 HOLOGRAMM-MÄRK 15 Taasesitamiseks klõpsake kujutist

Põhjendus: *kuigi sõnaelemendi „Gerivan“ hääldus võib erineda ning varasemas kaubamärgis seda lauldakse ja vaidlustatud kaubamärgis kujutatakse graafiliselt, on kaubamärgid teatud määral kõlaliselt sarnased.*

6.4. Mõisteline võrdlus

Kaht hologramm-märki ning hologramm-märki ja teist liiki kaubamärki saab mõisteliselt võrrelda, kui on võimalik tuvastada mõiste.

Kui hologramm-märk sisaldab sõnaelemente ja/või kujutiselemente, tuleb kaubamärgi mõiste määramisel arvestada nende tähendust.