Lieta Nr.A420209716
Lietas arhīva Nr. AA43-1736-17/19
ECLI:LV:ADAT:2017:1221.A420209716.1.S

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā 2017. gada 21. decembrī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnese referente K. Krastiņa,
tiesneses S. Gintere un S. Liniņa

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz /Nosaukums A/pieteikumu par Patentu valdes Apelācijas padomes 2016. gada 10. februāra lēmuma atcelšanu, sakarā ar /Nosaukums A/apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2017. gada 30. jūnija spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] 2014. gada 20. jūnijā Latvijā reģistrēta pieteicējas /Nosaukums A/(/valsts/) figurālā preču zīme /preču zīme/ (reģ. Nr./numurs/) 3. klases (atbilstoši 1957. gada 15. jūnija Nicas nolīgumu par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju zīmju reģistrācijai) precēm "kosmētiskie līdzekļi, proti, sejas krēmi, attīroši krēmi, acu ēnas, uzacu kontūrzīmuļi, tonālie krēmi, sejas pūderi, kosmētiskie vaigu sārtumi un kosmētiskie līdzekļi, kas izsmidzināmi ar pulverizatora palīdzību; līdzekļi dekoratīvās kosmētikas noņemšanai; nemedicīniski līdzekļi ādas kopšanai, proti, krēmi, losjoni, želejas, tonizējoši līdzekļi, tīrīšanas līdzekļi, skrubji, maskas un līdzekļi ādas attīrīšanai no atmirušām šūnām; smaržas, proti, odekoloni un tualetes ūdens pēc skūšanās; losjoni, proti, losjoni pēc skūšanās, sejas losjoni, smaržīgi ķermeņa losjoni, attīroši losjoni, losjoni ādas mitrināšanai; ķermeņa losjoni; barojoši krēmi, proti, barojoši krēmi ķermenim, krēmi ādas mitrināšanai, arī pretnovecošanās krēmi; skropstu tušas; acu kontūrzīmuļi; lūpu krāsas; kosmētiskie līdzekļi lietošanai pirms dekoratīvās kosmētikas; attīroši sejas krēmi; pūderis pūdernīcu iepakojumā; nemedicīniski sauļošanās līdzekļi; nemedicīniski ādas krēmi masāžas nolūkiem; nagu kopšanas līdzekļi; matu kopšanas un veidošanas līdzekļi, proti, šampūni, matu kondicionieri, matu lakas un želejas; ziepes; attīroši līdzekļi ķermenim; zobu balināšanas līdzekļi, proti, zobu pastas; ēteriskās eļļas; ēterisko vielu esences" un 35. klases pakalpojumiem "kosmētisko līdzekļu vairumtirdzniecības pakalpojumi; kosmētisko līdzekļu mazumtirdzniecības pakalpojumi; aģentūru pakalpojumi, kuras sniedz starpniecības pakalpojumus kosmētisko līdzekļu pirkšanā un pārdošanā; komerciāli starpniecības pakalpojumi attiecībā uz kosmētiskajiem līdzekļiem; kosmētisko līdzekļu mārketinga organizēšana; kosmētisko līdzekļu sagādes pakalpojumi citu personu labā (kosmētisko līdzekļu sagāde citu personu interesēs); kosmētisko līdzekļu preču noieta veicināšana citu personu labā; kosmētisko līdzekļu importa-eksporta aģentūru pakalpojumi; komercinformācijas aģentūru pakalpojumi kosmētisko līdzekļu jomā; kosmētisko līdzekļu mārketinga izpēte; kosmētisko līdzekļu paraugu izplatīšana; profesionālas konsultācijas kosmētisko līdzekļu komercdarījumu jomā" (turpmāk – apstrīdētā zīme).

[2] Trešās personas /Nosaukums B/ (/valsts/) vārdiskā preču zīme /preču zīme/ (reģ. Nr./numurs/) Latvijā reģistrēta 1994. gada 11. aprīlī 3. klases precēm "smaržas, ziepes, šampūni, kosmētiskie līdzekļi, nemedicīniskie tualetes līdzekļi; matu krāsošanas līdzekļi, matu kopšanas līdzekļi, matu losjoni un matu veidošanas līdzekļi, dezodoranti, kuri ietverti 3. klasē; līdzekļi matu nodzīšanai; pretsviedru līdzekļi; nemedicīniskais talks; kosmētiskie līdzekļi iedeguma veicināšanai; masāžas līdzekļi nemedicīniskiem nolūkiem; piedevas vannām, eļļas un sāļi vannām nemedicīniskiem nolūkiem; bārdas skūšanas līdzekļi; zobu pastas; ēteriskās eļļas; kosmētiskās maskas sejai, kosmētiskie tamponi, nagu kopšanas līdzekļi, nagu lakas; pumeks, kosmētiskie vates tamponi uz stingra turētāja, kosmētiskā vate";

vārdiskā preču zīme /preču zīme/ (reģ. Nr./numurs/) Latvijā reģistrēta 2003. gada 16. aprīlī 3. klases precēm - "smaržas, ziepes, šampūni, kosmētiskie līdzekļi, nemedicīniskie tualetes līdzekļi; matu krāsas; kondicionieri matiem, matu krāsošanas līdzekļi, losjoni matiem vai preparāti matu ieveidošanai; dezodoranti; depilatori; pretsviedru līdzekļi; nemedicīniskais talks; iedeguma veicināšanas līdzekļi (kosmētiskie); nemedicīniskie masāžas līdzekļi; piedevas vannām, eļļas vannām vai vannas sāļi nemedicīniskiem nolūkiem; skūšanās līdzekļi; zobu pulveri un pastas; ēteriskās eļļas; kosmētiskās maskas; kosmētiskās maskas sejai, nagu kopšanas līdzekļi, nagu lakas; pumeks, vates nūjiņas, vate nemedicīniskiem nolūkiem; parfimērijas smaržvielas, sausās smaržas, ar pūderi impregnēts papīrs kosmētiskām vajadzībām, ķermeņa tīrīšanas līdzekļi";

vārdiskā preču zīme /preču zīme/ (reģ. Nr./numurs/) Latvijā reģistrēta 2003. gada 12. jūnijā 35. klases pakalpojumiem

“skaistumkopšanas līdzekļu, personisko tualetes līdzekļu, kosmētisko līdzekļu, dekoratīvās kosmētikas līdzekļu, matu kopšanas līdzekļu, smaržu, ādas kopšanas līdzekļu, dezodorantu un pretsviedru līdzekļu vairumtirdzniecības pakalpojumi; pakalpojumi, kas saistīti ar uzņēmumu un mazumtirdzniecības veikalu izveidi; pakalpojumi, kas saistīti ar reklāmu un noieta veicināšanas materiālu izplatīšanu; pakalpojumi, kas saistīti uzņēmējdarbības vadību”;

figurālā preču zīme /preču zīme/ (reģ. Nr./nosaukums/) Latvijā reģistrēta 2004. gada 3. augustā 3. klases precēm “kosmētika un ādas kopšanas līdzekļi, proti, grima pamatkrēmi, korektori, skropstu tuša, plakstiņu ēnas, acu un/vai uzacu līniju vilkšanas zīmuļi, lūpukrāsa, lūpu zīmulis, lūpu balzams, sejas pūderi, iedeguma līdzekļi, vaigu sārtumi, mitrinošie kosmētikas līdzekļi, dekoratīvās kosmētikas noņemšanas līdzekļi; ķermeņa pūderis nemedicīniskiem nolūkiem; ziepes; vannas želeja, vannas eļļas, vannas sāļi, vannas līdzekļi pērlīšu veidā un kūstošas vannas bumbas; ādas kopšanas preparāti nemedicīniskiem nolūkiem, proti, losjoni, krēmi, ādas tīrīšanas līdzekļi, skrubji, maskas un ādu tonizējoši līdzekļi; matu kopšanas un matu veidošanas līdzekļi, proti, šampūni, matu balzami, matu laka un želeja; dezodoranti personiskām vajadzībām; sauļošanās līdzekļi; no saules aizsargājošas eļļas un losjoni; skūšanās līdzekļi; zobu pulveri un pastas; smaržas, tualetes ūdeņi, ēteriskās eļļas ķermenim, aromātiskās eļļas; nagu kopšanas līdzekļi; nagu laka; pumeks, kokvilnas nūjiņas un vate nemedicīniskiem nolūkiem; gaisa aromatizētāji, vīraki, kaltētu ziedlapiņu maisījums un aromatizēti sauso smaržu maisiņi; ar pūderi piesūcinātas kosmētiskās salvetes; ar losjonu piesūcinātas salvetes; piederumi un dāvanu komplekti no ādas un/vai matu kopšanas līdzekļiem” un 35. klases pakalpojumiem “mazumtirdzniecības veikalu pakalpojumi, tiešsaistes mazumtirdzniecības pakalpojumi, iepirkšanās pakalpojumi no mājām ar telefona starpniecību un iepirkšanās pakalpojumi, pārdošanas konsultantam ierodoties mājās, kas saistīti ar skaistumkopšanas produktiem, kosmētiku, tualetes piederumiem, ādas kopšanas līdzekļiem, matu kopšanas līdzekļiem, smaržām un sejas un ķermeņa kopšanas produktiem; datorizēti tiešsaistes pasūtījuma pakalpojumi, kas saistīti ar skaistumkopšanas produktiem, kosmētiku, ādas kopšanas līdzekļiem, smaržām un saistītām precēm” (turpmāk kopā – pretstatītās zīmes).

[3] 2014. gada 1. septembrī trešā persona vērsās Patentu valdes Apelācijas padomē (turpmāk – Padome) ar iebildumu par apstrīdētās zīmes reģistrāciju Latvijā.

Ar Padomes 2016. gada 10. februāra lēmumu iebilduma lietā Nr./numurs/(turpmāk – Lēmums) apmierināts trešās personas iebildums pret apstrīdētās zīmes reģistrāciju, atzīstot to par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu.

Lēmums pamatots ar turpmāk minēto.

[3.1] Apstrīdētā zīme reģistrācijai pieteikta 2013. gada 27. decembrī, savukārt /preču zīme/ preču zīmes (turpmāk – pretstatītās zīmes) reģistrācijai Latvijā pieteiktas 1992., 1999., 2001 un 2004. gadā. Tādējādi pretstatītās zīmes Padome atzina par agrākām zīmēm.

[3.2] Gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītās zīmes ir reģistrētas identiskām un līdzīgām 3. klases precēm. Apstrīdētā zīme reģistrēta arī pakalpojumiem 35. klasē, kurus var atzīt par identiskiem un līdzīgiem pretstatīto zīmju reģistrācijās ietvertajiem 35. klases pakalpojumiem. Tādējādi gan pieteicēja, gan trešā persona ir līdzīga profila uzņēmumi.

[3.3] Tieši vārdu salikumi /preču zīme/ un /preču zīme/ ir būtiski salīdzināmo zīmju uztverē. Apstrīdētās zīmes grafiskais izpildījums (izcelta vidusdaļa /vārds/) palīdz uztvert šo zīmi kā trīs vārdu salikumu. Zīmēs sakrīt to sākumdaļa THE, kas ir noteiktais artikuls angļu valodā, un beigu daļa /vārds/, kas tulkojumā no angļu valodas nozīmē /tulkojums/.

Atšķiras zīmju vidusdaļas: apstrīdētajā zīmē izmantots angļu valodas vārds /vārds/ (tulkojumā uz latviešu valodu – /tulkojums/), pretstatītajās zīmēs – angļu valodas vārds /vārds/ (tulkojumā uz latviešu valodu – /tulkojums/). Šajā gadījumā zīmju īpašnieku izņēmuma tiesības attiecas vārdu salikumiem /preču zīme/ un /preču zīme/ kopumā.

[3.4] Galvenais jautājums ir, vai vēlākā preču zīme attiecībā uz tās reģistrācijā aptvertajām precēm patērētāju uztverē var asociēties ar agrāko zīmi, radot iespaidu, ka šo preču izcelsme ir no tās pašas personas (tā paša komercdarbības dalībnieka) vai savstarpēji saistītām personām.

Lai gan apzīmējumu /vārds/ un /vārds/ semantika atšķiras, tā tomēr neizraisa klaji atšķirīgas asociācijas, jo nosauc cilvēka ķermeni un tā daļu. Agrāko zīmju popularitātes un atpazīstamības dēļ situācijā, kad gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītās zīmes ir veidotas pēc līdzīga principa, ir ticama iespēja, ka patērētājiem vēlākā – apstrīdētā zīme varētu asociēties ar agrāko, jau labi zināmo pretstatīto zīmi, un patērētāji vēlāko preču zīmi varētu uztvert kā agrākās preču zīmes vēl vienu jaunu variantu.

[3.5] Lielākā daļa no preču zīmēm, kas sākas ar vārdu /vārds/ un beidzas ar vārdu /vārds/, ir reģistrētas ārpus Eiropas Savienības un izteiktā grafiskā noformējumā. Preču zīmēs /preču zīme/, /preču zīme/, /preču zīme/, /preču zīme/, kas /valsts/ pastāv līdzās trešās personas zīmēm, vārdu tanning (sauļošanās), perfume (smaržas), color (krāsa), bead (piliens, krellīte, pērlīte) semantika ir krasi atšķirīga no salīdzināmo zīmju semantikas.

Nav izšķirošas nozīmes tam, ka četrās valstīs iebildums pret apstrīdēto zīmi ir noraidīts, nekonstatējot tās sajaukšanas iespēju ar trešās personas preču zīmēm. Katrā valstī var pastāvēt savi specifiski apstākļi, kuri ir vērtēti. No citās valstīs pieņemtajiem lēmumiem neizriet, ka būtu konstatēta trešās personas preču zīmju plaša pazīstamība vai reputācija, kā tas ir izskatāmajā gadījumā. Turklāt divi no šiem lēmumiem ir pārsūdzēti.

[3.6] Zīmēm ar labu reputāciju ir piešķirama plašāka aizsardzība, nekā zīmēm, kam šāda reputācija nav konstatējama. Apstrīdētā zīme konceptuāli ir tik tuva pretstatītajām zīmēm, ka pastāv iespēja, ka patērētāji apstrīdēto zīmi var asociēt ar plaši pazīstamo, ar augstu reputāciju apveltītā kosmētikas zīmola īpašnieku – trešo personu.

Apstrīdētās zīmes lietošana saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 3. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem var kaitēt trešās personas interesēm. Apstrīdētās zīmes lietošana dod iespēju negodīgi izmantot agrākās Kopienas preču zīmes reputāciju. Kaitējums var izpausties, piemēram, kā pretstatītās zīmes atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē. Apstrīdētās

zīmes ienākšana tirgū var apdraudēt ar reputāciju apveltītās pretstatītās zīmes ekskluzivitāti.

[4] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja 2016. gada 10. maijā vērsās Administratīvajā rajona tiesā ar pieteikumu par Lēmuma atcelšanu.

Pieteikumā norādīts turpmāk minētais.

[4.1] Apstrīdētā un pretstatītās zīmes ir vizuāli, fonētiski un semantiski pietiekami atšķirīgas, lai nepastāvētu iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

[4.2] Padome nav ņēmusi vērā, ka apstrīdētās zīmes sākuma daļa /vārds/ un beigu daļa /vārds/ norāda uz saistību ar veikalu, tirgošanu un tādējādi tā ir paskaidrojoša un aprakstoša, tai nepiemīt atšķirtspēja. Turklāt vārdiskā daļa /vārds/ ir ļoti izplatīta preču zīmju reģistrācijās pasaulē, Eiropas Savienībā un Latvijā attiecībā uz 3. un 35. klases precēm/pakalpojumiem.

[4.3] Apstrīdētā un pretstatītās zīmes līdzpastāv tādās valstīs kā Koreja, Japāna, Honkonga, Ķīna, Kanāda, ASV. Nevienā no minētajām valstīm netika konstatēta preču zīmju līdzība un netika izdots pagaidu reģistrēšanas atteikums.

[4.4] Latvijā atrodas 8 trešās personas veikali, kuru klienti ir pieraduši pie trešās personas piedāvātajām precēm un to vizuālā noformējuma un nesajauks šīs preces ar citām. Tādējādi apstrīdētās zīmes ienākšana Latvijas tirgū nevar apdraudēt ar reputāciju apveltītās pretstatītās zīmes ekskluzivitāti.

[4.5] Strīds starp pieteicēju un trešo personu par preču zīmju reģistrāciju pastāv arī citās valstīs, un Horvātijā, Turcijā, Sansalvadorā, Norvēģijā un Šveicē tika atzīts, ka apstrīdētā un pretstatītās zīmes ir uzskatāmas par atšķirīgām.

[5] Ar Administratīvās rajona tiesas 2017. gada 30. jūnija spriedumu pieteikums par Lēmuma atcelšanu noraidīts.

Spriedums pamatots ar turpmāk minēto.

[5.1] Tiesa konstatēja, ka apstrīdētā zīme Latvijā ir reģistrēta 2014. gada 20. jūnijā (*lietas 1. sējuma 109. lapa*), un ar Lēmumu tās reģistrācija atzīta par spēkā neesošu no reģistrācijas brīža. Ja tiesa atzīs Lēmumu par prettiesisku un to atcels, atjaunosies iepriekšējais stāvoklis – apstrīdētā zīme būs reģistrēta Latvijā, kas arī ir pieteicējas mērķis, vēršoties tiesā ar pieteikumu. Līdz ar to pieteikuma priekšmets ir Lēmuma atcelšana.

[5.2] Lēmums, ar kuru apstrīdētā zīme atzīta par spēkā neesošu, pamatots ar likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo daļu un $39.^3$ panta pirmo daļu.

Minētā likuma 7. panta pirmās daļas 2. punkts noteic, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja sakarā ar šīs preču zīmes identiskumu vai līdzību citas personas agrākai preču zīmei un attiecīgo preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

Lietā nav strīda par to, ka apstrīdētā zīme ir vēlāka, salīdzinot ar pretstatītajām zīmēm, un ka pakalpojumi un preces, kuriem reģistrētas salīdzināmās zīmes, ir identiski vai līdzīgi. Tātad būtiski ir noskaidrot, vai apstrīdētā zīme ir identiska vai līdzīga pretstatītajām zīmēm un vai pastāv iespēja, ka patērētāji salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas.

Likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 1. panta 6. punktā atšķirtspēja definēta kā apzīmējuma raksturīgo īpašību kopums, kas nodrošina iespēju atšķirt ar šo apzīmējumu marķētās kāda uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem; apzīmējuma atšķirtspējas vērtējums ir atkarīgs ne tikai no paša apzīmējuma rakstura, bet arī no patērētāju uztveres un attiecīgo preču vai pakalpojumu rakstura.

Tātad preču zīmju līdzības izvērtēšanā jāņem vērā ne vien preču zīmju kopīgie un atšķirīgie elementi, bet arī tas, kā preču zīmes uztver patērētājs.

[5.3] Preču zīmes pamatfunkcija ir garantēt preču vai pakalpojumu izcelsmes identitāti patērētājam jeb īstajam (gala) lietotājam, sniedzot tam iespēju bez jebkādas sajaukšanas atšķirt marķētās preces vai pakalpojumus no citiem, kam ir citāda izcelsme (*sk. Eiropas Kopienu Tiesas sprieduma lietā C-299/99 Philips v Remington [2002] 30. punktu*). Salīdzinot preču zīmes, jāveic to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums. Novērtējumam jābalstās uz preču zīmju kopiespaidu, tai pat laikā paturot prātā to distinktīvās (atšķirīgās) un dominējošās komponentes. Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāju uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtisks ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli (*sk. Eiropas Kopienu Tiesas sprieduma lietā C-251/95 Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997] 23. punkts un sprieduma lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co GmbH v Klijsen Handel BV [1999] 25. punktu*). Patērētāji patur atmiņā neprecīzu priekšstatu par agrāk zināmo zīmi, – tātad vizuāli, fonētiski vai jēdzieniski spilgtākajiem zīmju elementiem ir lielāka vai dominējoša loma šādā priekšstatā. Mazāka loma piešķirama elementiem ar zemāku atšķirtspēju – paskaidrojošiem apzīmējumiem, vienkāršiem grafiskiem elementiem, tipiskām etiķešu detaļām, telpiskām zīmēm arī, piemēram, tipiskai iepakojuma formai (standarta formas pudele) u. tml. Aprakstošu elementu, kas veido saliktas zīmes daļu, sabiedrība parasti neuzskata par atšķirtspējīgu un dominējošu elementu tajā kopiespaidā, ko sniedz šāda zīme (*sk. Eiropas Kopienu Tiesas Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. jūlija sprieduma lietā T-129/01 BUD & BUDMEN 53. punktu*).

Tātad preču zīmju līdzības izvērtēšanā jāņem vērā kopējais jeb vispārējais iespaids, ko veido gan kopīgie, gan atšķirīgie preču zīmju elementi. Un būtiskākās ir tieši kopīgās, nevis atšķirīgās iezīmes, jo kopīgie elementi parasti izraisa savstarpējas asociācijas un ietekmē patērētāja uztveri. Patērētāja uztveri un izvēli it īpaši ietekmē preču zīmes dominējošie elementi, jo elementiem ar mazāku atšķirtspēju patērētājs pievērš mazāku nozīmi.

[5.4] Apstrīdētā zīme ir figurāla zīme /preču zīme/, bet pretstatītās zīmes ir vārdiskas un viena figurāla zīme /preču zīme/.

Lai arī apstrīdētā zīme rakstiski veidota kā viens vārds bez atstarpēm, tomēr tās vidusdaļas /vārds/ izcēlums figurālajā zīmē ļauj to uztvert kā trīs vārdu /preču zīme/ salikumu. Arī fonētiski salīdzināmo zīmju izrunā ir izšķirami trīs vārdi.

Tiesa atzina, ka apstrīdētā zīme kompozicionāli ir veidota ļoti līdzīgi pretstatītajām zīmēm: tām ir vienāds garums, vienāds burtu skaits, izmantots viens burtveidols, identiskas sākuma un beigu daļas. Atšķirīgās zīmju vidusdaļas nepārprotami ir uztveramas tikai tad, ja patērētājs tās izlasa. Taču vidusmēra patērētājs parasti preču zīmi uztver kopumā, neveicot atsevišķu tās detaļu pārbaudi. Turklāt šajā gadījumā būtiski ir tas, ka apstrīdētā zīme ir figurāla. Tātad patērētājs to pamatā uztver vizuāli, neanalizējot saturisko nozīmi. Attiecīgi argumentiem par to, vai seja ir ķermeņa daļa un vai patērētājam ir iemesls seju asociēt kā vienu no ķermeņa elementiem, pēc būtības nav nozīmes. Lai arī procesa dalībnieki kā neapstrīdamu faktu uzsver, ka Latvijas patērētājam viennozīmīgi ir zināma angļu valodas vārdu /vārds/ un /vārds/ latviskā nozīme, tiesas ieskatā figurālo zīmju līdzības izvērtēšanā tam nav izšķirošs svars. Figurālās zīmes mērķis ir panākt, lai patērētājs tās veidolu iegaumētu neapzināti, sajūtu līmenī. Uzlūkojot figurālo zīmi, patērētāja zemapziņā rodas asociācijas, un tieši tās ir noteicošās, izvērtējot salīdzināmo zīmju līdzību. Būtisks ir arī apstāklis, ka patērētājs salīdzināmās zīmes neuztvers vienlaicīgi, bet gan ar zināmu laika intervālu, jo maz ticams, ka pieteicēja savus veikalus izvietos blakus trešās personas veikaliem vai ka salīdzināmo zīmju reklāmas tiks izvietotas blakus, tādējādi dodot iespēju patērētājam saskatīt salīdzināmo zīmju atšķirības. Līdz ar to patērētāju uztverē dominēs pirmais iespaids ar salīdzināmo zīmju kopīgajiem elementiem. Šo iemeslu dēļ tiesa uzskatīja, ka asociatīvā līmenī salīdzināmās zīmes ir līdzīgas un sajaucamas.

Pieteicējas viedoklim, ka trešās personas zīmola pastāvīgie patērētāji Latvijā zina, kur iegādāties šīs preces, tiesa daļēji piekrita. Taču patērētāju kopums ir lielums, kas nemitīgi mainās, un, pat ja kādai patērētāju daļai pastāv iespēja salīdzināmās zīmes sajaukt, ir pamats uzskatīt, ka to līdzās pastāvēšana nav pieļaujama.

[5.5] Saskaņā ar likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 8. panta pirmo daļu preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja šajā preču zīmē sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nav reģistrēta, pirms pieteiktās (apstrīdētās) preču zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma (vai prioritātes datuma, ja tai piešķirta prioritāte) ir bijusi Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem.

Tiesību normas īpaši aizsargā plaši pazīstamas preču zīmes. Lai šādu aizsardzību iegūtu, nepieciešams atzīt, ka attiecīgās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas un pretstatītā preču zīme Latvijā ir plaši pazīstama. Savukārt plaši pazīstama preču zīme aizsardzību bauda gan tad, ja tā ir bijusi plaši pazīstama attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, uz kuriem reģistrēta apstrīdētā preču zīme, gan tad, ja preces un pakalpojumi nav līdzīgi. Turklāt nepieciešams konstatēt, ka šāda preču zīmes lietošana var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm (*sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009. gada 12. marta sprieduma lietā Nr.SKA-46/2009 9. punktu*).

Tiesa atzina, ka lietā nav strīda par pretstatīto zīmju augsto atpazīstamību Latvijā. Pieteicējas iesniegtie pierādījumi apstiprina apstrīdētās zīmes atpazīstamību citās valstīs (*lietas 1. sējuma 185.–211. lapa*).

Šādā situācijā pretstatītajām zīmēm prezumējama augstāka atšķirtspēja, un tās bauda plašāku aizsardzību.

Plaši pazīstamām preču zīmēm (preču zīmēm ar augstu reputāciju) ir paplašināta aizsardzība. Šādu preču zīmju aizsardzība neprasa preču un pakalpojumu tādu līdzības pakāpi, lai varētu konstatēt sajaukšanas iespēju, bet pietiek ar to, ka patērētāji uztver zīmju savstarpējo saistību (*sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009. gada 12. marta sprieduma lietā Nr.SKA-46/2009 10. punktu*).

Balstoties uz dzīvē gūtajiem novērojumiem, tiesa atzina, ka kosmētikas jomā ražotājs veido savas produkcijas sērijas dažādām patērētāju grupām, dažādam pielietojumam, apzīmē produkciju ar savai galvenajai preču zīmei pakārtotām zīmēm, kurām ar galveno zīmi ir kopīgas pazīmes, kopīgs dominējošais elements vai nozīme. Lielā preču klāsta un saistīto preču zīmju dēļ ir būtiski, lai dažādiem ražotājiem preču zīmes atšķirtos un neveidotu patērētājam līdzīgas asociācijas.

Salīdzināmās zīmes to līdzīgo pazīmju dēļ pat labi informētam, vērīgam un piesardzīgam patērētājam var izraisīt asociācijas, ka salīdzināmās zīmes ir radījis viens un tas pats ražotājs vai ar to saistīts uzņēmums. Līdz ar to pretstatīto zīmju augstā atpazīstamība ir tiesisks pamats, lai tām līdzīgo apstrīdēto zīmi atzītu par spēkā neesošu.

Pieteicējas atsaucei uz citās valstīs nekonstatēto salīdzināmo zīmju līdzību nav nekādas nozīmes, izvērtējot situāciju Latvijā.

[5.6] Likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" $39.^3$ panta pirmā daļa paredz, ka prasību par preču zīmes reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu bez šā likuma 7., 8. un 9. pantā paredzētajām agrākām tiesībām var pamatot arī ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi, kam ir laba reputācija Eiropas Kopienā un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas preču zīmes īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes īpašnieka interesēm.

Minētā norma paredz tās piemērotājam izvērtēt iespēju, ka apstrīdētās zīmes lietošanas rezultātā iebilduma cēlājam varētu iestāties nevēlamas sekas, nevis konstatēt faktisku šo seku iestāšanos. Līdz ar to ir pietiekami tikai teorētiski apzināt šādu trešajai personai nevēlamu blakņu iestāšanās varbūtību.

Tiesa atzina, ka apstrīdētās zīmes izmantošana var nodarīt kaitējumu trešajai personai, kas vistiešāk var izpausties neuzmanīgāku patērētāju piesaistīšanā uz trešās personas ilggadīgi īstenoto mārketinga pasākumu pamata. Tā kā pieteicējas ražotās produkcijas kvalitātes pētījumi nav veikti, šobrīd nav iespējams izdarīt jebkādus secinājumus par to, vai apstrīdētās zīmes lietošana varētu radīt kaitējumu trešās personas reputācijai. Taču viennozīmīgi, ka apstrīdētās zīmes reģistrācija

mazinās pretstatīto zīmju atšķirtspēju un vērtību.

[5.7] Ievērojot minēto, tiesa atzina, ka Lēmums ir tiesisks administratīvais akts, bet pieteikums nav pamatots.

[6] Par Administratīvās rajona tiesas 2017. gada 30. jūnija spriedumu pieteicēja iesniedza apelācijas sūdzību.

Apelācijas sūdzībā atkārtoti pieteikuma argumenti, papildus norādot, ka tiesa nav ņēmusi vērā visas apstrīdētās zīmes un pretstatīto zīmju fonētiskās, vizuālās un semantiskās kopuztveres īpatnības, kā arī pieteicēja nepiekrīt tiesas viedoklim, ka zīmju līdzības izvērtēšanā nav izšķirošas nozīmes vārdu /vārds/ un /vārds/ latviskajai nozīmei, kas ir pretrunā Eiropas Savienības Tiesas un Latvijas tiesu judikatūrai. Tiesa ir nepareizi interpretējusi likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo daļu un 39.^{3} panta pirmo daļu.

[7] Paskaidrojumā par apelācijas sūdzību atbildētāja norāda, ka lietā nav izšķirošas nozīmes apstāklim, ka pieteicējai pieder plašs veikalu tīkls un tā ir plaši pazīstama /valsts/, kā arī, ka apstrīdētā zīme ir reģistrēta daudzās valstīs. Pieteicēja nav darbojusies Latvijā vai Eiropas Savienībā, un sabiedrības daļa, kurā vērtējama apstrīdētās zīmes atpazīstamības pakāpe, ir Latvijas un Eiropas Savienības patērētāji. Vēlākā zīme var kļūt pazīstama lielā mērā tikai tāpēc, ka patērētāju uztverē tā asociējas ar agrāku, jau pazīstamu zīmi, tādējādi gūstot priekšrocības tirgū, ja vien nevar atzīt, ka tā ir tik atšķirīga, ka sajaukšanas vai savstarpējam asociācijas riskam nav pamata.

[8] Trešā persona paskaidrojumā par apelācijas sūdzību norāda turpmāk minēto.

Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids un būtiskas ir zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli. Apstrīdētā un pretstatītās zīmes asociatīvā līmenī ir līdzīgas un sajaucamas.

Sajaukšanas iespējas novērtējumā izšķiroša nozīme ir zīmju kopiespaidam. Apstrīdētā un pretstatītās zīmes nesatur nekādus īpaši atšķirīgus figuratīvus elementus. Nelielas atšķirības (izcelts apzīmējums apstrīdētās zīmes vidū) nav pietiekams, lai neļautu konstatēt vizuālu līdzību, jo īpaši ja apzīmējumiem ir kopīga struktūra. Apstrīdētā un pretstatītās zīmes ir vizuāli pat ļoti līdzīgas un kompozicionāli līdzīgi veidotas.

Apstrīdētā zīme, pretēji pieteicējas norādītajam, sastāv no trīs vārdiskiem elementiem, ko patērētājs visticamāk uztvers kā trīs atsevišķus vārdus.

Apstrīdētās zīmes ienākšana tirgū var apdraudēt pretstatīto zīmju ekskluzivitāti.

[9] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 245. pantu un 304. panta pirmo daļu Administratīvā apgabaltiesa lietu izskata rakstveida procesā.

Motīvu daļa

[10] Ar Administratīvās rajona tiesa tiesneses 2016. gada 17. maija lēmumu par administratīvās lietas ierosināšanu lietā atbildētājas – Latvijas Republikas pusē – pieaicināta iestāde – Patentu valdes Apelācijas padome (*lietas 1. sējuma 3. lapa*).

No 2016. gada 1. janvāra spēkā ir Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likums, saskaņā ar kura noteikumiem Ministru kabinets ar 2016. gada 6. jūlija rīkojumu Nr. 379 ir izveidojis Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padomi.

Iebilduma iesniegumus, kuri iesniegti līdz dienai, kad saskaņā ar Ministru kabineta rīkojumu darbu uzsāk Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome, izskata, piemērojot likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" normas, kuras bija spēkā līdz 2015. gada 31. decembrim (skat. Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma pārejas noteikumu 3. punktu).

Tādējādi uz lietas izskatīšanas pabeigšanas brīdi atbildētājas Latvijas Republikas pusē pieaicinātā valsts pārvaldes institūcija – Patentu valdes Apelācijas padome – nepastāv. Tās vietā ir izveidota Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome, kas turpina skatīt strīdus, kas izriet no reģistrācijas un pēcreģistrācijas procedūrām saistībā ar rūpnieciskā īpašuma objektiem.

Tādējādi saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 33. panta pirmo daļu apgabaltiesa aizstāj lietas dalībnieku Patentu valdes Apelācijas padomi ar Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padomi (turpmāk – Padome).

[11] Pārbaudījusi un novērtējusi lietā esošos pierādījumus to kopsakarā ar procesa dalībnieku argumentiem, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējas apelācijas sūdzība nav pamatota un pieteikums ir noraidāms.

[12] Administratīvā procesa likuma 307. panta ceturtā daļa noteic, ja tiesa, izskatot lietu, atzīst, ka zemākās instances tiesas spriedumā ietvertais pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams, tā sprieduma motīvu daļā var norādīt, ka pievienojas zemākās instances tiesas sprieduma motivācijai. Šādā gadījumā šā likuma 251. panta piektajā daļā noteiktos apsvērumus (kāpēc tiesa pieteikumu uzskatījusi par pamatotu vai nepamatotu), sprieduma motīvu daļā var nenorādīt.

Pārbaudot pirmās instances tiesas sprieduma motivāciju, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pirmās instances tiesa ir pareizi konstatējusi lietas faktiskos un tiesiskos apstākļus, secinot, ka pieteikuma priekšmets ir Lēmuma atcelšana. Tāpat pirmās instances tiesa pamatoti secinājusi, ka apstrīdētā un pretstatītās zīmes ir gana līdzīgas, lai asociatīvā līmenī tās būtu sajaucamas, un ka apstrīdētās zīmes izmantošana var nodarīt kaitējumu trešajai personai. Pirmās instances tiesas spriedumā ietvertais pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams, līdz ar to Administratīvā apgabaltiesa saskaņā ar Administratīvā

procesa likuma 307. panta ceturto daļu pievienojas pirmās instances tiesas lietas apstākļu konstatējumam un sprieduma motivācijai, to neatkārtojot.

[13] Apgabaltiesa konstatē, ka pieteicēja apelācijas sūdzībā nav izvirzījusi jaunus argumentus, kas nav vērtēti pirmās instances tiesā.

Pirmās instances tiesa pamatoti, atsaucoties uz Eiropas Savienības Tiesas judikatūru, vērtējot apstrīdētās zīmes un pretstatīto preču zīmju līdzību un to sajaukšanas iespēju, ņemot vērā arī to, ka preču zīmes reģistrētas identiskām vai līdzīgām precēm un pakalpojumiem, preču zīmes salīdzināja kopumā, pēc to vizuālās, fonētiskās un konceptuālas kopuztveres, ņemot vērā atšķirtspējas īpašības un dominējošās komponentes. Konkrētajā gadījumā apstrīdētas preču zīmes, kas ir figurālā preču zīme, dominējošais elements ir tekstuāli izteikts, turklāt tādā pat formātā un ar tādu pašu druku, kā pretstatītās zīmes tekstuāli elementi.

Eiropas Savienības Tiesa ir norādījusi, ka preču zīmes salīdzina, ņemot vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan preču zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējās asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un iztēli. Vidusmēra patērētājs parasti preču zīmi uztver kā kopību un neveic atsevišķu detaļu analīzi (*sal. skat. Eiropas Savienības Tiesas 1999. gada 22. jūnija sprieduma lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co.GmbH v Klijsen Handel BV, 25. punktu*).

Salīdzinot preču zīmes, un pieņemot, ka vidusmēra patērētājs ir labi informēts, tomēr jāņem vērā tas, ka vidusmēra patērētājam ļoti reti ir iespēja tieši salīdzināt dažādu marku (preču zīmju) preces, bet parasti patērētāja izvēle balstīta uz neskaidro attēlojumu tā atmiņā (*skat. turpat, 26.punkts*).

Lietā nav strīda, ka trešās personas preces un pakalpojumi Latvijā tiek izplatīti pietiekami sen, ir labi atpazīstami un ir ar labu reputāciju. Pirmās instances tiesa arī pamatoti norādīja, ka kosmētikas firmu parakstā prakse ir, ka tiek ražotas jaunas produktu līnijas ar firmas zīmi, kas daļēji ietver firmas nosaukumu, vai satur daļēji izmainītu vai papildināti firmas nosaukumu. Apgabaltiesa par pamatotu atzīst pirmās instances tiesas secinājumu, ka Latvijas patērētājam, kurām ir pazīstamas trešās personas darbība un kosmētikas preces, ieraugot, piemēram, veikalā Drogas, Maxima vai RIMI (kas izplata dažādu ražotāju preces) kosmētikas preču nodaļā kosmētikas preces ar apstrīdēto zīmi, ņemot vērā šis zīmes vizuālo kopiespaidu, pirmkārt, pastāv iespēja, ka patērētājs vienkārši sajauc apstrīdēto preču zīmi ar pretstatītām zīmēm. Otrkārt, patērētājam, kas pārzina angļu valodu un atpazīst trešās personas preces, var rasties iespaids, ka produkti ar apzīmējumu /vārds/ ir trešās personas kosmētikas produktu īpaša sērija, kas paredzēta tikai /vārds/ kopšanai, jo apzīmējums /vārds/ ir plašāks un ietver sevī arī /vārds/.

Ievērojot minēto, apgabaltiesa par pamatotu atzīst pirmās instances tiesas secinājumu, ka, ņemot vērā apstrīdētās preču zīmes dominējošo elementu un kopiespaida līdzību pretstatītām preču zīmēm, vidusmēra Latvijas patērētajam preču zīmes ir sajaucamas, lietojot tās identiskām vai līdzīgām precēm.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307., 309. pantu un 329. panta pirmo daļu,

nosprieda

noraidīt /Nosaukums A/pieteikumu par Patentu valdes Apelācijas padomes 2016. gada 10. februāra lēmuma atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesnese referente K. Krastiņa
Tiesnese S. Gintere
Tiesnese S. Liniņa