



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010, tālr. 67099637, e-pasts pasts@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Apelācijas lietas šifrs:
RIAP/2022/M-20-691
(AP-2021-8)

LĒMUMS

Rīgā

2022. gada 31. oktobrī

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk - Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:

priekšsēdētāja – I. Bukina,
locekļi – J. Bērzs un I. Plūme-Popova,
sekretāre – L. Kliģe,

2022. gada 30. septembrī Apelācijas padomes sēdē izskatīja apelāciju, kuru, vadoties no 2020. gada 6. marta Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 42. panta noteikumiem un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 58. panta noteikumiem, uzņēmēj sabiedrība White Label, SIA (Latvija) (turpmāk arī – apelācijas iesniedzējs) vārdā 2021. gada 20. oktobrī iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā I. Poļaka par Patentu valdes 2021. gada 20. jūlijā pieņemto lēmumu par preču zīmes

Prieks atļauties vairāk!

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība White Label, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-20-691; pieteik. dat. – 05.08.2020; 35. klases pakalpojumi)

reģistrācijas Latvijā atteikumu.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt Patentu valdes ekspertīzes lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt šo lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi **Prieks atļauties vairāk!** (ieteik. Nr. M-20-691) par reģistrējamu Latvijā attiecībā uz visiem tās reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem.

Saskaņā ar RIIPL 66. panta pirmās daļas noteikumiem 29.10.2021 apelācijas iesniegums nodots Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamenta Ekspertīzes nodaļai, kas pieņēmusi lēmumu, par kuru iesniegts apelācijas iesniegums. 2021. gada 25. novembrī Preču zīmju un dizainparaugu departamenta Ekspertīzes nodaļas vecākā eksperte M. Zaharovska informējusi Apelācijas padomi, ka 2021. gada 20. jūlijā pieņemtais lēmums par preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (ieteik. Nr. M-20-691) reģistrācijas atteikumu Latvijā netiek grozīts un netiek atcelts.

Apelācijas padomē 17.01.2022 saņemts apelācijas iesniedzēja pārstāves lūgums izskatīt lietu mutvārdu procesā. Uzskatot, ka šīs apelācijas lietas izskatīšana mutvārdu procesā ļaus objektīvāk noskaidrot lietas patiesos apstākļus, 2022. gada 21. janvārī Apelācijas padome noteikusi lietas izskatīšanu mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

04.03.2022 Apelācijas padomē saņemti apelācijas iesniedzēja puses papildu paskaidrojumi, un 07.03.2022 tie nosūtīti Patentu valdes pārstāvei.

Apelācijas lietas izskatīšana tika uzsākta 18.03.2022 Apelācijas padomes sēdē (attālināti, *MSTeams* platformā), piedaloties apelācijas iesniedzēja pārstāvei I. Poļakai un Preču zīmju un dizainparaugu departamenta Ekspertīzes nodaļas vecākajai ekspertei M. Zaharovskai. Lietas izskatīšanas gaitā apelācijas iesniedzēja pārstāve lūdza atlikt lietas izskatīšanu, lai varētu iesniegt papildu pierādījumus par preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) lietošanu. Ņemot vērā, ka PZL 6. panta ceturtās daļas noteikumi paredz, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz šā panta pirmās daļas 2., 3. vai 4. punkta noteikumu pamata (tātad arī šajās lietās piemēroto reģistrācijas atteikumu pamata), ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem, Apelācijas padome nolēma atlikt lietas izskatīšanu, dodot iespēju apelācijas iesniedzējam iesniegt papildu pierādījumus.

09.09.2022 Apelācijas padomē saņemti apelācijas iesniedzēja puses papildu pierādījumi, un 12.09.2022 tie nosūtīti Patentu valdes pārstāvei.

14.09.2022 Apelācijas padomē saņemts Patentu valdes pārstāves viedoklis par apelācijas iesniedzēja puses iesniegtajiem papildu materiāliem, un 19.09.2022 tas nosūtīts apelācijas iesniedzēja pārstāvei.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās - preču zīmes īpašnieka (apelācijas iesniedzēja) pilnvarotā pārstāve patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā I. Poļaka.

Aprakstošā daļa

1. Preču zīme **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) pieteikta reģistrācijai kā vārdiska zīme šādiem 35. klases pakalpojumiem: “mazumtirdzniecības pakalpojumi, arī ar interneta starpniecību, saistībā ar pārtikas produktiem, alkoholiskiem un bezalkoholiskiem dzērieniem, higiēnas precēm, mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļiem, kosmētikas līdzekļiem, bezrecepšu medikamentiem, veselības aprūpes preparātiem, nelieliem metāla izstrādājumiem, mašīnām un ierīcēm metāla, koka, plastmasas, betona un akmens apstrādei, celtniecības, amatniecības un dārzkopības precēm, mājsaimniecības iekārtām un ierīcēm, elektriskām virtuves iekārtām dzērienu un ēdienu pagatavošanai, elektronikas aparātiem un ierīcēm, ierīcēm skaņas, attēlu un citu datu ierakstīšanai, pārraidei vai reproducēšanai, datoriem, telesakaru aparātiem, ortopēdiskām precēm, apgaismošanas, apsildes, tvaika ražošanas, ēdiena termiskās apstrādes, dzesēšanas, žāvēšanas, vēdināšanas, ūdensapgādes un sanitārtehniskām ierīcēm un aparātiem, transportlīdzekļiem, velosipēdiem, laivām, velosipēdu piederumiem, motorizēto transportlīdzekļu piederumiem, laivu piederumiem, pirotehniskiem līdzekļiem, juvelierizstrādājumiem, pulksteņiem, rokas pulksteņiem, modinātājpulksteņiem un hronometriskiem aparātiem un instrumentiem, mūzikas instrumentiem, kancelejas piederumiem, rakstāmpiederumiem, dekorācijām, biroja piederumiem, amatniecības materiāliem, iesaiņošanas materiāliem, drīvēšanas, blīvēšanas un izolācijas materiāliem, ādas izstrādājumiem, proti, ādas somām, ādas čemodāniem, ādas rokassomām, ādas mugursomām, ādas portfeliem, ādas dokumentu mapēm, ādas tualetes maciņiem (bez tualetes piederumiem), ādas makiem, ādas maisiņiem, ādas kārbām, ādas kabatas portfeliem, ādas kredītkaršu ieliktņiem, ādas futrāļiem, ceļojumu piederumu komplektiem no ādas, atslēgu maciņiem no ādas, bagāžas identifikācijas etiķetēm no ādas, seglu jostām no ādas, savītām ādas siksnām, ādas kniedēm, ādas siksnām, ādas auklām, ādas kastēm, ādas futrāļiem, ādas zirglietām, siksnām kareivju aprīkojumam, ādas rotājumiem mēbelēm, somām (aploksnēm, maisiņiem) no ādas iepakojšanai, ceļojumu piederumiem, lietussargiem, celtniecības materiāliem, mēbelēm, dzīvnieku piederumiem, mājsaimniecības precēm, proti, mājsaimniecības mēbelēm, mājsaimniecības ierīcēm, mājsaimniecības tekstilmateriāliem un mājsaimniecības konteineriem, virtuves precēm, mājsaimniecības vai virtuves ierīcēm un tilpnēm, traukiem un galda piederumiem, stikla, porcelāna un māla izstrādājumiem, tekstilprecēm, mājsaimniecībā izmantojamiem tekstilmateriāliem, apģērbiem, apaviem, galvassegām, galantērijas precēm, paklājiem, grīdsegām, sporta precēm un spēllietām, eglīšu rotājumiem, dzīvnieku barību, augiem un puķēm, tabaku, tabakas izstrādājumiem, smēķēšanas piederumiem, šķiltavām; preču pirkšanas un pārdošanas līgumu nodrošināšana trešajām personām; komercstarpniecība par līgumu noformēšanu trešajām personām saistībā ar pakalpojumu sniegšanu un tieši, līgumu starpniecība saistībā ar telekomunikācijas pakalpojumiem, mobilo sakaru līgumiem, balss telefonijas pakalpojumiem, remonta un apkopes pakalpojumu sniegšanu, par pārtikas, dzērienu, ziedu un augu piegādi, par apgādi elektrību vai gāzi;

laikrakstu abonēšana trešajām personām; konsultāciju sniegšana par iepriekš minētajiem pakalpojumiem; informācijas nodrošināšana un klientu apkalpošana tiešsaistē par patēriņa precēm un patērētāju aizsardzības jautājumiem; reklāma; visi iepriekš minētie pakalpojumi tiek sniegti arī saistībā ar tiešsaistes tirdzniecību”.

2. Patentu valde 2021. gada 20. jūlijā ir pieņēmusi lēmumu par preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) reģistrācijas atteikumu Latvijā. Lēmums pamatots ar atzinumu, ka reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajiem pakalpojumiem (PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkts), kā arī tas sastāv tikai no tādiem apzīmējumiem, kurus var izmantot komercdarbībā, lai aprakstītu pakalpojumus, kuriem zīme reģistrēta, īpašības (PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkts). Lēmums motivēts šādi:

2.1. pieteiktais vārdiskais apzīmējums ir veidots no trīs vārdiem latviešu valodā, proti, “prieks”, “atļauties” un “vairāk”, kas ir rakstīti kopā kā teikums ar izsaukuma zīmi teikuma beigās. Kopumā pieteikto apzīmējumu var saprast ar nozīmi – patērētājam būs iespēja iegādāties vairāk, iespējams, par zemāku cenu. Var droši apgalvot, ka attiecībā uz pieteiktajiem 35. klases pakalpojumiem apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” tiks uztverts kā aprakstošs apzīmējums, proti, kā norāde uz to, ka patērētājiem būs iespēja iegādāties preces lētāk, tāpēc tie varēs nopirkt vairāk, un šī iepirkšanās sagādās tiem prieku;

2.2. PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumu mērķis ir saistīts ar sabiedrības interesēm, proti, saskaņā ar Eiropas Savienības Tiesas (EST) judikatūru katrai personai ir jābūt brīvai iespējai lietot attiecīgās preces vai pakalpojumus raksturojošus apzīmējumus. Tādēļ minētā norma ir vērsta uz to, lai izslēgtu iespēju, ka kāda atsevišķa persona iegūst tiesības uz šāda rakstura apzīmējumiem preču zīmes reģistrācijas ceļā (*EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-108/97, C-109/97, Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) v Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franc Attenberger [1999], 25. punkts*). Atbilstoši EST judikatūrai šīs normas piemērošanai nav nepieciešams, ka attiecīgais apzīmējums tā pieteikuma brīdī tiek lietots konkrēto preču vai pakalpojumu raksturošanai. Ir pietiekami, kā tas izriet no šīs normas teksta, ka attiecīgo apzīmējumu var lietot, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašības (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-51/10 P, Agencja Wydawnicza Technopol sp. z o.o. v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes un dizainparaugi) (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs; EUIPO) [2011], 38. punkts*). Vienam īpašniekam nedrīkst piešķirt tiesības uz apzīmējuma “Prieks atļauties vairāk!” izmantošanu, jo kā preču un pakalpojumu aprakstošu apzīmējumu to var lietot saimnieciskajā aprītē jebkurš uzņēmējs, kas piedāvā līdzīgus pakalpojumus;

2.3. aprakstošam apzīmējumam atšķirtspēju var piešķirt izteismīgs burtu grafisks izpildījums vai papild elementi – figurāls elements vai tāds vārdisks apzīmējums, kam piemīt atšķirtspēja. Pieteiktais apzīmējums nevar pildīt preču zīmes galveno uzdevumu - nodrošināt atšķirību viena uzņēmuma precēm un pakalpojumiem no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. No patērētāju uztveres viedokļa apzīmējumam “Prieks atļauties vairāk!” piemīt tikai aprakstošs raksturs un līdz ar to trūkst preču zīmei nepieciešamās atšķirtspējas PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkta izpratnē;

2.4. saskaņā ar EST judikatūru reklāmas vēstījumi tiek uzskatīti par atšķirtspējīgiem, ja papildus to reklāmas funkcijai sabiedrība uztvers tos kā norādi uz konkrēto preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. EST ir atzinusi, ka, novērtējot saukļa atšķirtspēju, ir jāatzīst, ka sauklis ir atšķirīgs, ja to uztver vairāk nekā tikai reklāmas vēstījumu, cildinot konkrēto pakalpojumu īpašības, jo: 1) tam piemīt vairākas nozīmes un/vai 2) tajā izmantota vārdu spēle, un/vai 3) tajā izmantoti konceptuālas intrigas vai pārsteiguma elementi tā, ka to var uztvert kā tēlainu, pārsteidzošu vai negaidītu, un/vai 4) tam piemīt zināma oriģinalitāte vai neparasta sintakses struktūra, un/vai 5) tas konkrētās sabiedrības daļas prātos raisa kognitīvu procesu vai tā izprašanai jāpieliek interpretējoši centieni (*EST sprieduma lietā C-398/08 P Audi AG v Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO) [2010], 47. punkts; Vispārējās tiesas (VT) sprieduma lietā T-523/09 Smart Technologies ULC v EUIPO [2011], 37. punkts*);

2.5. vērtējot preču zīmi, ir jāņem vērā, kā sabiedrība uztvers apzīmējumu saistībā ar pieteiktajām precēm un pakalpojumiem. Pārtikas un attiecīgo nepārtikas preču mazumtirdzniecība ir pakalpojumi, kurus ikdienā izmanto ikviens sabiedrības loceklis. Tātad var secināt, ka mērķauditorija ir ļoti plaša - vidusmēra patērētājs, kas ir labi informēts, pietiekami vērtīgs un uzmanīgs;

2.6. var piekrist, ka patērētāji uztvers reģistrācijai pieteikto apzīmējumu “Prieks atļauties vairāk!” kā reklāmas teicienu, kura mērķis ir radīt pozitīvu priekšstatu par tirgotāju un tā piedāvātajiem pakalpojumiem. Vienlaikus šis sauklis norāda, ka attiecīgā pakalpojuma sniedzēja piedāvātais pakalpojums, salīdzinot ar konkurējošo uzņēmēju piedāvāto pakalpojumu, cenu ziņā būs lētāks un tādējādi pieejamāks. Sauklis ir izteikts valodā, kas ir ierasts reklāmas jomā, bez stilistiskām vai lingvistiskām īpatnībām un bez grafiskā noformējuma. No tā izriet, ka šis apzīmējums nav reģistrējams, pamatojoties uz PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, kas paredz kā preču zīmes neregistrēt apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem;

2.7. atbildot uz pieprasījumu, apelācijas iesniedzējs norāda, ka tam jau ir agrāk reģistrēta zīme **PRIEKA TRIO** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. M 76 360), kurā izmantots pirmais vārds “prieka”. Preču zīme **PRIEKA TRIO** (fig.) ir figurāla zīme un, vērtējot zīmi kopumā, tai piemīt atšķirtspēja, proti, relevantais patērētājs šo zīmi spēj identificēt ar vienu konkrētu komersantu. Apzīmējuma “Prieks atļauties vairāk!” reģistrējamību šajā gadījumā nenosaka apzīmējumā ietvertais vārds “prieks”, bet gan tas, ka reģistrācijai pieteiktais apzīmējums kā viens kopums ir aprakstošs un tam trūkst preču zīmei nepieciešamās atšķirtspējas;

2.8. savukārt citas apelācijas iesniedzēja minētās preču zīmes, piemēram, **TRAKĀS DIENAS** un **TRAKĀS NAKTIS**, ir viena īpašnieka zīmes, kā arī šīs zīmes ir abstraktākas nekā apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!”. Turklāt preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** un **TRAKĀS NAKTIS** ir ieguvušas atšķirtspēju ilgstošas lietošanas ceļā. Preču zīme **BANKROTA CENAS** ir reģistrēta 2006. gadā, kad preču zīmes reģistrācijas kritēriji attiecībā uz saukļu reģistrējamību nebija tik skaidri, kā tie ir tagad. Iespējams, ka 2006. gadā šāds apzīmējums bija neparasts. Preču zīmē **DEPO zemas cenas katru dienu**, kas reģistrēta 2019. gadā, ir ietverts atšķirtspējīgs elements “DEPO”, kas ļauj patērētājiem nekļūdīgi preču zīmi sasaistīt ar komersantu. Preču zīme **LĒTĀK NEKĀ PILSĒTAS IELĀS** ir figurāla zīme, kas nodrošina šai zīmei atšķirtspēju. Katra preču zīme tiek vērtēta individuāli, tādējādi to nevar salīdzināt ar agrāk reģistrētām zīmēm. Patentu valdē katras preču zīmes reģistrācijas pieteikums tiek izskatīts individuāli, ņemot vērā visus lietas apstākļus.

3. Apelācijas iesniedzēja pārstāve Patentu valdes lēmuma pamatojumam nepiekrīt, pretstatot tiem šādus argumentus:

3.1 preču zīme **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) ir pieteikta reģistrācijai kā vārdiska zīme, kura sastāv no trīs vārdiem un izsaukuma zīmes, un tā ir uztverama kopumā kā viens veselums, neanalizējot katra vārda nozīmi atsevišķi. Latvijas patērētājs vārdu savienojumu “Prieks atļauties vairāk!” drīzāk uztvers kā izteicienu. Analizējot vārdu salikumu, var secināt, ka katrs vārds ir ar nozīmi latviešu valodā, taču savienojumā minētajiem vārdiem ir oriģināls skanējums, ko īpaši akcentē pirmais vārds “Prieks”. Tas konkrēti nenorāda pakalpojumu veidu, pakalpojumu kvalitāti, tas nenorāda, kāda veida preces ir jāpērk, kāda ir preču vērtība, kāds ir pakalpojuma sniegšanas laiks un citas īpašības. Tas tēlaini vedina patērētājus uz domu, ka var būt prieks iepirkties, ka var būt prieks kaut ko darīt, ka var būt prieks atļauties vairāk, vairāk nekā parasti. Minētie vārdi atsevišķi, protams, tiek lietoti latviešu valodā dažādās kombinācijās, bet tādā kombinācijā, kādā ir pieteikta preču zīme, tā ir sastopama vienīgi saistībā ar preču zīmes īpašnieku;

3.2. preču zīmei atšķirtspēja ir tikai tiktāl, ciktāl tā ļauj identificēt preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem ir pieteikta reģistrācija, taču ir jākonstatē, ka ar to vien, ka konkrētā sabiedrības daļa preču zīmi uztver kā reklāmas saukli un ka, ņemot vērā tās cildinošo raksturu, to principā varētu pārņemt izmantošanai citi uzņēmumi, nepietiek, lai secinātu, ka šai preču zīmei nav atšķirtspējas. Šajā sakarā it īpaši ir jāuzsver, ka vārdiskas preču zīmes cildinošais raksturs neizslēdz, ka preču zīme tomēr varētu būt piemērota, lai patērētājiem garantētu ar to aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi. Tātad konkrētā sabiedrības daļa šādu preču zīmi var vienlaicīgi uztvert kā reklāmas saukli un preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi. No minētā izriet, ka tiktāl, ciktāl šī sabiedrība preču zīmi uztver kā šīs izcelsmes norādi, tas, ka tā vienlaicīgi vai pat pirmām kārtām tiek uztverta kā reklāmas sauklis, tās atšķirtspēju neietekmē;

3.3. reģistrācijai pieteiktie apzīmējumi ir jāuzlūko un jāuztver kopumā kā viens veselums. Vispārējā Tiesa (VT) norādījusi, ka pietiek ar minimālu atšķirtspēju, lai absolūto atteikuma pamatojumu pārbaudes rezultātā zīme tiktu atzīta par derīgu jeb reģistrējamu (*VT sprieduma lietā T-34/00, Eurocool Logistik GmbH v EUIPO [2002], 37.-39. punkti*). Preču zīmes, kas netieši norāda uz preču veidu vai īpašībām, nevar uzskatīt par tādām, kam trūkst atšķirtspējas. Nav tādu noteikumu, ka preču zīmes ir jāveido tikai no izdomātiem un citādi neparastiem vārdiem. Atšķirtspējas neesamība nevar rasties tikai no secinājuma, ka apspriežamajai zīmei trūkst fantāzijas elementa vai tā neizskatās neparasti vai uzkrītoši (*VT sprieduma lietā T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft AG v EUIPO [2001], 39. punkts*). Lai noteiktu zīmes atšķirtspēju, nav nepieciešams secināt, ka zīme ir oriģināla vai fantastiskas izcelsmes (*VT sprieduma lietā T-360/00, Dart Industries Inc. v EUIPO [2002], 45. punkts*);

3.4. pat ja pieņemtu, ka apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” pauž objektīvu ziņojumu, atbilstoši kuram patērētājiem būs iespēja iegādāties preces lētāk, tādējādi, iegādāties preces vairāk, un šī iepirkšanās sagādās tiem prieku, šis apstāklis nedod pamatu secināt, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav nekādas atšķirtspējas. Lai cik vienkāršs nebūtu šāds ziņojums, to nevar kvalificēt kā tādā mērā parastu, lai uzreiz un bez jebkādas turpmākas analīzes izslēgtu, ka minētā preču zīme ir piemērota, lai patērētājam norādītu uz attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi;

3.5. novērtējot saukļa “Prieks atļauties vairāk!” atšķirtspēju, atbilstoši EST judikatūrā nostiprinātajiem principiem, ir jāatzīst, ka tajā ir izmantota vārdu spēle, kura atstāj nozīmīgu iespaidu uz patērētāju uztveri un kuru nav ierasts lietot saistībā ar attiecīgajiem pakalpojumiem 35. klasē, tādēļ šis sauklis iegūst zināmu tēlainību un oriģinalitāti. Tas, ka šis vēstījums ir slavinošs vai to varētu izmantot arī citi tirgus dalībnieki savu pakalpojumu popularizēšanai, nevar būt par vienīgo pamatu minētās zīmes atteikumam;

3.6. Latvijā ir spēkā arī citas līdzīgi veidotas preču zīmes, kas ietver reklāmas saukļus, piemēram, **RI MI. Katra diena arvien labāka, MAXIMA par visu padomāts**, veikalu tīkls “sky” ir reģistrējis saukli **TAS IR TĀ VĒRTS**. Savukārt apelācijas iesniedzējs izmanto ne tikai saukli “Prieks atļauties vairāk!”, bet arī tādus apzīmējumus kā “Priekdiens”, “Prieks iepazīties” un ir reģistrējis figurālu preču zīmi “PRIEKA TRIO”, līdz ar to šāda uzņēmuma taktika nostiprina patērētāju uztverē vārda “prieks” saistību tieši ar konkrētu komersantu;

3.7. preču zīme **Prieks atļauties vairāk!** ir pazīstama Latvijas patērētājiem, tādējādi nav pamata apgalvot, ka minētajai preču zīmei trūkst atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajiem pakalpojumiem, jo zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajiem pakalpojumiem. Par to liecina šādi fakti:

- ar preču zīmes īpašnieka White Label, SIA atļauju no 10.06.2020 apzīmējumu **Prieks atļauties vairāk!** Latvijā izmanto kompānija SIA “Lidl Latvija”, kas ir Vācijas uzņēmuma Lidl Stiftung & Co. KG filiāle Latvijā (turpmāk - Lidl) (*iesniegta kopija no 2020. gada 10. jūnija vienošanās*);

- 2021. gada 7. oktobrī Lidl atklāja Latvijā vienlaicīgi 15 veikalus, gan Rīgā (6 veikali dažādos Rīgas mikrorajonos), gan citās Latvijas pilsētās (Daugavpilī, Jēkabpilī, Jelgavā, Liepājā, Ogrē, Rēzeknē, Tukumā, Valmierā, Ventspilī). Šobrīd pavisam darbojas 18 Lidl veikali Latvijā (*iesniegts saraksts ar tirdzniecības vietu adresēm*);

- preču pārdošanas apjomi no 2021. gada oktobra līdz 2022. gada aprīlim ir ievērojami un turpina pieaugt. Tāpat nozīmīgi lieli līdzekļi ieguldīti veikalu reklamēšanā un pircēju skaits, kas dažos mēnešos sasniedz gandrīz pusotru miljonu, liecina par šo veikalu milzīgo popularitāti (*iesniegta SIA “Lidl Latvija” mārketinga vadītāja Tomasa Delles 08.07.2022 parakstīta ar zvērestu apliecināta liecība, kas ietver minētos datus*);

- sauklis “Prieks atļauties vairāk!” ir izmantots dažādu veidu reklāmā, piemēram, gan izvietots uz plakātiem Lidl veikalos iekšpusē un pie veikaliem, uz preču akciju bukletiem, kas tiek izdoti katru nedēļu, uz reklāmas stendiem pilsētvidē, tostarp uz tramvaja, reklāmās Internetā, drukātajā presē, kā arī reklāmas klipos radio un televīzijā (*iesniegtas fotogrāfijas no reklāmas paraugiem, kas izvietoti veikalos, fotogrāfijas no preču akciju bukletiem, fotogrāfijas no reklāmām uz tramvaja un pilsētvidē, reklāmas*

paraugi no izdevumiem "PRIVĀTĀ DZĪVE" un "KAS JAUNS" (2022. gada februāris), reklāmu video rullīši, kā arī prezentācija angļu valodā par apzīmējuma "Prieks atļauties vairāk!" izmantošanu Latvijā);

- preču zīme **Prieks atļauties vairāk!** tiek aktīvi reklamēta arī sociālajos portālos, piemēram: Facebook (vairāk nekā 31 tūkst. sekotāju), LinkedIn (8513 sekotāji), YouTube (396 sekotāji), Instagram (8926 sekotāji).

4. Atbildot uz apelācijas iesniedzēja pārstāves argumentiem par apzīmējuma "Prieks atļauties vairāk!" lietojumu, Patentu valdes pārstāve norāda:

4.1. preču zīmes pieteicējs ir ieguldījis ievērojamus līdzekļus un veicis apjomīgu reklāmas kampaņu, tomēr jāpiebilst, ka apzīmējums "Prieks atļauties vairāk!" visos iesniegtajos materiālos tiek lietots kopā ar preču zīmi **LiDL** (fig.)



kas pati par sevi ir spilgta un atšķirtspējīga. Viens no pierādījumu veidiem, kas liecinātu tieši par patērētāju uztveri, varētu būt sabiedrības aptauja, taču tāda nav veikta. Ņemot vērā, ka apzīmējums "Prieks atļauties vairāk!" tiek lietots kopā ar preču zīmi **LiDL** (fig.), nav pamats uzskatīt, ka apzīmējums "Prieks atļauties vairāk!" atsevišķi bez zīmes **LiDL** (fig.) tiktu asociēts tikai ar šo veikalu tīklu;

4.2. kopš veikalu atvēršanas un preču zīmes pieteikuma iesniegšanas ir pagājis pārāk maz laika, lai varētu apgalvot, ka apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju lietošanas ceļā, un sabiedrība apzīmējumu "Prieks atļauties vairāk!" vienu pašu asociētu tikai ar veikaliem Lidl.

Motīvu daļa

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka apelācija ir iesniegta saskaņā ar PZL un RIPL paredzēto kārtību, tādējādi nav šķēršļu, lai to izskatītu pēc būtības.

2. Patentu valdes lēmums atteikt preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) reģistrāciju Latvijā ir pamatots ar atsaukšanos uz PZL 6. panta pirmās daļas 2. un 3. punkta noteikumiem.

PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkts nosaka, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem.

PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkts nosaka, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kas sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem vai norādēm, kuras var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, daudzumu, lietojumu (funkcionālo uzdevumu), vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi, preču izgatavošanas vai pakalpojumu sniegšanas laiku vai citas preču vai pakalpojumu īpašības.

3. Lai varētu atzīt, ka preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tai ir jāidentificē pieteikto preču izcelsme no viena noteikta uzņēmuma un tādējādi jādod iespēja atšķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm (skat. *EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01, Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003], 40. punktu un *EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-299/99, Koninklijke Philips Electronics NV v Remington Consumer Products Ltd* [2002], 35. punktu). Bez tam preču zīmes atšķirtspēja ir jāvērtē, pirmkārt, attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem un, otrkārt, no attiecīgo preču vai pakalpojumu patērētāju uztveres pozīcijas (skat. *EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01, Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003], 41. punktu).

4. Preču zīme **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) reģistrācijai ir pieteikta kā vārdiska zīme 35. klasē attiecībā uz mazumtirdzniecības pakalpojumiem, arī tiešsaistē, ar plašu klāstu dažādu pārtikas un nepārtikas preču, kā arī tirdzniecības atbalsta pakalpojumiem.

Jāsecina, ka attiecīgo patērētāju loks šajā lietā ir ļoti plašs, proti, ar pārtikas un nepārtikas preču mazumtirdzniecību saskarē kā šo pakalpojumu saņēmējs var nonākt jebkurš Latvijas vidusmēra patērētājs. Turklāt attiecīgās sabiedrības uzmanības līmenis parasti ir relatīvi zems, ja runa ir par reklāmas saukļiem, neatkarīgi no precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecīgā zīme pieteikta (*VT sprieduma lietā T-59/14, Blackrock, Inc. v EUIPO, [2015], 27. punkts*).

5. Patentu valde atteikuma lēmumā norāda, ka vēstījums, ko ietver pieteiktais apzīmējums, izteikts valodā, kas ir ierasta reklāmas jomā, bez stilistiskām vai lingvistiskām īpatnībām, tādējādi ir bez atšķirtspējas un nespēj veikt preču zīmes pamatfunkciju, proti, identificēt pakalpojumu izcelsmi no viena konkrēta komersanta (*PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkts*). Bez tam apzīmējumu “Prieks atļauties vairāk!” var izmantot, lai raksturotu patērētājiem iespēju par zemāku cenu iegādāties vairāk, tāpēc viens īpašnieks nevar monopolizēt apzīmējumu, kas var būt nepieciešams citiem komersantiem (*PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkts*).

Savukārt apelācijas iesniedzēja puse pastāv uz to, ka apzīmējumā “Prieks atļauties vairāk!” ir izmantota vārdu spēle, kura atstāj nozīmīgu iespaidu uz patērētāju uztveri un kuru nav ierasts lietot saistībā ar attiecīgajiem pakalpojumiem 35. klasē, tādēļ šis sauklis iegūst zināmu tēlainību un originalitāti. Turklāt zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajiem pakalpojumiem.

Tādējādi Apelācijas padomes ieskatā ir nepieciešams izvērtēt, pirmkārt, vai reklāmas sauklis **Prieks atļauties vairāk!**, atbilstoši EST praksē nostiprinātajiem principiem, spēj identificēt pakalpojumus no viena konkrēta uzņēmuma. Otrkārt, vai zīme lietošanas dēļ Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē būtu ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajiem pakalpojumiem.

6. EST savos spriedumos ir nostiprinājusi atziņu, ka tādu preču zīmju, kas sastāv no apzīmējumiem vai norādēm, kuras turklāt izmanto kā reklāmas saukļus, kvalitātes apzīmējumus vai izteikumus, kas mudina iegādāties preces vai pakalpojumus, uz kuriem attiecas šīs preču zīmes, reģistrācija šādas izmantošanas dēļ pati par sevi nav aizliedzama (*EST sprieduma lietā C-398/08 P Audi AG v EUIPO [2010], 35. punkts*).

Novērtējot saukļa atšķirtspēju, ir jāatzīst, ka sauklis ir atšķirīgs, ja to uztver vairāk nekā tikai reklāmas vēstījumu, cildinot konkrēto pakalpojumu īpašības, jo: 1) tam piemīt vairākas nozīmes un/vai 2) tajā izmantota vārdu spēle, un/vai 3) tajā izmantoti konceptuālas intrigas vai pārsteiguma elementi tā, ka to var uztvert kā tēlainu, pārsteidzošu vai negaidītu, un/vai 4) tam piemīt zināma originalitāte vai neparasta sintakses struktūra, un/vai 5) tas konkrētās sabiedrības daļas prātos raisa kognitīvu procesu vai tā izprašanai jāpieliek interpretējoši centieni (*EST sprieduma lietā C-398/08 P Audi AG v EUIPO [2010], 47. punkts, Vispārējās tiesas (VT) sprieduma lietā T-523/09 Smart Technologies ULC v EUIPO [2011], 37. punkts*).

7. Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdiska zīme, kas sastāv no vārdu kombinācijas, kuru var uztvert arī kā frāzi vai īsu teikumu (par ko liecina izsaukuma zīme vārdiskā apzīmējuma beigās). Citu, piemēram, grafisku, elementu šajā zīmē nav. Apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” sastāv no trīs vārdiem latviešu valodā, tātad būs ļoti uztverams un saprotams attiecīgajiem Latvijas vidusmēra patērētājiem. Vārds “prieks” tiek skaidrots kā “pozitīvs emocionāls stāvoklis, kam raksturīgs pacīlāts garastāvoklis, izteikta labsajūta, gatavība aktīvai rīcībai un ko parasti izraisa realizēti uzdevumi, sasniegti mērķi, labvēlīgs apstākļu kopums, veiksmē” (www.tezaurs.lv). “Atļauties” ir sinonīms vārdiem “spēt iegādāties”, savukārt “vairāk” nozīmē “lielākā daudzumā, skaitā, apjomā (salīdzinājumā ar ko citu)” (www.tezaurs.lv). Tātad kopumā šis trīs vārdu salikums tiks uztverts ar nozīmi – būs prieks, jo pie šī komersanta varēs iegādāties vairāk preču par to pašu naudu vai, citiem vārdiem sakot, patērētājam pie šī komersanta būs iespēja iegādāties preces lētāk, tāpēc varēs nopirkt vairāk, un šī iepirkšanās sagādās tiem prieku.

8. Apelācijas padomes ieskatā būtiski ir izvērtēt, kāpēc attiecībā uz mazumtirdzniecības pakalpojumiem un tirdzniecības atbalsta pakalpojumiem pieteiktā preču zīme nebūs pietiekami iezīmīga. Šāda nostāja izriet no Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojuma “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008.), kurā uzsvērts, ka apzīmējuma atšķirtspēja ir jāvērtē ne tikai atkarībā no apzīmējuma paša īpašībām, bet noteikti – ciešā sakarā ar precēm vai pakalpojumiem, kuriem zīme pieteikta, un sakarā ar attiecīgo patērētāju iespējamo uztveri (*skat. minētā tiesu prakses apkopojuma 15. lpp.*).

EST ir norādījusi, ka mazumtirdzniecības pakalpojumu mērķis ir preču tirdzniecība patērētājam. Tirdzniecība, papildus juridiskiem pārdošanas darījumiem, ietver visas aktivitātes, ko veic pārdevējs ar mērķi iedrošināt šāda pārdošanas darījuma pabeigšanu. Šādas aktivitātes citstarp ietver tirdzniecībai piedāvāto preču sortimenta atlasīšanu, un dažādu pakalpojumu piedāvāšanu, kuru mērķis ir veicināt patērētājiem pabeigt minētos darījumus ar pārdevēju, nevis ar viņu konkurentu (*EST sprieduma lietā C-418/02, Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2005], 34. punkts). Tātad pēc būtības mazumtirdzniecības pakalpojumu mērķis ir attiecīgo preču piedāvāšana un laišana tirgū, lai patērētājs šīs preces varētu ērti aplūkot un iegādāties.

No prakses ir zināms, ka liela daļa mazumtirgotāju patērētājus cenšas piesaistīt ar īpašām akcijām, atlaidēm un izdevīgiem piedāvājumiem. Mazumtirdzniecības jomā, it īpaši saistībā ar pārtikas precēm patērētāji jau sen ir pieraduši, ka komersanti visai intensīvi lieto dažādus informatīvus paziņojumus, paskaidrojumus, arī uzsaukumus. Šādi komersanti, it īpaši saistībā ar pārtikas precēm, ierasti informē tieši par preces cenu, arī preču daudzumu, kas ir vieni no visbūtiskākajiem nosacījumiem, kuriem patērētāji pievērš uzmanību. Līdz ar to arī tāda rakstura apzīmējumi kā “iegādājies izdevīgāk”, “jo vairāk pērc, jo lielāka atlaide”, “pērc vairāk – ietaupi vairāk”, “atļaujies vairāk – viss iekļauts” nebūt nav patērētājiem savdabīgi. To pašu var attiecināt uz apzīmējumu “prieks”, kas ir pamatemocija un tiek izcelta no dažādu komersantu puses saistībā ar iepirkšanos kā procesu vai izdevīga pirkuma iegādi. Piemēram, tirdzniecības centrs “Akropole” izmanto saukli “Akropole – vairāk prieka!”, mazumtirdzniecības veikalu tīkls “Drogas” pie tīrīšanas līdzekļu akcijas izmanto saukli “Tīrais prieks iepirkties!” (https://www.drogas.lv/lv/c/domol_alouette_flinkandsauber). “Tiešām izdevīgas iepirkšanās prieks gaida Tevi Rimi veikalos”, publicēts Rimi Latvija sociālo tīklu portālā Facebook (https://m.facebook.com/Rimi.Latvija/posts/4847936265272080?locale2=ne_NP). AirTour piedāvā – “Iepirkšanās prieks Vīnē “Izbaudiet neaizmirstamu iepirkšanās prieku patīkamā atmosfērā...”” (<https://m.travelnews.lv/?pid=37888>). Tādējādi Apelācijas padome nevar piekrist apelācijas iesniedzējam, ka vārds “prieks” patērētāju uztverē saistīsies tikai ar veikalu tīklu Lidl. Neskatoties uz to, ka Lidl izmanto arī apzīmējumus “Priekdienu” un “Prieka TRIO”, “prieks” ir emocija, kuru galvenokārt komersanti izmanto dažādās variācijās saistībā ar iepirkšanos. Un tieši salikumā ar papildu elementiem apzīmējumi “Priekdienu” un “Prieka TRIO” iegūst atšķirtspēju.

Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” saistībā ar mazumtirdzniecības pakalpojumu sniegšanu ir visai raksturīgs šai nozarei, tas nav neparasts vai reti sastopams vārdu salikums, kuru varētu tulkot dažādi. Vārdi tajā ir uzrakstīti gramatiski pareizi, tiem nav nepareizas galotnes, šo vārdu vārdšķiras ir savstarpēji saderīgas un kopumā jēdzieniski loģiski uztveramas. Līdz ar to šāds vārdu salikums nav uzskatāms par nepareizu vai savdabīgu, un tam piemīt tikai tā nozīme, kas tieši izriet no tajā ietvertu vārdu jēgas.

9. Apelācijas padome var piekrist apelācijas iesniedzēja pārstāves minētajam, ka saukļa cildinošais raksturs pats par sevi nenozīmē, ka pieteiktais apzīmējums patērētājiem nevar garantēt ar to aptverto pakalpojumu izcelsmi. Taču šajā gadījumā izšķiroši ir tas, ka apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” ir uztverams tikai kā informatīvs reklāmas vēstījums, tas nav pārsteidzošs vai negaidīts, tajā nav ietverta vārdu spēle, kas konkrētās sabiedrības prātā raisa kognitīvu procesu un tā izprašanai nav jāpieliek interpretējoši centieni. Līdz ar to Apelācijas padome secina, ka Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz PZL 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir vērtējama kā pamatota, jo apzīmējumam “Prieks atļauties vairāk!” trūkst nepieciešamās atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajiem 35. klases pakalpojumiem.

10. Patentu valde lēmumu atteikt apzīmējumu “Prieks atļauties vairāk!” pamatojusi arī ar PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumiem, uzskatot, ka vienam īpašniekam nedrīkst piešķirt tiesības uz apzīmējuma “Prieks atļauties vairāk!” izmantošanu, jo kā preču un pakalpojumu aprakstošu apzīmējumu to var lietot saimnieciskajā aprītē jebkurš uzņēmējs, kas piedāvā līdzīgus pakalpojumus. Taču minētais apgalvojums nav raksturots sīkāk vai apstiprināts ar piemēriem no attiecīgās nozares, vai vismaz norādīti apstākļi, kuru dēļ potenciāli tas būtu nepieciešams citiem komersantiem. No vienas puses, Apelācijas padome jau iepriekš šajā lēmumā secināja, ka minētie vārdi visai bieži tiek lietoti saistībā ar tirdzniecību un ar to saistītiem pakalpojumiem. Taču, no otras puses, apgalvot, ka citiem komersantiem ir nepieciešams tieši šāds vārdu savienojums, lai norādītu uz savu pakalpojumu izdevīgumu, pārliecinoši nevar. Līdz ar to Apelācijas padome secina, ka Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz PZL 6. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumiem ir tikai vispārīga, bet nav pietiekami pamatota.

11. Apelācijas iesniedzējs citstarp ir izteicis argumentu, ka Latvijā ir spēkā citas līdzīgi veidotas preču zīmes, kas ietver reklāmas saukļus, piemēram, **RIMI. Katra diena arvien labāka, MAXIMA par visu padomāts**, veikalu tīklam “sky” ir reģistrēts sauklis **TAS IR TĀ VĒRTS**. Šajā sakarā Apelācijas padome līdzīgi kā Patentu valdes pārstāve norāda, ka katra preču zīme tiek vērtēta individuāli. Ir skaidrs, ka pirmajos divos gadījumos ir ietverti atšķirtspējīgi elementi “RIMI” un “MAXIMA”, savukārt sauklis “TAS IR TĀ VĒRTS” pirmo reizi pieteikts 2002. gadā, tātad samērā sen, kad šāda veida apzīmējumi nebija tik izplatīti.

12. Apelācijas iesniedzējs uzskata, ka uz vārdisko zīmi **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) ir attiecināmi PZL 6. panta ceturtās daļas noteikumi, kas paredz, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz šā panta pirmās daļas 2. vai 3. punkta noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem. Apelācijas iesniedzējs uzskata, ka Latvijas patērētājs, ieraugot apzīmējumu “Prieks atļauties vairāk!”, to saistīs ar veikalu tīklu Lidl.

Apelācijas padomei nav šaubu, ka veikalu tīkls Lidl Latvijā ir ienācis ar plašu reklāmas kampaņu, piesaistot lielu patērētāju uzmanību. Lietā arī iesniegti gan preču realizācijas apjomi, gan dati par pircēju skaitu laika periodā no veikalu atvēršanas brīža 2021. gada oktobrī līdz 2022. gada aprīlim. Tāpat ir norādīts veikalu popularizēšanā ieguldīto līdzekļu apmērs.

Tomēr šie materiāli nemaz neatklāj attiecīgo patērētāju viedokli – vai tie pieteikto zīmi identificē kā preču zīmi. Apelācijas padome tieši šo apstākli uzskata par noteicošu un izšķirošu, lai varētu pārliecināši atzīt, ka pieteiktais apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju. Apelācijas padomes ieskatā situācijā, kad ir runa par vidusmēra patērētāja uztveri un ir vēlme pretendēt uz vispārēja apzīmējuma lietojumu, pierādījumiem par iegūto atšķirtspēju ir jābūt pārliecinājošiem. Apelācijas padome uzskata, ka pilnībā bez attiecīgo patērētāju viedokļa par attiecīgās preču zīmes uztveri nebūtu samērīgi jeb attaisnojami piešķirt preču zīmes aizsardzību apzīmējumam, kas pats par sevi ir informatīvs un nav apveltīts ar preču zīmei nepieciešamo atšķirtspēju.

Lietā ir iesniegti arī materiāli ar dažādu veidu reklāmu, kurā ir atspoguļots apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!”, piemēram, preču akciju bukleti, reklāmas stendi pilsētvidē, reklāma uz tramvaja, reklāma Internetā, drukātajā presē, kā arī reklāmas klipu paraugi no radio un televīzijas. Taču, izpētot šos materiālus, ir jāpiekrīt Patentu valdes pārstāvei, ka apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” lielākoties tiek lietots kopā ar preču zīmi **LIDL** (fig.), kas pati par sevi ir spilgta un atšķirtspējīga. Ņemot vērā, ka apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” tiek atveidots vienkāršā rakstībā, turklāt netiek paspilgtināts ne ar krāsām, ne kādu citu grafisku elementu, ir visai apšaubāmi, ka atsevišķi bez zīmes **LIDL** (fig.) tas tiktu asociēts tikai ar šo veikalu tīklu.

Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka apelācijas iesniedzējs nav pārliecināši pierādījis, ka apzīmējums “Prieks atļauties vairāk!” attiecībā uz pieteiktajiem pakalpojumiem Latvijas patērētāju uztverē tā lietošanas dēļ ir ieguvis atšķirtspēju.

Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz 2020. gada 6. marta Preču zīmju likuma 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt uzņēmēj sabiedrības White Label, SIA (Latvija) apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) reģistrāciju Latvijā;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā noteiktajā kārtībā izdarīt Preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **Prieks atļauties vairāk!** (pieteik. Nr. M-20-691) reģistrācijas atteikumu Latvijā.

Lietas dalībnieks, kas nepiekrīt šim lēmumam, var triju mēnešu laikā no šā lēmuma paziņošanas dienas (Paziņošanas likums, 5. līdz 9. pants) vērsties tiesā saistībā ar šo lēmumu atbilstoši Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 98. pantā un Civilprocesa likuma 30.³ nodaļā noteiktajai kārtībai.

Prasības pieteikums iesniedzams Rīgas pilsētas tiesā. Personai, kas iesniegusi tiesā prasības pieteikumu, ir pienākums ne vēlāk kā septiņas dienas pēc prasības pieteikuma iesniegšanas informēt par to Apelācijas padomi. Lietas ierosināšana tiesā aptur Apelācijas padomes lēmuma izpildi.

Šis lēmums stājas spēkā Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 99. pantā noteiktajā kārtībā.

Lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/ I. Bukina

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ J. Bērzs

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova