



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Juridiskā adrese: Cīradeles iela 7/70, Rīga, LV-1010, faktiskā adrese: K.Valdemāra iela 33, Rīga, LV-1010,
tāl. 67099600, 67099637, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2022/M 76 802-Ie
(OP-2021-28)

LĒMUMS

Rīgā

2022. gada 9. maijā

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk - Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:
priekšsēdētāja – I. Bukina,
locekļi – D. Liberte un I. Plūme-Popova,
sekretāre – L. Klīge,

2022. gada 8. aprīlī attālināti, *MSTeams* platformā Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 43. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIPL) 60. panta noteikumiem, 2021. gada 20. septembrī Vācijas uzņēmēj sabiedrības MAST-JÄGERMEISTER SE (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniedzis profesionāls patentpilnvarnieks preču zīmju jomā T. Lintiņš pret preču zīmes **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.)



(preču zīmes īpašnieki – fiziskas personas Agris KIBARS (Lavija) un Aiga SMILTENIECE (Lavija); pieteik. Nr. M-20-1130; pieteik. dat. 26.01.2021; reģ. Nr. M 76 802; reģ. (publ.) dat. 20.06.2021; 29. klases preces un 35. klases pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) līdzību agrākai grafiskai iebilduma iesniedzēja preču zīmei (reģ. Nr. WO 1 311 081)



un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētajā zīmē **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) ir sajaucami atveidota, imitēta uzņēmuma MAST-JÄGERMEISTER SE Latvijā plaši pazīstama grafiska preču zīme (reģ. Nr. WO 1 311 081), turklāt apstrīdētās preču zīmes lietošanu attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieku (PZL 8. panta pirmā un otrā daļa);

- apstrīdētā zīme **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) ir līdzīga agrākai starptautiski reģistrētai un uz Eiropas Savienību attiecinātai grafiskai preču zīmei (reģ. Nr. WO 1 311 081), kurai ir laba reputācija Eiropas Savienībā, un apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kam tā reģistrēta, dod iespēju negodīgi izmantot agrākās preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu (PZL 9. pants).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 23.09.2021 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekiem, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāvja 23.11.2021 iesniegto lūgumu, 26.11.2021 lietai tika noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

25.03.2022 saņemti iebilduma iesnieguma papildinājumi, un tajā pašā dienā tie nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašniekiem.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- no iebilduma iesniedzēja puses – patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā K. Viļķina;
- no apstrīdētās preču zīmes īpašnieku puses – pārstāvis A. Kibars.

Pirms lietas izskatīšanas pēc būtības iebilduma iesniedzēja pārstāve paziņoja, ka iebildumu, pamatojoties uz PZL 9. panta noteikumiem, neuztur spēkā.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) reģistrēta kā figurāla preču zīme – stilizēts staltbrieža galvas attēlojums pretstatā ar augšup vēršiem žuburotiem ragiem, uz kuriem novietotas auga lapas. Staltbrieža galva sadalīta it kā daudzās mazās figūrās. Zem attēla, divās rindās viens zem otra novietoti apzīmējumi “MEDĪJUMS” un “DABAS PRODUKTS”, no kuriem vārds “MEDĪJUMS” izpildīts daudz lielākiem burtiem. Zīme reģistrēta 29. klases precēm “saldēti, žāvēti (kaltēti) un termiski apstrādāti augļi un dārzeņi; gaļa, zivis, mājputnu gaļa, medījumi; gaļas ekstrakti” un 35. klases pakalpojumiem “pārtikas preču tirdzniecības pakalpojumi”.

2. Iebilduma lietā pretstatīta starptautiski reģistrēta un uz Eiropas Savienību attiecināta grafiska preču zīme (reģ. Nr. WO 1 311 081; reģ. dat. 17.11.2015; konvencijas prioritāte no zīmes reģistrācijas pieteikuma Vācijā 22.06.2015, 30 2015 043 892; paziņojuma par starptautisko reģistrāciju publ. dat. biļetenā “Gazette OMPI des marques internationales” – 29.09.2016) – aplī ietverta staltbrieža galva pretstatā ar augšup vēršiem žuburotiem ragiem, starp kuriem novietots latīņu krusts. Aplī fonu aizpilda no krusta uz visām pusēm izvērsti stari. Zīme reģistrēta plašam preču un pakalpojumu klāstam, tostarp 33. klases precēm “alkoholiskie dzērieni, izņemot alu, it īpaši garšaugu liķieri; iepriekš sajaukti alkoholiskie dzērieni” un 35. klases pakalpojumiem “mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi saistībā ar pārtikas precēm un dzērieniem”.

3. Iebilduma iesniedzēja puse iebilduma iesniegumā, papildinājumos pie iebilduma un Apelācijas padomes sēdē savu viedokli pamato šādi:

3.1. apstrīdētā zīme **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) reģistrācijai ir pieteikta 26.01.2021. Pretstatītā grafiskā zīme (reģ. Nr. WO 1 311 081) starptautiski reģistrēta un uz

Eiropas Savienību attiecināta ar konvencijas prioritāti no 17.11.2015. Tātad var secināt, ka pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. apstrīdētā zīme reģistrēta 29. klasē attiecībā uz saldētiem, žāvētiem (kaltētiem) un termiski apstrādātiem augļiem un dārzeņiem, gaļu, zivīm, mājputnu gaļu, medījumiem, gaļas ekstraktiem. Savukārt pretstatītā zīme cita starpā reģistrēta alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu), it īpaši garšaugu liķieriem, iepriekš sajauktiem alkoholiskajiem dzērieniem. Pilngadību sasniegušu personu gadījumā šīm precēm ir sakritīgi gala patērētāji. Turklāt robeža starp 29. un 33. klases precēm mūsdienās kļūst arvien mazāk izteikta. Patērētāji šādas preces vairumā gadījumu var iegādāties vienos un tajos pašos veikalos, tādēļ tām ir arī sakritīgas tirdzniecības vietas un izplatīšanas kanāli. Ne mazāk nozīmīgs ir apstāklis, ka pretstatītās zīmes 33. klasē nosauktos alkoholiskos dzērienus nereti izmanto ēdienu pagatavošanā, piemēram, marinādē, kā rezultātā šīm precēm un apstrīdētās zīmes 29. klasē nosauktajām precēm ir savstarpēji papildinošs raksturs un sakritīgs pielietojšanas nolūks. Patērētāji šādas preces var iegādāties un lietot vienlaikus vai kopā;

3.3. apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “pārtikas preču tirdzniecības pakalpojumi” ir identiski pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi saistībā ar pārtikas precēm un dzērieniem”;

3.4. apstrīdētā zīme ir reģistrēta kā melnbalta zīme, un tā sastāv no mazliet stilizēta brieža galvas atveidojuma un vārdiskajiem apzīmējumiem “MEDĪJUMS”, “DABAS PRODUKTS”. Arī pretstatītā zīme reģistrēta kā melnbalta zīme un sastāv no grafiska brieža galvas atveidojuma, kas ieskaits oreolā ar krustu;

3.5. vērtējot preču zīmes no vizuālā līdzības aspekta, ir konstatējams, ka gan apstrīdētajā, gan pretstatītajā zīmē ir sakritīgi atveidots brieža galvas motīvs, proti, abās zīmēs brieža galva ir vērsta pretstatītā un abos gadījumos sastāv no kakla, galvas un ragiem. Šis kopīgais grafiskais elements dominē salīdzināmajās zīmēs tā uzkrītošā izskata un izmēra dēļ;

3.6. arī fonētiskajā līdzībā izšķiroša loma piemīt zīmēs dominējošajam brieža galvas motīvam. Patērētāju atsaukšanās uz apstrīdētās zīmes vārdiskajiem elementiem ir maz ticama, jo šiem apzīmējumiem pašiem par sevi ir zema atšķirtspēja attiecībā uz 29. un 35. klases precēm un pakalpojumiem. Līdz ar to var pieņemt, ka abas salīdzināmās zīmes tiks raksturotas ar vārdu “briedis”;

3.7. ņemot vērā apstrīdētajā zīmē ietverto vārdisko elementu zemo atšķirtspēju, ir uzskatāms, ka semantiski lielāka nozīme zīmes kopiespaidā ir piešķirama brieža galvas motīvam. Tā kā salīdzināmajās zīmēs šis brieža galvas motīvs sakrīt, abas zīmes vērtējamas kā konceptuāli līdzīgas;

3.8. šajā lietā var vilkt paralēles ar Pirmās instances tiesas (tagad - Vispārējā tiesa, VT) 2006. gada 14. decembrī apvienotajās lietās T-81/03, T-82/03 un T-103/03 pieņemtajā tiesas spriedumā ietvertajām atziņām. Sprieduma 92. punktā ir norādīts, ka attiecībā uz vizuālo salīdzinājumu gan reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm, gan arī agrākajai preču zīmei ir grafiskie elementi, ko veido it īpaši brieža galvas attēls pretstatītā, kurš ir iekļauts aplī. Šis kopējais grafiskais elements tā ļoti uzkrītošā izskata un apmēra dēļ konfliktējošajos apzīmējumos ieņem dominējošo vietu. Šo konstatējumu neietekmē nedz šī grafiskā elementa stils reģistrācijai pieteiktajās preču zīmēs, kas ir abstraktāks un krāsaināks, nedz arī apla, kurā šis elements ir iekļauts, izrobotā kontūra. Reģistrācijai pieteikto preču zīmju vārdiskie elementi noteikti ir redzami elementi, kas konfliktējošos apzīmējumus no vizuālā viedokļa atšķir. Tomēr atšķirībā no šo apzīmējumu kopējā grafiskā elementa, tas ir, brieža galvas attēla pretstatītā, kurš ir iekļauts aplī, runa nav par dominējošiem elementiem. ņemot vērā šo apsvērumu kopumu, tiesa pretēji tam, ko uzskatīja Apelāciju padome (*Apelācijas padomes piezīme: domāta Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja Apelācijas padome*), secina, ka konfliktējošajām preču zīmēm ir būtiska vizuālā līdzība;

3.9. šajā lietā salīdzināmo preču zīmju līdzība ir pat lielāka nekā iepriekš minētajā tiesas lietā salīdzinātajām preču zīmēm. Vērtējot salīdzināto zīmju konceptuālo līdzību, ir jāvērs uzmanība uz pretstatītās preču zīmes izveides vēsturi. Saskaņā ar iebilduma iesniedzēja mājaslapā www.jagermeister.com pieejamo informāciju, iebilduma iesniedzēja galvenais elements briedis ir veidots no stāsta par mednieku, proti, pretstatītās zīmes logotips veidots no stāsta par svēto Hubertu. Kādreiz mežonīgs mednieks Huberts redzēja varenu briedi, kurš starp ragiem nesa kvēlojošu krustu. Vīzija viņu

ietekmēja, un pēc tam viņš iestājās par lielāku cieņu pret dabu, galu galā kļūstot pazīstams kā mednieku patrons. Kērts Mastš uzskatīja, ka šis spēcīgais stāsts lieliski atbilst viņa spēcīgajam eliksīram, un pieņēma brieža emblēmu par godu patiesajam “Medību meistaram”. Mednieku un medījumu koncepts ir ietverts arī apzīmējumā “JÄGERMEISTER”, kas tiek lietots uz visām dzērienu pudelēm. Vācu valodā runājošie Latvijas patērētāji sapratīs vārdu “JÄGER” (latviešu valodā - mednieks) un “MEISTER” (latviešu valodā - meistars) nozīmi, kas līdz ar to veido patērētāju uztverē konceptuālu saikni starp abām salīdzinātajām preču zīmēm;

3.10. ņemot vērā iepriekš minēto, nerodas šaubas, ka, salīdzināmajām preču zīmēm pastāvot līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot šīs zīmes vai uztverot tās kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka preces, kas tiek pārdotas ar salīdzināmajām preču zīmēm, piedāvā viens un tas pats uzņēmums;

3.11. pretstatītajā zīmē ietvertais grafiskais apzīmējums ir kļuvis par Latvijā plaši pazīstamu preču zīmi attiecībā uz liķieriem:

- iebilduma iesniedzēja ražotais liķieris “JÄGERMEISTER” Latvijā ir pieejams jau 25 gadus. Internetā pieejamā informācija liecina, ka 2017. gadā tika vērienīgi nosvinēta iebilduma iesniedzēja produkcijas 20 gadu jubileja Latvijā (*skat. Interneta vietni www.palladium.lv*);
- informācija par iebilduma iesniedzēju ir pieejama Interneta vietnē <https://www.jajajagermeister.lv/> un iebilduma iesniedzēja kopējā mājas lapā <https://www.jagermeister.com/en/home>;
- liķieris “JÄGERMEISTER” ir ietverts vairākos pasaules topos kā viens no 150 pirktākajiem stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem (*skat. iesniegtās izdrukas “WORLD’S TOP 100 PREMIUM SPIRITS BRANDS” un “TOP 150 SPIRITS BRANDS BY VOLUME”*);
- liķieris “JÄGERMEISTER”, pateicoties šī dzēriena kvalitātei un garšu kombinācijai, ir ieguvis popularitāti vairāku rokgrupu vidū, noteiktā laika periodā sponsorējis Formula 1 autobraucēju komandas, tā reklāmas ir redzamas vairākos Vācijas futbola klubu stadionos. Iebilduma iesniedzējs ir sponsorējis bobsleja, motosporta, daiļslidošanas u.c. sporta veidu komandas (*skat. izdrukas no Interneta vietnēm <https://bar.lv/jagermeister>, www.motor1.com*);
- iebilduma iesniedzējs veic plašas reklāmas un mārketinga aktivitātes dažādos mūzikas festivālos un pasākumos, deju un izklaides klubos, piemēram, mūzikas festivālos “Summer Sound” (2017., 2018.) un “Positivus” (2017., 2018.), pasākumā “Jäger debosh EXPRESS” (2017.), izklaides klubos “Palladium”, “Kaļķu vārti”, “Omas briljanti”, “Kalnciema Ezītis”, “Jelgavas krekli” u.c. klubos visā Latvijā (*skat. video un fotogrāfijas no pasākumiem par laika periodu no 2011. – 2022. gadam*). Kā redzams, visos pasākumos tiek izmatots grafiskais elements;
- saskaņā ar Valsts ieņēmumu dienesta sniegto informāciju, laika periodā no 2011. gada 1. septembra līdz 2019. gada 28. februārim Latvijā patēriņam tika nodoti 1 254 105,97 litri alkoholisko dzērienu. Savukārt laika periodā no 2019. gada 1. marta līdz 2021. gada 30. septembrim Latvijā patēriņam tika nodoti 351 919,28 litri alkoholisko dzērienu (*skat. ar elektronisko parakstu 18.03.2022 parakstītu vēstuli no Valsts ieņēmumu dienesta*);
- liķieri “JÄGERMEISTER” Latvijā var nopirkt gan lielveikalos, gan arī nelielos veikalos (*skat. izdrukas no Interneta vietnēm www.spiritsandwine.lv, www.rimi.lv, www.lbveikali.lv, www.elkor.lv, www.barbora.lv*);
- informācija par liķieri “JÄGERMEISTER” ir plaši publicēta Internetā, lielākajos plašsaziņas portālos, piemēram, apollo.lv, delfi.lv, tvnet.lv (*skat. iesniegtās izdrukas no minētajiem portāliem*);
- Patentu valdes Apelācijas padome 2012. gada 18. oktobra lēmumā (lietas šifrs ApP/2021/M 61 359-Ie) ir atzinusi, ka uzņēmuma Mast-Jägermeister AG preču zīme **Jägermeister** ir uzskatāma par plaši pazīstamu preču zīmi Latvijā. Latvijas patērētājiem ir izveidojies stabils priekšstats par uzņēmumu Mast-Jägermeister AG un tā produkciju vēl pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma reģistrācijai. Patentu valdes Apelācijas padomes lēmuma 3.8. punktā ir arī ietverti dati par liķiera “JÄGERMEISTER” pārdošanas apjomiem Latvijā, proti, “kopš 1998. gada Latvijā ir pārdotas 238 819 (0,7 l) pudeles alkoholiskā dzēriena “Jägermeister”. 2009. gadā pārdotas 46 453 (0,7 l) pudeles (*skat. minēto Patentu valdes Apelācijas padomes lēmumu*);

3.12. līdz ar to pretstatītajai zīmei piemīt augsta atšķirtspēja gan pašai par sevi, gan sakarā ar tās plašo pazīstamību attiecībā uz liķieriem, tādējādi tai piešķirama visplašākā aizsardzība. Šajā gadījumā, kad zīmes pazīstamība ir tik liela un apstrīdētā zīme būtiskā daļā ietver, atkārtoti plaši pazīstamo zīmi, ir uzskatāms, ka apstrīdētajā reģistrācijā ir sajaucami atveidota tāda preču zīme, kas pirms apstrīdētās zīmes reģistrācijas datuma ir bijusi Latvijā plaši pazīstama preču zīme. Bez tam pastāv augsta varbūtība, ka

Latvijas patērētāji, izdzirdot vai redzot apstrīdēto zīmi, tostarp attiecībā uz precēm 29. klasē un pakalpojumiem 35. klasē, kurām apstrīdētā zīme ir reģistrēta, uzreiz iedomāsies par Latvijā plaši iecienīto un pazīstamo alkoholisko dzērienu zīmolu, it īpaši tāpēc vien, ka apstrīdētās zīmes centrālais elements “brieža galva” ir atveidots ļoti tuvu pretstatītajai zīmei;

3.13. pie šādiem lietas apstākļiem rodas kaitējuma risks iebilduma iesniedzēja interesēm. Kā skaidro Eiropas Savienības Tiesa (turpmāk – EST), kaitējums agrākas preču zīmes atšķirtspējai rodas it īpaši tādā gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (*skat. EST 2008. gada 27. novembra sprieduma lietā Intel Corporation Inc. v CPM United Kingdom Ltd., C-252/07, ECLI:EU:C:2008:655, 29. punktu*);

3.14. apstrīdētās zīmes lietošana saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 29. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm, pirmkārt, apdraudot plaši pazīstamās zīmes ekskluzivitāti. Proti, apstrīdētās zīmes lietošana minētajā veidā var vājināt plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspēju un nodarīt tai kaitējumu tādējādi, ka laika gaitā patērētāji agrāko zīmi uzreiz vairs nesaistīs ar iebilduma iesniedzēja alkoholisko dzērienu;

3.15. turklāt apstrīdētās zīmes lietošanas rezultātā var tikt radītas nevēlamas asociācijas un mazināta pretstatītās zīmes pievilcība. Piemēram, ja apstrīdētā zīme tiks lietota saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kas ir nekvalitatīvi, tas būtu pretrunā ar iemantoto slavu “JÄGERMEISTER” liķiera kvalitātei. Jāņem vērā, ka preces un pakalpojumi, kas ietverti apstrīdētajā reģistrācijā, ir sasaistāmi ar alkoholisko dzērienu darbības sfēru, jo saldēti, žāvēti (kaltēti) un termiski apstrādāti augļi un dārzeņi, gaļa, zivis, mājputnu gaļa, medījumi, gaļas ekstrakti var tikt lietoti kopā ar alkoholiskajiem dzērieniem kā uzkodas, kā arī alkoholiskie dzērieni var tikt lietoti ēdiena pagatavošanā, piemēram, marinādē. Patērētāji šādas preces vairumā gadījumu var iegādāties vienos un tajos pašos veikalos, tādēļ tām ir arī sakritīgas tirdzniecības vietas un izplatīšanas kanāli.

4. Apstrīdētās zīmes īpašnieku puse Apelācijas padomes sēdē norāda, ka iebildums ir nepamatots un noraidāms, šo viedokli pamatojot ar šādiem argumentiem:

4.1. apstrīdētā zīme lielākoties tiek izmantota, lai marķētu medījuma gaļu. Briedis apstrīdētajā zīmē ir izvēlēts kā meža simbols, lai patērētājiem nodotu informāciju, ka attiecīgie produkti ir no meža, dabas. Turklāt tieši brieža gaļa arī ir vispopulārākā medījumu gaļa Latvijā;

4.2. apstrīdētā zīme tiek izmantota dažādā krāsu gammā, tostarp arī melnbaltā izpildījumā (*skat. www.bujums.lv*);

4.3. apstrīdētā zīme tiek lietota galvenokārt medījumu gaļai vai produktiem ar medījumu gaļu sastāvā, kamēr ar pretstatīto zīmi tiek marķēti alkoholiskie dzērieni. Pārtikas preces un alkoholiskie dzērieni nav līdzīgas preces. Alkoholisko dzērienu izgatavošanai un tirdzniecībai ir virkne ierobežojumu.

Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts atbilstoši PZL un RIIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats to izskatīt pēc būtības.

2. PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkts nosaka, 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.

3. Apstrīdētā zīme **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) reģistrācijai ir pieteikta 26.01.2021. Pretstatītā grafiskā zīme (reģ. Nr. WO 1 311 081) starptautiski reģistrēta un uz Eiropas Savienību attiecināta ar konvencijas prioritāti no 17.11.2015. Tātad var secināt, ka pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Salīdzinot preces un pakalpojumus, kuriem reģistrētas strīdā iesaistītās zīmes, Apelācijas padomes apsvērumi ir šādi:

4.1. apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertie pārtikas preču tirdzniecības pakalpojumi pēc būtības ir identiski pretstatītās zīmes 35. klasē ietvertajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem saistībā ar pārtikas precēm un dzērieniem;

4.2. iebilduma iesniedzēja puse savu argumentāciju saistībā ar salīdzināmo zīmju preču līdzību ir izvērsusi tikai attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 29. klases precēm un pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertajām 33. klases precēm “alkoholiskie dzērieni, izņemot alu, it īpaši garšaugu liķieri; iepriekš sajaukti alkoholiskie dzērieni”, argumentējot, ka saldēti, žāvēti (kaltēti) un termiski apstrādāti augļi un dārzeņi, gaļa, zivis, mājp�utnu gaļa, medījumi, gaļas ekstrakti tiek izplatīti tajās pašās tirdzniecības vietās, kurās tiek tirgoti alkoholiskie dzērieni, turklāt šīs preces mēdz lietot kopā gan patērējot, gan gatavojot.

Apelācijas padome šādai argumentācijai nevar piekrist, jo pārtikas preces, tostarp dzērieni, ir ļoti plaša preču grupa. Tikai tāpēc, ka vienā veikalā iegādājami dažādi pārtikas produkti, tie bez dziļākas izpētes nevar tikt vērtēti kā savstarpēji līdzīgi. Respektīvi, tikai tāpēc, ka produkts ir lietojams pārtikā, tas nav līdzīgs visām pārējām pārtikā patērējamām precēm, it īpaši, ja zīme reģistrēta tik specifiskām precēm, kā tas ir šajā gadījumā. Alkoholisko dzērienu ražošanā jāievēro daudz prasību, tehnoloģijas ir specifiskas, un to izplatīšanai mēdz būt vecuma ierobežojumi. Arī arguments, ka alkoholu mēdz izmantot gaļas marinādē, Apelācijas padomes ieskatā nevar būt par pamatu, lai šīs preces vērtētu kā līdzīgas, jo primāri gan alkoholiskos dzērienus, gan 29. klases preces patērētāji iegādājas un patērē vienu bez otra, nevis kopā.

Savukārt apstrīdētās zīmes 29. klases preču līdzību pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem nevar vērtēt viennozīmīgi. Apstrīdētā zīme reģistrēta pārtikas precēm, savukārt pretstatītā zīme mazumtirdzniecībai saistībā ar pārtiku. No vienas puses, pakalpojumus var atzīt par līdzīgiem precēm, kuras tiek izmantotas, šos pakalpojumus sniedzot. No otras puses, ticamāks ir gadījums, ka komersants ražo preces un tad vēlāk zem tā paša nosaukuma tās realizē mazumtirdzniecībā, nevis nodarbojas ar pārtikas preču tirdzniecību un tikai tad pats uzsāk tās ražot. Konkrētajā gadījumā iebilduma iesniedzējs nav reģistrējis pretstatīto zīmi 29. klases precēm, bet tikai 35. klases pakalpojumiem. Kopumā ņemot, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietverto preču līdzības novērtējums pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem ir atkarīgs no pašu zīmju līdzības pakāpes: jo līdzīgākas zīmes, jo lielāks risks sajaukt zīmi, kas tiek lietota pārtikas preču marķēšanai, ar zīmi, kuru izmanto mazumtirdzniecības pakalpojumu sniegšanai saistībā ar pārtiku, vai uztvert šīs zīmes kā savstarpēji saistītas.

5. Ņemot vērā, ka salīdzināmās zīmes reģistrētas plaša patēriņa precēm un pakalpojumiem, par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā jāuzskata Latvijas vidusmēra patērētājs (alkoholisko dzērienu gadījumā pilngadību sasniegusi persona), kas ir samērā labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs.

6. Iebilduma iesniedzēja puses argumenti par salīdzināmo zīmju līdzību galvenokārt balstīti uz brieža galvas motīva sakritību zīmēs. Savukārt apstrīdētās zīmes īpašnieka puse uzskata, ka šis motīvs kalpo kā norāde uz apstrīdētās zīmes īpašnieka produktiem un to izcelsmi, proti, ka tie nāk no dabas (meža), tātad nav ar augstu atšķirtspēju. Līdz ar to šajā lietā ir svarīgi novērtēt zīmēs ietvertā brieža galvas motīva atšķirtspēju un lomu izskatāmajās zīmēs.

7. Apstrīdētā zīme reģistrēta kā kombinēta zīme, kas sastāv no stilizēta staltbrieža galvas atveidojuma pretskatā ar augšup vērstiem žuburotiem ragiem, uz kuriem izvietotas augu lapas, un vārdiskās daļas “MEDĪJUMS”, “DABAS PRODUKTS”. Apelācijas padomes ieskatā attiecībā uz 29. klases precēm, it īpaši gaļas produktiem, gan grafiskais apzīmējums, gan vārdiskā daļa ir ar vāju atšķirtspēju, jo faktiski norāda, ka attiecīgie produkti ir medījums. Ņemot vērā, ka staltbriedis ir Latvijā visslavenākā briežu suga un tas tiek dēvēts par meža karali (*skat., piemēram, <https://www.delfi.lv/mansdraugs/zveru-dzive/54203100-nauda-kas-metajas-meza-kapec-meza-zveru-nomestie-raqi-ir-tik-vertigi> un <https://lv.recipetypes.com/6254703-red-deer-stag-venison>*), arī attiecībā uz citām 29. klases precēm brieža galvas motīvs kopā ar vārdisko daļu visdrīzāk tiks uztverts simboliski, proti, ka attiecīgie produkti ir dabiskas izcelsmes vai iegūti dabā. Tādējādi jāsecina, ka attiecībā uz 29. klases precēm apstrīdētajā zīmē nav viens dominējošais elements, bet gan tā tiek aizsargāta kopumā, kur pietiekami liela nozīme ir arī tās stilizācijai.

Attiecībā uz 35. klases pakalpojumiem, proti, pārtikas preču tirdzniecību, šāda patērētāju uztvere būtu pie nosacījuma, ja notiktu tirdzniecība ar medījumu gaļu. Savukārt pastāv virkne pārtikas preču, kuru tirdzniecība tiešā veidā neasociējas ar medījumu, mežu un dabu vispār, līdz ar to attiecībā uz šādu pārtikas preču tirdzniecību iepriekšminētās asociācijas ir mazāk ticamas.

8. Pretstatītā grafiskā preču zīme sastāv no aplī ietvertas staltbrieža galvas pretskatā ar augšup vēršiem žuburotiem ragiem, starp kuriem novietots latīņu krusts. Aplī fonu aizpilda no krusta uz visām pusēm izvērsti stari. Apelācijas padomes ieskatā attiecībā uz 33. klases precēm, proti, dažādu veidu alkoholiskajiem dzērieniem, zīmei piemīt atšķirtspēja. Brieža motīvs saistībā ar 33. klases precēm var asociēties ar spēku, karaliskumu u.c. šim dzīvniekam piedēvētām īpašībām, taču tas vispārpieņemtā veidā neraksturo attiecīgās preces.

Savukārt attiecībā uz zīmes 35. klasē ietvertajiem pakalpojumiem var piemērot līdzīgu motivāciju kā apstrīdētās zīmes gadījumā.

9. Nevar noliegt, ka salīdzināmās zīmes ir vismaz tiktāl līdzīgas, ka tajās ir izmantots līdzīgs dzīvnieka motīvs – staltbrieža galva pretskatā ar augšup vēršiem žuburainiem ragiem. Tomēr, izvērtējot zīmju līdzības aspektu PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanas kontekstā, būtiska nozīme ir arī precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem zīmes ir reģistrētas, un tam, kāda loma katrā no zīmēm šim motīvam ir.

Tas, ka pastāv prakse attiecībā uz gaļas produktiem un gaļas tirdzniecības vietām izmantot dzīvnieka motīvu, liecina virkne tirgū esošu piemēru:



Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka patērētāji, kas ir pieraduši pie šādas komersantu prakses, brieža galvas motīvu attiecībā uz dažādiem gaļas izstrādājumiem, meža veltēm un tostarp arī uz tirdzniecību ar medījumu gaļu uztvers kā attiecīgās preces un pakalpojumus raksturojošu elementu. Lai arī uzrakstiem “MEDĪJUMS” un “DABAS PRODUKTS” ir zema atšķirtspēja attiecībā uz 29. klases precēm, tiem ir sava loma apstrīdētajā preču zīmē, jo Latvijas patērētāji tos var viegli uztvert un tie patērētājiem sniedz noteiktu informāciju par piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem.

10. Tādēļ gadījumos, kad zīmju elementiem ir vāja atšķirtspēja, tam nav liela īpatsvara zīmju sajaukšanas iespējas izvērtējumā. Ja zīmju kopīgajam elementam piemīt zema atšķirtspēja, tad jebkuras atšķirības pārējos salīdzināmo zīmju elementos spēlē nozīmīgu, izšķirīgu lomu, nosakot attiecīgo preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi (*VT sprieduma lietā T-602/19 Eugène Perma France v EUIPO [2020] 44. punkts*).

Apelācijas padomes ieskatā pie šādiem lietas apstākļiem, lielāka nozīme zīmju salīdzināšanā piešķirama katras zīmes grafiskajam izpildījumam. Apstrīdētajā zīmē brieža galva vairāk ir attēlota shematiski, proti, ar lauztām, asām līnijām, iedalot to daudzās mazās figūrās un uz ragiem izvietojot auga lapas, tādējādi nostiprinot attiecīgo patērētāju uztverē produktu saistību ar dabu. Savukārt pretstatītajā zīmē briedis ir attēlots maigākām līnijām, tuvāk tā dabiskajam izskatam, taču neierastu veidolu tai piešķir latīņu krusts, kas atrodas briedim starp ragiem, un no tā uz visām pusēm izejošie stari.

Līdz ar to Apelācijas padome apšauba, ka patērētāji attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 29. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem tiklīdz, ciktāl tie attiecas uz medījumu tirdzniecību, salīdzināmās zīmes sajauks vai uztvers tās kā savstarpēji saistītas, jo attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem brieža galvas motīvs ir ar zemu atšķirtspēju un lielāka nozīme piešķirama zīmju atšķirīgajam izpildījumam.

Taču attiecībā uz tiem apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajiem 35. klases pakalpojumiem, kur šādas brieža galvas motīvs pats par sevi ir ar augstāku atšķirtspēju, piemēram, piena produktu, saldumu, dzērienu tirdzniecības pakalpojumiem, salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju pilnībā izslēgt nevar.

11. Līdz ar to Apelācijas padome iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem atzīst par pamatotu daļēji.

12. Iebilduma iesniedzēja pieminētajā VT 2006. gada 14. decembra spriedumā apvienotajās lietās T-81/03, T-82/03 un T-103/03 ir bijuši atšķirīgi apstākļi no šīs lietas. Pirmkārt, salīdzināmās zīmes bija reģistrētas identiskām precēm 32. un 33. klasē, attiecībā uz kurām brieža galvas motīvs ir atšķirtspējīgs elements. Otrkārt, apstrīdētajās zīmēs brieža galvas motīvs ir ietverts aplveida figūrā, kas būtiski pastiprina vizuālo līdzību starp salīdzināmajām zīmēm.

13. Iebilduma iesniedzējs atsaucies arī uz PZL 8. panta noteikumiem.

Lai piemērotu PZL 8. panta pirmo daļu, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā preču zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem.

PZL 8. panta otrā daļa papildina panta pirmās daļas noteikumus tādējādi, ka preces vai pakalpojumi, kuriem pieteikta apstrīdētā zīme, var nebūt līdzīgi plaši pazīstamas preču zīmes precēm vai pakalpojumiem, bet jākonstatē, ka apstrīdētās zīmes lietošanu saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamās zīmes īpašnieka interesēm.

14. Apelācijas padome neapšauba, ka iebilduma iesniedzēja liķieris “JÄGERMEISTER”, kura etiķete ietver attēlu, kas atveidots pretstatītajā grafiskajā zīmē (reģ. Nr. WO 1 311 081), ir bijis pieejams Latvijas patērētājiem un ieguvis zināmu atpazīstamību to vidū. Tomēr, Apelācijas padomes ieskatā, šajā lietā iesniegtie materiāli nav pietiekami, lai pierādītu iebilduma iesniedzēja preču zīmē (reģ. Nr. WO 1 311 081) ietvertās grafikas plašo pazīstamību Latvijā.

Izvērtējot lietā iesniegtos materiālus, jāatzīmē, ka lielākā daļa no tiem attiecas uz liķiera ar nosaukumu “JÄGERMEISTER” intensīvu lietojumu un popularizēšanu. Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā liela daļa no iebilduma iesniedzēja produkcijas atpazīstamības ir saistīta tieši ar vārdisko apzīmējumu “JÄGERMEISTER”, kura pazīstamību savulaik atzina arī Patentu valdes Apelācijas padome savā lēmumā Nr. ApP/2021/M 61 359-Ie.

Valsts ieņēmumu dienesta sniegtajā deklarācijā norādīts, ka informācija par alkoholisko dzērienu nosaukumiem akcīzes marku pieteikumos komersantiem bija jāuzrāda līdz 2015. gada maijam un ar 2015. gada jūniju nav iespējams noteikt, kādiem alkoholiskajiem dzērieniem tika izsniegtas akcīzes

nodokļu markas, tātad pēc šā datuma nav skaidrs, kādos apjomos iebilduma iesniedzējs savu produkciju realizējis Latvijā.

Lietā ir reklāmas materiāli (attēli un video) no pasākumiem, kuros iebilduma iesniedzējs ir popularizējis savu produkciju. Taču intensīva reklāma ir tikai par 2017. un 2018. gadu, turklāt no iesniegtajiem materiāliem var redzēt, ka brieža galvas motīvs šajos pasākumos netiek izmantots konsekventi, bet gan dažādās tā variācijās, piemēram, kā maska, tikai ragi utt. Apelācijas padome var piekrist, ka šajos pasākumos ir izmantota arī citstarp pretstatītajā zīmē ietvertā grafika, taču pārsvarā kopā ar uzrakstu "JÄGERMEISTER". Kopumā ņemot, Apelācijas padomei nerodas pārliecība, ka arī bez uzraksta "JÄGERMEISTER" pretstatītajā zīmē ietvertā grafika bauda atpazīstamību Latvijas patērētāju vidū.

Tādējādi Apelācijas padome secina, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 8. panta noteikumiem šīs lietas ietvaros nav atzīstama par pamatotu.

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 Preču zīmju likuma 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, nolēm:

1. daļēji apmierināt Vācijas uzņēmēj sabiedrības MAST-JÄGERMEISTER SE iebildumu pret preču zīmes **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to par spēkā esošu visām 29. klases precēm un ierobežotam 35. klases pakalpojumu sarakstam: "medījumu tirdzniecības pakalpojumi";

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 **MEDĪJUMS DABAS PRODUKTS** (fig.) (reģ. Nr. M 76 802) reģistrācijas atzīšanu par spēkā esošu visām 29. klases precēm un ierobežotam 35. klases pakalpojumu sarakstam: "medījumu tirdzniecības pakalpojumi".

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 Vidzemes priekšpilsētas 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/ D. Liberte

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova