

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

Pasta adrese: a/k 124, Rīga LV-1010	Adrese: Citadeles iela 7 (70), Rīga	Tālruni: 7 027 190, 7 027 140	Fakss: 371 7 027 208
--	--	----------------------------------	-------------------------

Apelācijas lietas šifrs:  
ApP/96/ M-93-1585

Lēmums

Rīga

1996. gada 29. martā

Apelācijas padome:

ApP sēdes priekšsēdētājs - G. Poļakovs,  
ApP sēdes locekļi - J. Ancītis un K. Krūmiņš,  
ApP sekretāre - Ie. Judinska

1996. gada 15. martā izskatīja apelācijas iesniegumu, kuru patentu pilnvarotais Ā. Fogels, balstoties uz LR Likuma par preču zīmēm (LPZ) 7. panta ceturto daļu, 01.12.95 iesniedzis pieteicēja - firmas "CERVECERIA CUAUHTEMOC S.A. DE C.V." (Meksika) vārdā pret LR Patentu valdes (LPV) 1995. gada 17. oktobra lēmumu par preču zīmes BOHEMIA BRAND BEER (fig.) (pieteik. Nr. M-93-1585; pieteik. datums 09.02.93; 32. kl. - alus) reģistrācijas atteikumu.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV atteikuma lēmumam.

ApP sēdē piedalījās pieteicēja pārstāvis - patentu pilnvarotais Ā. Fogels un LPV pārstāvis - Preču zīmju un dizainparaugu nodaļas eksperts N. Lamsters, kas veicis minētā pieteikuma ekspertīzi.

I. Apelācijas iesnieguma izskatīšanas rezultātā Apelācijas Padome **konstatēja**:

1. LPV lēmums atteikt preču zīmes BOHEMIA BRAND BEER (fig.) reģistrāciju balstās uz slēdzienu, ka "pieteiktais apzīmējums var maldināt sabiedrību attiecībā uz preču izcelsmes vietu" (LPZ 2. panta pirmās daļas 7. punkts un 2. panta otrā daļa): "reģistrācijai pieteiktās etiķetes galveno daļu, t. i., vārdisko apzīmējumu BOHEMIA Latvijas patērētāji var uztvert kā Čehijas Republikas vēsturiskā apgabala nosaukumu un tādējādi saistīt preču izcelsmi ar Bohēmiju, it īpaši tādēļ, ka tajā atrodas plaši pazīstami alus rūpniecības centri, kā piemēram, Pīzeņa (Pilsene) un Česke Budejovice (Budvaise)"

2. Apelācijas iesniedzējs pamato savu nepieprišanu LPV lēmumam šādi:

2.1. savā laikā Meksikas firma, organizējot alus ražošanas procesu savā zemē, uzaicināja speciālistus no Čehijas novadiem, apguva čehu tehnoloģiju. Tā radās nosaukums, kas tiek izmantots Meksikas ražotāja preces apzīmējumam tik ilgu laiku;

2.2. alus ar apzīmējumu BOHEMIA BRAND BEER, ko ražo Meksikā, tiek pārdots jau kopš 1900. gada. Patērētāji visā pasaulē pieraduši pie tā, ka alus ar minēto apzīmējumu nāk nevis no Čehijas, bet no Meksikas. Pēdējo 50 gadu laikā tas kļuvis ļoti populārs ne tikai Latīņamerikas

valstīs, bet arī Japānā, ASV, Vācijā, Austrijā u. c. zemēs. Kā liecina firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." lietai pievienotie materiāli, piemēram, 1993. - 1994. (līdz augustam) gadā alus BOHEMIA BRAND BEER tika pārdots Vācijā (attiecīgi 2 436 un 630 kastes), Austrijā (1 179 un 464), Holandē (378 un 1 194), ASV (399 252 un 301 640), Francijā (8 512 un 6 826), Japānā (4 914 un 4 971) u. c. valstīs;

2.3. zīme BOHEMIA BRAND BEER (fig.) reģistrēta 28 valstīs, tai skaitā Eiropas valstīs, par ko liecina apelācijas lietai pievienotie materiāli (attiecīgo apliecību kopijas);

2.4. minētie fakti par zīmes BOHEMIA BRAND BEER (fig.) lietošanu, kā arī apelācijas lietai pievienotie materiāli liecina, ka zīme, kas iekarojusi tirgu kā Meksikas alus apzīmējums un pazīstama pasaulē jau 95 gadus, nevar maldināt patērētājus.

## II. Apelācijas iesnieguma izskatīšanas rezultātā Apelācijas padome nāca pie šādiem slēdzieniem:

1. Izskatāmais apzīmējums pieteikts kā kombinēta (etiķetes veidā) zīme, kura ietver vārdiskos elementus BOHEMIA BRAND BEER, grafisko elementu (indiāņu galva), delokalizējošu uzrakstu 'BREWED AND BOTTLED BY CERVECERIA CUAUHEMOC, S.A. DE C.V / MONTERREY, N.L. MEXICO';

2. Pieteikto apzīmējumu var kvalificēt kā ģeogrāfiska rakstura norādi, jo tā vārdiskais elements BOHEMIA atkārto Čehijas oficiālo nosaukumu Habsburgu valdīšanas laikā (1526-1918) un līdz ar to norāda uz mūsdienu Čehijas Republiku. Tādējādi LPV lēmuma atsaukšanās uz LPZ 2. panta otro daļu principā atzīstama par pamatotu.

LPZ 2. panta otrā daļa nosaka, ka "jebkuru apzīmējumu, ko var uztvert kā ģeogrāfiska rakstura norādi, zīmē drīkst iekļaut ar nosacījumu, ka tas nemaldinās sabiedrību...". Tātad šās apelācijas lietas pareizā izskatīšanā jautājumam par apzīmējuma BOHEMIA maldinošu vai nemaldinošu raksturu ir galvenā nozīme.

2. LPV atteikuma lēmuma pamatojums balstās uz pieņēmumu, ka pieteiktais apzīmējums ir zināms Latvijas patērētājiem tieši kā vēsturiskais nosaukums, kas ir saistīts ar Čehijas Republiku, un līdz ar to var maldināt patērētājus par preču, attiecībā uz kurām tas pieteikts, izcelsmi.

2.1. Angļu vārda '*Bohemia*' rakstība ir līdzīga tā latviešu sinonīma 'Bohēmija' rakstībai un tātad vārda nozīme ir viegli saprotama Latvijas patērētājiem.

Var pilnībā piekrist LPV lēmumā minētajam pieņēmumam, ka izskatāmais ģeogrāfiska rakstura apzīmējums ir plaši zināms Latvijas patērētājiem, jo vārdu '*Bohemia*' satur mūsdienu latviešu enciklopēdijas un vārdnīcas (piemēram, Latvijas Padomju enciklopēdija. Rīga, GER, 2. sēj., 1982; ģeogrāfijas vārdnīca "Pasaulē zemes un tautas". Rīga, 1978) un angļu-latviešu vārdnīcas, tai skaitā neliela apjoma vārdnīcas, kas ietver tikai visbiežāk lietojamo leksiku (piemēram, Angļu-latviešu vārdnīca". SIA Apgāds "LIVONIJA-5", Rīga, 1993).

Bez tam plašam patērētāju lokam vārds '*Bohemia*' ('Bohēmija') ir neapšaubāmi pazīstams kā stabili vārdkopu (piemēram, '*Bohemian glass*' - 'Bohēmijas stikls' '*Bohemian forest*' - 'Bohēmijas mežs') sastāvdaļa.

2.2. Vienlaikus ir svarīgi atzīmēt, ka izskatāmajam ģeogrāfiska rakstura apzīmējumam jābūt zināmam pietiekami plašam patērētāju lokam saistībā ar precī, attiecībā uz kuru tas pieteikts (alus), jo, kā norāda LPV lēmums, minētajā Čehijas Republikas vēsturiskajā apgabalā atrodas plaši pazīstami alus rūpniecības centri.

3. Apelācijas iesniedzējs nenoliedz iepriekšminētos faktus un pieņēmumus, bet pamato savu nepiekrīšanu LPV atteikuma lēmumam galvenokārt ar to, ka Meksikā ražotais alus ar zīmi BOHEMIA un BOHEMIA BRAND BEER, kas ir reģistrēta 28 valstīs, ir pazīstams jau kopš 1900. gada un tiek pārdots daudzās valstīs visos kontinentos. Pēc apelācijas iesniedzēja domām, zīme, kas iekarojusi tirgu kā Meksikas alus apzīmējums, nevar maldināt patērētājus.

4. Izskatot firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." pārstāvja argumentus, ApP tos neuzskata par pārliecinošiem, šādu iemeslu dēļ:

4.1. firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." iesniegtie materiāli par tā preces pārdošanas ģeogrāfiju neietver ziņas par tās pārdošanu vai pat reklamēšanu Latvijā. Tātad, kaut gan apzīmējums BOHEMIA BRAND BEER, ar ko marķē Meksikā ražoto alu, ir pazīstams pasaulē, pēc pieteicēja materiāliem, jau 95 gadus, tomēr kā Meksikas firmas zīme tas nav zināms Latvijā. Turpretim, kā iepriekš minēts, Latvijas patērētāju uztverē apzīmējums var asociēties tikai ar Čehijas Republiku;

4.2. novērtējot firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." iesniegtos materiālus par tā preces pārdošanas apjomu 1993. - 1994. gados, nevar secināt, ka firmai piederošā zīme iekarojusi tirgu vai ka tā kļuvusi populāra, it īpaši Eiropas valstīs (piemēram, 1993. gadā: Vācija - 2 436, Austrija - 1 179, Holande - 378, Francija - 8 512, Lielbritānija - 6 835 kastes);

4.3. neapšaubot firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." paskaidrojumu par apzīmējuma BOHEMIA radīšanas iemesliem, jāatzīmē, ka tie nevar būt zināmi Latvijas patērētājiem un attiecīgi nevar ietekmēt apzīmējuma uztveri.

Vispārīnot firmas "CERVECERIA CUAUHEMOC S.A. DE C.V." pārstāvja paskaidrojumus, var secināt, ka tie nav uzskatāmi par pietiekami pārliecinošiem, lai apgalvotu, ka pieteiktā apzīmējuma vārdiskais elements BOHEMIA nevar maldināt Latvijas patērētājus attiecībā uz preces izcelsmi.

5. Novērtējot pieteikto apzīmējumu pēc būtības, ApP uzskata, ka, neraugoties uz iepriekšminētajiem secinājumiem par iespējamo apzīmējuma vārdiskā elementa BOHEMIA maldinošu raksturu, zīme tomēr var tikt reģistrēta (ar disklamāciju attiecībā uz atsevišķiem zīmes elementiem), jo apzīmējums iekļauj delokalizējošu uzrakstu "BREWED AND BOTTLED BY CERVECERIA CUAUHEMOC, S.A. DE C.V / MONTERREY, N.L. MEXICO", kas norāda uz preces izcelsmi. Ņemot vērā, ka šis uzraksts ir pietiekami skaidri redzams un saprotams pat angļu valodas nepratējiem, var pieņemt, ka tas būtiski samazina maldinājuma iespēju.

Bez tam ApP ievēro, ka apzīmējums arī satur grafisko elementu - indiāņu galvu, kas pievērš patērētāju uzmanību un, kas kopā ar delokalizējošo uzrakstu var novērst maldinājumu par preces izcelsmes vietu.

6. Tātad, apsverot kopumā izskatāmajā apelācijas lietā esošos materiālus un ApP sēdes gaitā iesniegtos paskaidrojumus, kā arī ievērojot LPZ 2. panta otrās daļas noteikumus par zīmju, ko var uztvert kā ģeogrāfiska rakstura norādi, reģistrējamību, var nākt pie slēdziena, ka LPV atteikuma lēmuma pamatojums - atsaukšanās uz LPZ 2. panta pirmās daļas 7. punktu - jāatzīst par nepamatotu.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Likuma par preču zīmēm 2. panta otrās daļas noteikumiem, **nolemj:**

1. atcelt Patentu valdes lēmumu par preču zīmes BOHEMIA BRAND BEER (fig.) (pieteik. Nr. M-93-1585) reģistrācijas atteikumu;

2. atzīt pieteikto preču zīmi BOHEMIA BRAND BEER (fig.) (pieteik. Nr M-93-1585) par reģistrējamu ar šādu ierobežojumu: zīmes vārdiskie elementi BOHEMIA un BRAND BEER, atsevišķi ņemot, nav aizsargājami;

3. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu nodaļai un Dokumentācijas un Valsts reģistru nodaļai, pamatojoties uz šo lēmumu, Likuma par preču zīmēm noteiktajā kārtībā izdarīt nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes BOHEMIA BRAND BEER (fig.) (pieteik. Nr M-93-1585) reģistrāciju, Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā .

ApP sēdes priekšsēdētājs

G. Poļakovs

ApP sēdes loceklis:

J. Ancītis

K. Krūmiņš