

* * *
APELĀCIJAS PADOME

Pasta adrese: a/k 824, Rīga LV-1010	Adrese: Citadeles iela 7 (70), Rīga	Tālruni: 7 027 190, 7 027 140	Fakss: 7 027 208
--	--	----------------------------------	---------------------

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/99/ M-97-1586

Lēmums

Rīgā

2000. gada 14. jūlijā

Apelācijas padome:

ApP sēdes priekšsēdētājs - J. Ancītis,
ApP sēdes locekļi - S. Drozdovska, K. Krūmiņš,
ApP sekretārs - J. Kalnājs,

1999. gada 12. novembrī izskatīja apelācijas iesniegumu, kuru saskaņā ar 1993. g. likuma *Par preču zīmēm* (LPZ/93) 7. panta ceturto daļu 26.05.1999 iesniegusi preču zīmju aģente M. Uzulēna pēc patentpilnvarotā A. Pētersona pārpilnvarojuma pieteicēja - firmas FORD MOTOR COMPANY (ASV) - vārdā pret Patentu valdes (LPV) 1999. gada 26. marta lēmumu par preču zīmes

TOWN CAR

(pieteik. Nr. M-97-1586; pieteik. datums - 10.09.1997; pieteikta 12. klasē - motorizētiem transporta līdzekļiem un to daļām) reģistrācijas atteikumu.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt pieteikto apzīmējumu par reģistrējamu.

ApP sēdē piedalījās pieteicēja pārstāvis - patentpilnvarotais A. Pētersons un LPV pārstāve - Preču zīmju un dizainparaugu nodaļas eksperte K. Kropa, kas veikusi minētā pieteikuma ekspertīzi.

I. Izskatot apelācijas iesniegumu, Apelācijas Padome **konstatēja**:

1. LPV 26.03.1999 lēmums atteikt preču zīmes **TOWN CAR** (pieteik. Nr. M-97-1586) reģistrāciju, kas pieņemts ar atsauci uz LPZ/93 2.panta pirmās daļas 1., 5. un 6. punkta noteikumiem, balstās uz slēdziena, ka pieteiktajam apzīmējumam pietrūkst atšķirīguma, tam ir aprakstošs raksturs, to lieto preču aprakstīšanai vai nosaukšanai, un tas raksturo tikai preču veidu.

2. Minēto viedokli paskaidro LPV lēmumā ietvertā pieteiktā apzīmējuma analīze:

2.1. vārdiskais apzīmējums 'TOWN CAR' sastāv no diviem angļu valodas vārdiem 'town' (pilsēta) un 'car' (mašīna), kas kopumā veido apzīmējumu, kurš enciklopēdiskajos izdevumos tiek skaidrots šādi:

- 1) *town car* ir automobilis, kura aizmugurējais sēdekļis ir norobežots no vadītāja sēdekļa ar starpsienu; arī limuzīns;
- 2) *town car* ir automobilis, kurš konstruēts lietošanai pilsētas ielās, izmantojot nelielu ātrumu un šauru darbības diapazonu (minēti informācijas avoti);

2.2. atkarībā no patērētāju informētības pakāpes, angļu valodas zināšanu līmeņa un asociatīvās uztveres īpatnībām katrā konkrētā valstī var dominēt viens vai otrs no šā apzīmējuma uztveres aspektiem. Piemēram, ASV, kur limuzīna tipa automašīnas ir populāras, patērētāji šo apzīmējumu var asociatīvi saistīt ar šādu automobiļa veidu, kamēr Latvijā, kur vēl nesenā pagātnē priekšstats par

limuzīna tipa automobili aprobežojās ar vienu PSRS automobiļa marku, apzīmējums 'TOWN CAR' var tikt uztverts kā pilsētas auto un asociēties ar pilsētas apstākļiem piemērotu, praktisku mazgabarīta un mazlitrāžas automobili;

2.3. gan no viena, gan otra aspekta raugoties, apzīmējumam 'TOWN CAR' piemīt aprakstošs raksturs. Limuzīna tipa automobiļi var būt: 1) slēgtas virsbūves automobiļi ar 3-5 pasažieru vietām, kuros vadītāja sēdvietā ir nošķirta ar starpsienu; 2) lieli slēgtas virsbūves, nereti luksusa klases automobiļi, kurus vada šoferis; 3) lieli slēgtas virsbūves automobiļi, kas tiek lietoti pasažieru pārvadāšanai uz (vai no) lidostām, dzelzceļa un autobusu stacijām (minēts informācijas avots). ASV limuzīna tipa automobiļi ir ļoti iecienīti, īpaši taksometru pakalpojumu sfērā, par ko liecina arī Internetā pieejamā informācija (pievienotas izdrukas); apzīmējumu 'town car' šīs nozares firmas izmanto sugasvārda nozīmē: "Maxi Taxi of Florida provides limousine, Rolls Royce, luxury town car, and mini van service", "Claire Transport Inc. offers sedans, town cars and limousines";

2.4. tādējādi apzīmējums 'town car' tajās uzņēmējdarbības jomās, kas saistītas ar automobiļu ražošanu, pārdošanu vai nomu, ir nepieciešams vispārējai lietošanai gan reklāmās, gan preču un pakalpojumu aprakstīšanai un nosaukšanai, tādēļ uz šādu apzīmējumu viens pieteicējs nevar iegūt izņēmuma tiesības, to skaitā tiesības aizliegt arī citiem lietot šādu apzīmējumu;

2.5. analizējot apzīmējuma 'TOWN CAR' reģistrācijas iespējas no otra aspekta, proti, saistībā ar priekšstatu, ka šis apzīmējums var tikt uztverts arī daudz plašākā nozīmē - kā 'pilsētas tipa automobīlis', ir pamats domāt, ka šādā nozīmē to var uztvert liela daļa patērētāju, īpaši Latvijā, neidentificējot to ar kādu konkrētu automašīnas modeli vai ražotāju. Modelējot Latvijas patērētāju uztveri, jāņem vērā apstākļi, ka ASV ražotie limuzīna tipa automobiļi tomēr ir ļoti dārgas un ekskluzīvas mašīnas, maz reklamētas un tikai retajam pieejamas, turpretī Rīgas ielās šobrīd lielā vairumā ripo dažādās valstīs ražotie mazauto, kādus, piemēram, 1998. gadā pircējiem piedāvāja vairāki pasaules vadošie autoražotāji, to skaitā arī izskatāmās zīmes pieteicējs - modeli 'Ford Ka';

2.6. par to, ka apzīmējums 'town car' arī pašu autoražotāju aprindās tiek lietots ar nozīmi 'praktisks pilsētas auto', var pārliecināties, piemēram, korejiešu autofirmas Hyundai reklāmas katalogā (pielikumā pievienota reklāmas materiāla kopija, kur runāts par minētās firmas devumu 'pilsētas auto segmentā', modelis 'Hyundai Atos' raksturots kā ekonomisks, kompakts, mobils un praktisks, un apzīmējums 'town car' lietots ar mazo sākuma burtu: *this practical town car*);

2.7. kā zināms, apzīmējuma aprakstošais raksturs ir viens no apstākļiem, kas nosaka preču zīmes atšķirīguma (atšķirtspējas) trūkumu. Aprakstošā rakstura un atšķirīguma trūkuma dēļ šādu apzīmējumu nav iespējams sekmīgi lietot, *lai kāda uzņēmuma preces atšķirtu no citu uzņēmumu precēm* (LPZ/93 1. panta pirmā daļa, preču zīmes definīcija), tas nespēj identificēt preču ražotāju un līdz ar to pildīt preču zīmes galvenās funkcijas;

2.8. zīmes pieteicējs FORD MOTOR COMPANY ražo limuzīna tipa automobili ar preču zīmi LINCOLN, kura ir reģistrēta Latvijā (reģ. Nr. M 42 109). Šim automobilim ir 1997. gada modelis ar nosaukumu 'LINCOLN TOWN CAR' (pievienoti reklāmas, preses un Interneta materiāli). Ekspertīze pieņem, ka ASV apzīmējums 'TOWN CAR' patērētājiem jau ir kļuvis ļoti zināms saistībā ar automobili 'LINCOLN', bet attiecībā uz Latviju šādu datu nav. Nav iesniegti arī dokumenti, kas liecinātu par šā apzīmējuma reģistrāciju izcelsmes zemē - ASV. Citu valstu - Meksikas, Krievijas, Igaunijas u.c. prakse šā apzīmējuma reģistrācijā nav viennozīmīga;

2.9. balstoties uz minētajiem apsvērumiem, pieteiktās zīmes reģistrācija tiek atteikta, bet ekspertīze izsaka pieņēmumu, ka pašreizējā situācijā apzīmējums 'TOWN CAR' varētu tikt reģistrēts kopā ar kādu distinktīvu elementu, piemēram, apzīmējumu 'LINCOLN'.

3. Paskaidrojumos ApP sēdes gaitā, kā arī atbildēs uz jautājumiem LPV pārstāve arī paskaidro:

3.1. pieteiktajā apzīmējumā nav pamata analizēt katru vārdu atsevišķi, kā to cenšas darīt pieteicēja pārstāvis. Apzīmējums 'TOWN CAR' tieši kopā veido īpašu jēdzienu automobiļu jomā;

3.2. par apzīmējuma nedistinktīvo raksturu netieši liecina arī tas, ka ASV veiktās citu preču zīmju reģistrācijās fiksēta disklamācija (izslēgums no aizsardzības) attiecībā uz vārdu salikumu 'TOWN CAR SERVICE'.

4. Apelācijas iesniedzēja pārstāvji apelācijas iesniegumā, pieteikuma un apelācijas papildmateriālos un paskaidrojumos sēdes gaitā šādi motivē savu nepiekrīšanu LPV lēmuma pamatojumiem:

4.1. nevar uzskatīt, ka visi Latvijas patērētāji pārzina angļu valodu tādā līmenī, lai saprastu dažādu vārdu vai vārdu savienojumu nozīmi; mēs neatrodamiem angļu valodā runājošā zemē. Liela daļa patērētāju apzīmējumus uztver drīzāk vizuāli, nedomājot par apzīmējumu jēdzienisko saturu. Šis apstāklis jau ir ticis uzsvērts ApP 19.03.1999 lēmumā par iebildumu pret preču zīmes M 40 371 **ChocoPie** reģistrāciju;

4.2. jāņem vērā, ka LPZ/93 2. panta pirmās daļas 6. punkts neļauj reģistrēt apzīmējumus, kuri raksturo tikai preču veidu; jāpievērš uzmanība vārdam 'tikai' šajā formulējumā. Apzīmējums 'car' neraksturo tikai 12. klases preces - automobiļus, dzelzceļa vagonus un vagonetes, bet tam ir arī citas nozīmes, kā piemēram - liфта kabine, kas ir 7. klases prece un nevar būt aprakstoša 12. klases precēm. Tāpat arī vārdam 'town' ir daudz citu nozīmju, kuras nevar uzskatīt par aprakstošām 12. klases precēm (pievienotas izziņas materiālu kopijas); patērētāji neuztver apzīmējuma nozīmi sevišķi tad, ja attiecīgajiem vārdiem ir vairākas nozīmes, bet šajā gadījumā tiem ir pat pretējas nozīmes;

4.3. daudzos gadījumos preču zīmēm ir vairāk vai mazāk aprakstošs raksturs; tas ir viens no grūtākajiem jautājumiem preču zīmju praksē. Šādos gadījumos, kur apzīmējumiem vai to salikumiem var būt vairākas vai pārnestas nozīmes, tie parasti tiek reģistrēti kā preču zīmes, kaut arī kādam no apzīmējumā ietilpstošajiem vārdiem varētu būt aprakstoša nozīme attiecībā uz dotās klases precēm, piemēram:

- M 44 350 **RĪTA KAFIJA** - 30. kl. - kafija;
- M 44 351 **ĢIMENES KAFIJA** - 30. kl. - kafija;
- M 44 189 **PRO KATALOGS** - 41. kl. - nozaru telefonu grāmatu izdošana;
- M 44 167 **TAVU GARŠVIELU PASAULE** - 30. kl. - garšvielas;

4.4. izskatāmā preču zīme ir jau pazīstama uz FORD MOTOR COMPANY ražotajām automašīnām; informācija par šo modeli ir Internetā, ir FORD firmas katalogos, ir autožurnālos. Apzīmējums 'TOWN CAR' ir ticis reģistrēts kā preču zīme vairākās citās valstīs - Krievijā, Igaunijā, Apvienotajos Arābu Emirātos, Meksikā (pievienota šīs zīmes reģistrācijas apliecības Meksikā kopija);

4.5. arī ņemot vērā, ka izskatāmais apzīmējums ir vārdu salikums, nevar konstatēt, ka tas būtu aprakstošs vai maldinošs;

4.6. pieteicējs piekrīt arī šīs zīmes reģistrācijai kā vienam veselumam ar disklamāciju uz katru vārdu atsevišķi, kā tas izdarīts Krievijā;

4.7. arī starptautiskajā praksē līdzīga rakstura vārdiskie apzīmējumi, piemēram, WO 523 064 **Sanicar**, WO 699 067 **CAR CONNECT**, WO 699 073 **CAR CONNECT CORNER**, WO 699 118 **CAR CONNECT CENTER**, WO 659 516 **GAME TOWN** ir reģistrēti kā preču zīmes vairākās pasaules valstīs un nav uzskatīti par aprakstošiem, nedistinktīviem vai tādiem, kas raksturo tikai preču vai pakalpojumu veidu (pievienotas attiecīgas izdrukas no preču zīmju starptautiskās reģistrācijas datu bāzes *ROMARIN*);

4.8. pieteicējs lūdz ņemt vērā visus minētos aspektus, uzskata, ka ApP lēmums ir pretrunā ar LPZ/93 2. panta pirmās daļas 5. un 6. punkta prasībām un vispārpieņemto praksi, un lūdz lēmumu atcelt un reģistrēt apzīmējumu 'TOWN CAR' (pieteik. Nr. M-97-1586) kā preču zīmi.

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

1. ApP atzīst, ka LPV lēmuma motivējumi attiecībā uz izskatāmo apzīmējumu 'TOWN CAR' (pieteik. Nr. M-97-1586) principā atzīstami par pareiziem.

1.1. Ir neapšaubāmi, ka daudzi Latvijas patērētāji var uztvert angļu vārdu 'town' un 'car' galvenās nozīmes: *pilsēta* un *automobilis*. Var piekrist arī LPV lēmuma apsvērumam, ka no enciklopēdiskos avotos minētajām divām vārdu salikuma 'town car' nozīmēm kāda, iespējams, neliela daļa patērētāju spēj uztvert pirmo nozīmi, tas ir, - *limuzīns, luksusa automobilis ar atdalītu vadītāja vietu*, bet noteikti vairākums spēj uztvert otro nozīmi - (speciāli konstruēts) *pilsētas automobilis*, jo tā izriet no abu vārdu tieša tulkojuma.

1.2. Šai aspektā kritiski vērtējami apelācijas iesniedzēja apsvērumi, kas attiecas uz Latvijas patērētāju nepietiekamām angļu valodas zināšanām u.tml.. Vārdi 'town' un 'car' pieder plaši lietojamai angļu leksikai, bet angļu valoda Latvijā mūsdienā apstākļos kļūst par pirmo svešvalodu un tiek plaši lietota tehnikas, arī autotehnikas jomā. Līdz ar to grūti iedomāties, ka patērētāji, kas interesējas par automobiļiem, nezinātu, nesaprastu šos vienkāršos vārdus, katru atsevišķi vai arī kopumā. Latvijas patērētāji var nezināt atsevišķus specifiskus jēdzienus, bet vismaz otrā no minētajām pieteiktā apzīmējuma nozīmēm ir viegli uztverama, sakrīt ar visai sadzīvīgu izpratni un nav uzskatāma par specifisku. Līdz ar to nav pamata spriest, ka pieteikto apzīmējumu Latvijā uztvers bez jēdzieniska satura, un nevar to pielīdzināt, piemēram, apzīmējumam 'ChocoPie', kura beigu daļā izmantots daudz mazāk populārs angļu vārds.

1.3. Nav arī pamatots apsvērums, ka apzīmējumā ietilpstošo vārdu nozīmes, tāpēc, ka tās ir vairākas un atšķirīgas, traucē uztvert izskatāmā apzīmējuma jēgu. Katrs apzīmējums vērtējams kontekstā ar marķējamām precēm, jo, kā zināms, apzīmējuma atšķirīguma (atšķirtspējas) vērtējums ir atkarīgs ne tikai no paša apzīmējuma rakstura un patērētāju uztveres, bet arī no attiecīgo preču vai pakalpojumu rakstura. Vērtējot kontekstā ar motorizētiem transporta līdzekļiem un to daļām, kas ir pieteikuma preču sarakstā, nav pamata domāt, ka attiecīgie patērētāji varētu neuztvert vienkāršāko no apzīmējuma nozīmēm (*pilsētas automobilis*) tikai tāpēc, ka eksistē arī citas, mazāk tiešas tā atsevišķo vārdu nozīmes. Ir mazāk būtiski pieteikto apzīmējumu analizēt pa atsevišķiem vārdiem, ja tieši abu vārdu salikums veido noteiktas nozīmes jēdzienu, kā tas ir šajā gadījumā. Apelācijas iesniedzēja aizrādījums, ka uz izskatāmo apzīmējumu neattiecas LPZ/93 2. panta pirmās daļas 6. punkts, jo šis noteikums skar vienīgi apzīmējumus, kas raksturo 'tikai' preču veidu, nav korekts, jo pierādījumam minētas nevis reģistrācijai pieteiktā apzīmējuma, bet tā atsevišķo daļu nozīmes.

1.4. ApP uzskata par šai lietai svarīgu apstākli, ka, pat neatkarīgi no patērētāju vairākuma uztveres un izpratnes, izskatāmajam apzīmējumam piemīt aprakstošs raksturs, un šis apzīmējums tiek tādējādi - aprakstošā nozīmē - arī izmantots attiecīgajās nozarēs. Lietas materiāli - autobūves firmu, auto iznomāšanas un taksometru firmu reklāmas, izdrukas no Interneta, kā arī ziņas par atsevišķām ASV preču zīmju reģistrācijām kopumā pārliecinoši pierāda, ka apzīmējums 'town car' ASV praksē galvenokārt tiek izmantots, lai nosauktu vai raksturotu limuzīna tipa luksusa automobiļus (pirmajā ekspertīzes norādītajā nozīmē), bet citās valstīs arī - specifiski konstruētus pilsētas tipa automobiļus (otrajā nozīmē). Minēto slēdzienu var izdarīt, kaut arī dažos gadījumos šāds apzīmējums lietots, runājot par firmas FORD automobiļiem, bet vēl dažos citos grūti noteikt (it īpaši, ja izmantoti lielle sākumburti vai viscaur lielle burti), vai domāts automobiļa veida apzīmējums, vai arī firmas FORD modelis 'LINCOLN TOWN CAR'. Kopumā vērtējot, ApP atzīst, ka izskatāmais apzīmējums pieder apzīmējumiem, *kurus lieto noteiktu preču aprakstīšanai, identificēšanai vai nosaukšanai* (LPZ/93 2. panta pirmās daļas 5. punkts); nav pat izslēgts, ka to var atzīt par sugasvārdu vai terminu, kaut arī izziņas avoti sniedz tā divas atšķirīgas nozīmes. Šis apzīmējums atbilst arī kritērijam - apzīmējumi, kuri raksturo tikai preču .. veidu (LPZ/93 2. panta pirmās daļas 6. punkts).

1.5. No iepriekšminētā var izdarīt secinājumu, ka arī LPV lēmuma atsauce uz LPZ 2. panta pirmās daļas 1. punkta noteikumiem ir pamatota. Ja apzīmējumu lieto noteiktu preču aprakstīšanai vai nosaukšanai, vai tas raksturo tikai preču veidu, šādam apzīmējumam, loģiski, ir (preces) aprakstošs raksturs (minētā noteikuma beigu daļa). No otras puses, ja apzīmējumam ir preces tieši aprakstošs raksturs un šo apzīmējumu izmanto preču veida nosaukšanai, tā ir viena no drošām pazīmēm, kas liecina, ka preču zīmei trūkst atšķirtspējas (ar citu vārdu, atšķirīguma; minētā noteikuma sākumdaļa), un tā nespēj veikt preču zīmes funkcijas, proti, tā nenodrošina iespēju atšķirt viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm.

2. Šai sakarā ApP atzīmē, ka apelācijas iesniedzēja minētais izskatāmā apzīmējuma salīdzinājums ar citām, šķietami līdzīgām, bet reģistrētām preču zīmēm neiztur kritiku, jo attiecīgie apzīmējumi neveido jēdzienus, kas apzīmē noteiktus preču vai pakalpojumu veidus, bet tiem ir tikai netieši vai daļēji aprakstošs raksturs. To var sacīt par jebkuru no apzīmējumiem 'RĪTA KAFIJA', 'ĢIMENES KAFIJA', 'PRO KATALOGS', 'TAVU GARŠVIELU PASAULE', 'CAR CONNECT', 'CAR CONNECT CORNER/CENTER', 'Sanicar', 'GAME TOWN' u.tml.. Nav īpašas kafijas lietošanai no rīta vai vakarā, ģimenē vai ārpus tās. Pārnesta nozīme ir vārdam 'pasaule' salikumā 'garšvielu pasaule' un vārdam 'connect' (savienot) salikumā 'car connect'; šādi salikumi līdz ar to neveido noteiktu preču vai pakalpojumu grupu apzīmējumus. 'Pro katalogs' nenozīmē nekādu noteiktu kataloga vai telefonu grāmatas veidu, 'Sanicar' nav gluži tas pats, kas 'sanitārais automobilis' un 'game town' (spēju pilsēta) nav tas pats, kas 'spēju zāle', tie nav attiecīgās nozares jēdzieni.

3. ApP jau daudzkārt uzsvērusi, ka preču zīmju reģistrācijas fakti citās valstīs nav saistoši LPV. Turklāt šajā gadījumā pieteicēja norādītās reģistrācijas attiecas tikai uz ļoti nedaudzām valstīm. Grūti ticēt, ka firma FORD MOTOR COMPANY savus luksusa automobiļus paredz eksportēt tikai uz Krieviju, Igauniju, Meksiku un Apvienotajiem Arābu Emirātiem. Drīzāk iespējams, ka citās valstīs attiecīgais apzīmējums pieteikts un, domājams, reģistrēts citā variantā, piemēram, 'LINCOLN TOWN CAR', kādu, cita starpā, rekomendē pieteikt Latvijā arī LPV pārstāve.

4. ApP atzīst, ka lietā esošie materiāli, kaut gan tie satur ziņas par automobili 'LINCOLN TOWN CAR' un tā izmantošanu ASV, īpaši viesnīcu klientu apkalpošanai un tamlīdzīgiem uzdevumiem, tomēr nesniedz pārliecinošu apstiprinājumu, ka izskatāmais apzīmējums 'TOWN CAR' (arī bez vārda 'LINCOLN' sākumdaļā) būtu jau ilgstoši pazīstams Latvijas patērētājiem kā firmas FORD MOTOR COMPANY īpašums un viennozīmīgi saistīts ar šo pieteicēju. Nav pietiekama pamata atzīt, ka intensīvs lietojums būtu novērsis pieteiktajam apzīmējumam būtiski piemītošo jēdzienisko (aprakstošo) raksturu. ApP neuzskata, ka attiecībā uz šo preču zīmi būtu izpildīti LPZ/93 2. panta ceturtās daļas noteikumi ("*zīme .. lietota saistībā ar precēm .. un ir pazīstama patērētājiem, kuriem tā adresēta*"), kas varētu atcelt 2. panta pirmās daļas 1. punkta noteikumu piemērošanu.

5. No pirmajā punktā minētā arī izriet, ka pieteiktajam apzīmējumam nevar piemērot reģistrāciju ar disklamāciju (izslēgumu no aizsardzības) attiecībā uz apzīmējuma elementiem, kā tas darīts kādā šīs pašas preču zīmes ārvalsts reģistrācijā un kādai piekrit apelācijas iesniedzējs. Tam būtu pamats tikai tad, ja varētu atzīt, ka vārdiskie elementi 'TOWN' un 'CAR', atsevišķi ņemot, nav apveltīti ar atšķirtspēju, bet apzīmējums kopumā ir atšķirtspējīgs. Turpretim šajā gadījumā divu vājas atšķirtspējas vārdu salikums veido trešo apzīmējumu, kuram, kā jau konstatēts, ir specifiska jēdzieniska nozīme tieši attiecībā uz pieteiktajām precēm un kuram tāpēc arī trūkst atšķirtspējas.

6. Apsverot visus izskatāmās apelācijas lietas apstākļus kopumā, ApP nāk pie slēdziena, ka pieteiktais apzīmējums nav reģistrējams kā preču zīme.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos argumentus un secinājumus, un vadoties no likuma *Par preču zīmēm* (1993) 2. panta pirmās daļas 1., 5. un 6. punkta noteikumiem, Apelācijas padome **nolemj**:

1. noraidīt firmas FORD MOTOR COMPANY (ASV) apelāciju pret Patentu valdes lēmumu par preču zīmes **TOWN CAR** (pieteik. Nr. M-97-1586) reģistrācijas atteikumu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu nodaļai un Dokumentācijas un Valsts reģistru nodaļai, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā noteiktajā kārtībā izdarīt LPV dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **TOWN CAR** (pieteik. Nr. M-97-1586) reģistrācijas atteikumu.

ApP lēmumu, kas pieņemts, izskatot apelāciju pret Patentu valdes lēmumu, apelācijas iesniedzējs (preču zīmes pieteicējs) var pārsūdzēt Rīgas apgabaltiesā triju mēnešu laikā no rakstveida

lēmuma saņemšanas dienas (likums *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (1999), 19. panta astotā daļa).

Šis lēmums, ja tas netiek pārsūdzēts noteiktajā laikā, saskaņā ar ApP Noteikumu 61. punkta 2. apakšpunktu stājas spēkā no dienas, kad notecējis termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes priekšsēdētājs

ApP sēdes locekļi:



J. Ancītis

S. Drozdovska

K. Krūmiņš