

APELĀCIJAS PADOME

Pasta adrese:	Adrese:	Tālruni:	Fakss:
a/k 824, Rīga LV-1010	Citadeles iela 7 (70), Rīga	7 027 680, 7 027 634	7 027 690

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/01/ WO 637 409

Lēmums

Rīgā

2001. gada 31. oktobrī

Apelācijas padome:

ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi - S.Drozdovska, K.Krūmiņš,
ApP sekretāre - I.Plūme,

2001.gada 22.jūnijā izskatīja apelācijas iesniegumu, kuru patentpilnvarotais M.Ķuzāns saskaņā ar 1993.g. likuma *Par preču zīmēm* (turpmāk LPZ/93) 7.panta ceturto daļu (1999.g. likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* - LPZ/99 - 13. panta astoto daļu un 39. panta sesto daļu) un preču zīmju starptautiskās reģistrācijas noteikumiem 2001.gada 5.martā iesniedzis preču zīmes īpašnieka - SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. (Šveice) vārdā pret Patentu valdes (LPV) 2000.gada 22.februāra lēmumu par

telpiskas preču zīmes - cilindriskas iepakojuma kārbīņas (čaulītes)
(reģ. Nr. WO 637 409; reģ. datums - 26.04.1995; bāzes reģistrācijas dati - Šveice, 18.02.1994, 416 341; vēlākā attiecinājuma uz Latviju datums - 02.03.1999; Starptautiskā biroja paziņojuma LPV datums - 01.04.1999; 30.klases preces - konditoreja, saldumi un šokolādes produkti, it īpaši konditorejas pastilas vai dražejas, vai saldumi, kas pildīti ar šokolādi)

aizsardzības atteikumu Latvijā.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt šīs telpiskās preču zīmes starptautisko reģistrāciju par spēkā esošu Latvijā.

Patentpilnvarotais M.Ķuzāns sākotnēji, 07.06.2000, preču zīmes īpašnieka argumentus pret atteikumu iesniedzis kā 'Atbildi uz pagaidu atteikumu'. Iepazinusies ar šo atbildi, eksperte M.Egle 03.08.2000 vēstulē apstiprina, ka uzskata par nepamatotu izskatāmajai preču zīmei piešķirt aizsardzību Latvijā. Pārstāvis divreiz - 29.09.2000 un 02.01.2001 - lūdzis termiņa pagarinājumu apelācijas iesniegšanai, motivējot to ar klienta instrukcijām un materiālu un paraugu gatavošanu un apkopošanu. Ar ApP priekšsēdētāja lēmumu apelācijas iesniegšanas termiņš pagarināts līdz 03.03.2001. Apelācija iesniegta 05.03.2001.

ApP sēdē piedalījās zīmes īpašnieka SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. (Šveice) pārstāvis, patentpilnvarotais M.Ķuzāns un LPV pārstāve, Preču zīmju un dizainparaugu nodaļas Starptautisko preču zīmju sektora galvenā eksperte M.Egle, kas veikusi minētās preču zīmes ekspertīzi.

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

1. Izskatāmā preču zīme ir telpiska, tā ir cilindriskas formas iepakojuma kārbīņa. Fotoattēlā, kas iekļauts reģistrācijā Nr. WO 637 409, redzama čaulīte (kapsula, patrona) izstiepta cilindra formā, ar matētu virsmu. Viens tās gals ir noslēgts ar čaulītē nedaudz iedziļinātu virsmu, otrā galā tā aizvērtā ar spīdīgu vāciņu, kura virsma arī nedaudz iedziļināta čaulītē.

Šī preču zīme starptautiski reģistrēta 26.04.1995, bet uz Latviju attiecināta 02.03.1999. Pavisam tā attiecas uz 40 valstīm un teritorijām. Reģistrācijā iekļautas 30.klases preces - konditoreja, saldumi un šokolādes produkti, it īpaši koditorejas pastilas vai dražejas, vai saldumi, kas pildīti ar šokolādi.

2. LPV lēmums atteikt aizsardzību telpiskās preču zīmes reģistrācijai Nr. WO 637 409 (*Refus de protection*, 22.02.2000) atsaucas uz LPZ/93 2.panta pirmās daļas 1.punkta noteikumiem un balstās uz slēdzienu, ka pieteiktajam apzīmējumam nav atšķirīga rakstura.

3. LPV pārstāve savā 03.08.2000 vēstulē un ApP sēdes gaitā sīkāk paskaidro lēmuma motivējumu:

3.1. šai preču zīmei trūkst atšķirīguma un ir aprakstošs raksturs, tai nav ne imanenti (iekšēji piemītošu) raksturīgu īpašību, nedz arī ar lietojumu iegūtu atšķirtspējas īpašību;

3.2. šāda samērā plaši izplatīta saldumu iepakojuma ārējā forma nespēj identificēt vienu īpašnieku, jo saldumi, kā arī citi konditorejas izstrādājumi ar šādu iepakojuma formu atrodami Latvijas veikalos. Izstrādājumiem ir dažādi ražotāji - vācu, spāņu, poļu, ungāru, šveiciešu (Kraft Jacobs Suchard) u.c. firmas (eksperste demonstrē 6 dažādus reālu iepakojumu paraugus). Šie iepakojumi ir savstarpēji ļoti līdzīgi, un arī pieteiktā iepakojuma forma nepiesaista ar ārējā izskata neparastumu, tā vienīgi ir cilindriskā;

3.3. patērētāju uztverē nevar būt nostiprinājusies šāda iepakojuma čaulītes forma bez konkrēta krāsu salikuma un uzraksta 'smarties', kāds redzams praktiskajā lietojumā. Latvijas patērētājs no dažādām valstīm un firmām piedāvātajā konditorejas izstrādājumu un saldumu klāstā Šveices firmu SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. neidentificēs kā vienīgo šāda saldumiem paredzēta iepakojuma īpašnieku;

3.4. turklāt starptautiskās reģistrācijas datu bāze ROMARIN parāda, ka šī preču zīme saņēmusi noraidījumu no daudzām valstīm.

4. Apelācijas iesniedzēja pārstāvis savā 'Atbildē uz pagaidu atteikumu', apelācijas iesniegumā un paskaidrojumos sēdes gaitā pamato savu nepieņemšanu LPV lēmuma pamatojumiem šādi:

4.1. attiecībā uz 30.klases precēm izskatāmais iesaiņojuma veids ir netradicionāls, līdz ar to oriģināls un nekādi nepretendē uz monopolstāvokli attiecībā pret citiem iespējamiem šāda veida cilindriem iepakojumiem, bet gan tikai un tieši uz šādu trīsdimensionālu sakarību, kāda tika pieteikta reģistrācijai;

4.2. atteikuma argumentācija LPV ekspertīzes dokumentos ir deklarātīva un nav pierādīta;

4.3. tā kā pieteiktās zīmes vizuālā uztvere ir apgrūtināta, klients ir atsūtījis paraugus, kas demonstrē šo preču zīmi reālā izpildījumā (pievienoti firmas SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. iepakojuma konkrēti paraugi ar firmas logo 'Nestlé' un izstrādājuma nosaukumu 'smarties' vai 'smarties Cola'). Šajos paraugos redzamas iepakojuma detaļas un īpatnības, kas pietiekami atšķiras no citiem līdzīgiem iepakojuma paraugiem;

4.4. par izskatāmo preču zīmi kā par veiksmīgi veidotu apzīmējumu, kas atbilst preču zīmju veidošanas nosacījumiem, liecina arī fakts, ka firma SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. šāda veida iepakojumu pirmoreiz lietoja Lielbritānijā 1937.gadā, vēlāk Īrijā 1939.gadā, un tas tiek veiksmīgi izmantots līdz pat šodienai daudzās pasaules valstīs. Arī Latvijas tirgū šī preču zīme ir pazīstama jau kopš 1997.gada kā šīs firmas šokolādes konfekšu un konditorejas izstrādājumu 'SMARTIES' iesaiņojums. Tādējādi Latvijas patērētāji pazīst minēto preču zīmi saistībā ar precēm, ko tā piedāvā, un nav pamata apgalvot, ka zīmei trūkst atšķirīguma vai ka tai ir aprakstošs raksturs;

5. Savu apgalvojumu pamatošanai apelācijas iesniedzēja puse pievieno firmas NESTLÉ WORLD TRADE CORPORATION rēķinus-pavadzīmes Nr. 357927.01 un 364761.02, kas izdoti firmai SHELF INVESTMENT CORPORATION par precī 'Chocolates and confectionery - Smarties', ar norādēm, ka prece paredzēta pārdošanai un patēriņam tikai Latvijā. Rēķini datēti ar 21.03.1997 un 06.11.1997, attiecīgi par 432 un 252 kastēm, ar kopējo vērtību 35 424 USD un 20 664 USD. Pievienota arī kopija no patentpilnvaroto firmas TMOA 02.06.2000 faksimilvēstules, kas satur minētās ziņas par izskatāmā iepakojuma pirmo izmantošanu Lielbritānijā un Īrijā, kā arī par pirmajām piegādēm Latvijai 1997.gadā.

6. Apelācijas iesniedzēja pārstāvis arī norāda:

6.1. firma SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. kā preču zīmes reģistrējusi arī citus populāro glazēto šokolādes konfekšu 'Smarties' produkcijas noformējuma elementus: logo 'smarties' (reģ. Nr. WO 697 516), čaulīti ar dražēju 'Smarties' attēlu, bez teksta (reģ. Nr. WO 640 843). Visi kopā, vienā preču zīmē, šie elementi nav tikuši reģistrēti;

6.2. par otro zīmes īpašnieka atsūtīto paraugu (ar uzrakstu 'smarties Cola') nav ziņu, ka tas būtu bijis pārdošanā Latvijā. Drīzāk iespējams, ka Latvijā ir bijis tikai pirmais iepakojuma izpildījums, tāds, kura elementi ir minētajās reģistrācijās;

6.3. salīdzinājumam, ASV firmas MARS, INCORPORATED reģistrācija, kas satur iepakojuma čaulīti konfekšiem 'M&M's' (reģ. Nr. M 45 473), kas ir līdzīga izskatāmajai, tomēr atšķiras detaļās. Pēc sākotnējās izcelsmes šī preču zīme ir vēlāka, bet attiecībā uz Latviju tās prioritāte ir agrāka (piet. dat. 11.02.1999) nekā izskatāmajai zīmei, tomēr firma MARS, INCORPORATED nav iebildusi pret izskatāmo reģistrāciju, tāpat uzskata to par pietiekami atšķirīgu (pārstāvis demonstrē un iesniedz minētās reģistrācijas palielinātus krāsu attēlus);

6.4. tie no LPV pārstāves demonstrētajiem cilindriskajiem iepakojumiem, kas iegādāti Latvijā, ir pietiekami atšķirīgi no izskatāmā.

7. Atbildot uz jautājumiem, LPV pārstāve paskaidro, ka ne visi demonstrētie iepakojuma paraugi iegādāti Latvijā. Piemēram, izskatāmajai preču zīmei varbūt tuvākais paraugs, kas ir pazīstamās firmas FEODORA CHOCOLADE GmbH & Co. ražojums, iegādāts Vīnē. Tomēr eksperte uzskata, ka šim apstāklim nav izšķirošas nozīmes izskatāmās preču zīmes atšķirīguma novērtējumā. Paraugi un līdzīgu preču zīmju reģistrācijas liecina, ka šāds iepakojuma veids attiecībā uz pārtikas produktiem kopumā un konditoreju īpaši, ir tradicionāls un izplatīts pasaulē. Eksperte demonstrē un iesniedz izdrukas no *ROMARIN* datu bāzes par starptautiski reģistrētām zīmēm Nr. WO 671 322, īpašnieks BAHLSEN N.V/S.A., Beļģija; WO R 233 790, īpašn. ROLAND MURTEN AG, Šveice; WO 654 200, īpašn. BAHLSEN KG, Vācija; WO 633 267, īpašn. GENERAL BISCUITS BELGIE, N.V., Beļģija; u.c.

8. Apelācijas iesniedzēja pārstāvis replikā paskaidro, ka firmas BAHLSEN reģistrētais iepakojums (reģ. Nr. WO 671 322) tiešām ir pēc formas līdzīgs, tomēr lielāks, un attiecas uz cita veida produktiem - kartupeļu čipsiem, turklāt nav reģistrēts attiecībā uz Latviju.

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

1. No apelācijas lietas materiāliem izriet, ka starptautiski reģistrēts un uz aizsardzību Latvijā pretendē samērā vienkāršas un visai izplatītas formas iepakojums, kas paredzēts saldumiem. Telpiskā preču zīme Nr. WO 637 409 ir iepakojums izstiepta cilindra formā - čaulīte (kapsula, patrona) ar matētu virsmu. Viens tās gals ir noslēgts ar čaulītē nedaudz iedziļinātu virsmu, otrā galā tā aizvērta ar spīdīgu vāciņu, kura virsma arī nedaudz iedziļināta čaulītē. Reģistrācijā atēlota gaiša čaulīte bez jebkāda informatīva vai dekoratīva noformējuma.

2. Apelācijas iesniedzējs paziņo, ka nepretendē uz monopolstāvokli attiecībā pret citiem iespējamajiem līdzīgiem cilindriskajiem iepakojumiem, bet gan tikai uz tādu "trīsdimensionālu sakarību,

kāda tika pieteikta reģistrācijai". Tai pašā laikā nav tuvāk raksturots, tieši ar ko atšķiras iepakojuma specifiskā forma, kuru paredzēts aizsargāt.

No iesniegtajiem preču paraugiem var konstatēt, ka cilindriskā čaulīte ir izgatavota no kartona, tās viens gals ir aizvalcēts uz iekšpusi, veidojot apmali, kas fiksē kartona aplīti - dibentiņu. Plastmasas vāciņš čaulītes augšgalā ir iespējams, un vāciņa ārējai apmalei (atlokam) vienā šaurā sektorā ir neliels paplatinājums (austiņa) ērtākai atvēršanai. Cilindra diametra un augstuma attiecība ir aptuveni 1:5. ApP pieņem, ka apelācijas iesniedzējs šīs īpatnības, kopā ar reģistrētā iepakojuma vispārējo formu, uzskata par aizsardzības objekta būtiskiem elementiem jeb īpašībām, kas šo preču zīmi ļauj atšķirt no citām zīmēm, atbilstoši LPZ/93 2.panta pirmās daļas 1.punkta izpratnei.

3. Apelācijas iesniedzējs apgalvo, ka attiecībā uz 30.klases precēm izskatāmais iepakojuma veids ir netradicionāls, līdz ar to oriģināls, tāpēc tam nav piemērojami noteikumi par atšķirīguma trūkumu. ApP uzskata, ka šis arguments neiztur kritiku. 30.klasē ietilpst visai dažādi pārtikas produkti, to skaitā tēja, kafija, cukurs, labības produkti, maize, saldējums, garšvielas u.c. Nav izslēgts, ka attiecībā uz dažām no šīm precēm šāds iepakojums var tikt atzīts par oriģinālu. Tomēr lietai būtiskāki ir secinājumi par konditorejas iepakojumiem, jo izskatāmās reģistrācijas sarakstā ir konditorejas preces.

3.1. Apelācijas iesniedzējs pareizi atzīmē, ka LPV atteikuma dokumentos nav norādīti konkrēti citu īpašnieku iepakojumi. Tomēr ApP sēdē LPV pārstāve demonstrē paraugus, kas uzskatāmi parāda, ka ļoti līdzīgus konditorejas preču iepakojumus izmanto daudzas firmas, starp tām SUCHARD-SHOKOLADE GmbH (Austrija), FEODORA CHOCOLADE GmbH & Co. (Vācija), CHOCOLAT FACTORY (Spānija), kā arī citi uzņēmumi.

Demonstrētie cilindrisko iepakojumu paraugi atšķiras no reģistrētā iepakojuma vienīgi sīkdaļās. Vienā no gadījumiem (MILKA Croquetten) čaulītē iespējamā vāciņa ārējā virsma nav iedziļināta, bet plakana. Citā gadījumā (Mint for Two) austiņa ērtākai atvēršanai ir nevis vāciņa ārējā malā (pie vāciņa atloka), bet iedziļinātā vāciņa iekšpusē, - tā izveidota kā apļa segments. Vēl cits konditorejas iepakojums (CHOCOLAT FACTORY) atšķiras no reģistrētā ar to, ka gan čaulītes dibentiņš, gan vāciņš ir no metāla, un vāciņam, kas pēc uzbūves ir citādi identisks izskatāmajam, nav austiņas. Minētās atšķirības ApP uzskata par visai nebūtiskām, jo nav pamata pieņemt, ka patērētāji salīdzina un iegaumē šādas konstruktīvas iepakojuma sīkdaļas. Vēl jo mazāks ir pamats domāt, ka šāda rakstura sīkdaļas varētu atstāt ietekmi uz preču izvēli un kopā ar cilindrisko pamatformu veikt preču zīmes funkcijas.

3.2. Būtībā arī apelācijas iesniedzēja minētā firmas MARS, INCORPORATED telpiskā preču zīme **M&M's Minis** (reģ. Nr. M 45 473) attiecas uz visai līdzīgu iepakojuma čaulīti, kuru, var pieņemt, arī izmanto galvenokārt konfektem. Šajā gadījumā čaulītei ir mazliet atšķirīgas proporcijas (tā ir strupāka), tā ir no plastmasas, un tai ar lokanu šarnīru pievienotais plastmasas vāciņš ir nevis iespējams čaulītē, bet uzmaucams čaulītes galam, jo ir diametrā nedaudz lielāks. ApP vienlaikus atzīmē, ka šai reģistrācijai bez cilindriskās formas iepakojuma un tā detaļām ir citas ļoti raksturīgas īpatnības: vārdiskā daļa un spilgts krāsu salikums.

3.3. Fakts, ka ļoti līdzīgas formas iepakojumu izmanto vēl arī, piemēram, kartupeļu čipsu (29.kl.) vai citu preču iesaiņošanai (piemēram, reģ. Nr. WO 671 322 un WO 654 200), norāda, ka šādi iepakojumi ir diezgan izplatīti pārtikas nozarē vispār. Tam, ka iepakojuma faktiskie izmēri salīdzināmajos piemēros atšķiras, nav nozīmes preču zīmju aizsardzības jomā, jo, reģistrējot zīmes, nav pieņemts norādīt attiecīgo objektu izmērus dabā, - aizsardzību var baudīt tiklab miniatūra etiķete, kā arī zīmējumā tai analogs lielizmēra reklāmas panno. ApP uzskata, ka lietā izšķirošas nozīmes nav arī tam, ka ne visi salīdzinātie iepakojumi šobrīd ir Latvijas tirgū, jo mūsdienu apstākļos tirgus situācija strauji mainās; svarīgi ir, ka izskatāmā iepakojuma forma savā būtībā ne tirgū, ne patērētāju priekšstatos nav viena pati un izolēta.

3.4. ApP secina, ka šādu iepakojumu varbūt varēja atzīt par netradicionālu 1937.gadā Lielbritānijā vai 1939.gadā Īrijā, kur, saskaņā ar apelācijas iesniedzēja apgalvojumiem, tas tika pirmoreiz izmantots, tomēr nevar to atzīt par oriģinālu 1999.gadā Latvijā. Var piekrist LPV ekspertizes slēdzienam, ka šim apzīmējumam kopumā trūkst atšķirīguma jeb īpašību, kas to ļauj atšķirt no citiem līdzīgiem iepakojumiem.

4. Reģistrācijas īpašnieks apgalvo, ka nepretendē uz monopolstāvokli attiecībā pret citiem iespējamiem līdzīgiem cilindriera iepakojumiem, bet gan tikai un tieši uz tādu trīsdimensionālu sakarību, kāda pieteikta reģistrācijai.

ApP šai sakarā atzīmē, ka vienīgi konkrētajai iepakojuma formai raksturīgās detaļas, proti, aizvalcēts apakšgals, iespiežams vāciņš ar austiņu u.tml., nav tādi formas elementi, kuri paši par sevi spēj piesaistīt patērētāja uzmanību un nodrošināt, lai tie patērētāja uztverē identificētu noteiktu tirgus dalībnieku. Patērētāji var ievērot, vai iepakojums ir taisnstūra paralēlskaldņa formas kārba, vai brīvas formas maisiņš, vai arī cilindrisks čaulīte. Tomēr minētie čaulītes īpatnējie elementi ir relatīvi sīki un pamanāmi, tikai izpētot iepakojumu. Ļoti apšaubāmi, vai patērētāji ievēro šādu iepakojuma sīkdaļu raksturu un šo elementu specifisko lomu preču zīmē. Maz ticams, ka šādu elementu klātbūtne vai iztrūkums var ietekmēt patērētāju izvēli, novērst cilindriskas formas iepakojumu sajaukšanu (ja tie citādi ir sajaukami līdzīgi) un līdz ar to veicināt preču zīmes funkciju izpildi.

5. Par principā pareizu atzīstams LPV pārstāves arguments, ka patērētāju uztverē nevar būt nostiprinājies priekšstats par firmas NESTLÉ iepakojuma čaulīti bez krāsu salikuma un uzraksta 'smarties'. Šādu secinājumu pamato ne tikai iepriekš dotā reģistrētā iepakojuma elementu analīze, bet arī tas, ka lietā nav pierādījumu par tirdzniecības laiku un apjomu ar dražejām 'smarties' Latvijā kopumā, bet tikai dati par tirdzniecības sākuma periodu 1997.gadā. Turklāt minētie dati varētu liecināt par šo dražēju izplatību vispār, bet nevar neapšaubāmi liecināt, ka patērētāji atpazīst firmas NESTLÉ iepakojuma čaulīti bez citām tās noformējuma raksturīgajām sastāvdaļām.

Nevar pamatoti pieņemt, ka patērētāji ir iegaumējuši cilindrisku čaulīti ar iepriekš minētajām konstruktīvajām sīkdaļām kā šīs firmas raksturīgo iepakojumu, ja Latvijā, kā to nenoliedz apelācijas iesniedzējs, pārdošanā ir bijusi tikai viena konfekšu 'Smarties' noformējuma versija.

Tādējādi šai lietā nav piemērojams LPZ/93 2.panta ceturtais daļas noteikums par zīmes iepriekšēju pazīstamību patērētājiem, kas varētu izslēgt reģistrācijas atteikumu uz šā paša panta pirmās daļas 1.punkta pamata.

6. No iepriekšminētajiem apsvērumiem var arī secināt, ka izskatāmā reģistrācija attiecas uz objektu, kas pēc savām īpašībām ir ļoti tuvs apzīmējumam, kurš raksturots LPZ/93 2.panta pirmās daļas 18.punktā: preču iesaiņojuma funkcionāla forma, kuru nosaka preces veids vai kura nepieciešama kāda tehniska efekta sasniegšanai. Šo iepakojuma formu var aprakstīt kā kartona vai cita lokšņu materiāla cilindrisku čaulīti ar aizvalcētu apakšgalu, kurā fiksēts diskeveida dibentiņš, un čaulītes augšgalā iespiežamu vāciņu. Pie tam vāciņš ne tikai noslēdz iepakojumu, bet arī pilda stiprības elementa funkciju, palīdzot noturēt čaulītes cilindrisko formu. Salīdzinot paraugus, ir redzams, ka tas ir viens no visracionālākajiem konstruktīvajiem risinājumiem sīku priekšmetu iesaiņošanai, vienlaikus vienkāršs pēc uzbūves un izgatavošanas tehnoloģijas un ērts lietošanā.

Preču zīmju aizsardzības mērķis nevar būt izņēmuma tiesību piešķiršana attiecībā uz vienkāršām un racionālām iepakojuma pamatformām, kurām ir galvenokārt funkcionāls raksturs, - tādējādi tiktu traucēta konkurence un normāla tirgus darbība.

7. Apsverot apelācijas lietas apstākļus kopumā, ApP nāk pie slēdziena, ka LPV lēmuma atsaukšanās uz LPZ/93 2.panta pirmās daļas 1.punkta noteikumiem principā atzīstama par pareizu, un apelācijas iesniedzēja argumenti nav pietiekami pārliecinoši, lai atceltu LPV lēmumu par izskatāmās telpiskās preču zīmes (reģ. Nr. WO 637 409) aizsardzības atteikumu Latvijā.

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

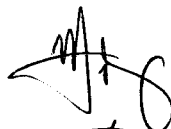
1. noraidīt firmas SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. (Šveice) apelāciju pret Patentu valdes 22.02.2000 (un 03.08.2000) lēmumu par starptautiski reģistrētās telpiskās preču zīmes - cilindriskas iepakojuma kārbīņas (čaulītes) (reģ. Nr. WO 637 409) aizsardzības atteikumu Latvijā;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu nodaļai un Dokumentācijas un Valsts reģistru nodaļai, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā un starptautiskās reģistrācijas noteikumos paredzētajā kārtībā izdarīt nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar telpiskās preču zīmes reģistrācijas Nr. WO 637 409 aizsardzības galīgu atteikumu, Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā.

ApP lēmumu preču zīmes pieteicējs (īpašnieks) var pārsūdzēt Rīgas apgabaltiesā triju mēnešu laikā no lēmuma noraksta saņemšanas dienas (likums *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm*, 19.panta astotā daļa).

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

ApP sēdes priekšsēdētājs



J.Ancītis

ApP sēdes locekļi:



S.Drozdovska



K.Krūmiņš