

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE  
\* \* \*  
**APELĀCIJAS PADOME**

=====  
Pasta adrese:                      Adrese:                              Tālruni:                              Fakss:                              E-pasts:  
a/k 824, Rīga LV-1010      Citadeles iela 7/70, Rīga      7 027 610, 7 027 634      7 027 690      valde@lrpv.lv  
=====

Apelācijas lietas šifrs:  
ApP/2004/ M-02-132

## Lēmums

Rīga

2004.gada 5.augustā

Apelācijas padome (turpmāk ApP):  
ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,  
ApP sēdes locekļi - S.Drozdovska un A.Pāže,  
ApP sekretāre - I.Plūme-Popova,

2004.gada 12.martā izskatīja apelāciju, kuru, vadoties no 1999.g. likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk LPZ/99) 13.panta astotās daļas noteikumiem, 2004.gada 15.janvārī iesniedzis patentpilnvarotais A.Pētersons pieteicēja - uzņēmēj sabiedrības THE COCA-COLA COMPANY (ASV) vārdā pret Patentu valdes (LPV) 2003.gada 15.oktobra lēmumu par preču zīmes

### **SENO LAIKU DZĒRIENS**

(pieteik. Nr. M-02-132; pieteik. datums - 24.01.2002; pieteikta 32.kl. precēm: alus; minerālūdeņi, gāzētie ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai) reģistrācijas atteikumu.

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

ApP sēdē piedalījās pieteicēja (apelācijas iesniedzēja) - uzņēmēj sabiedrības THE COCA-COLA COMPANY - pārstāvis patentpilnvarotais A.Pētersons un LPV pārstāve - Preču zīmju un dizainparaugu departamenta Nacionālo zīmju ekspertīzes daļas vadītāja A.Briede, kas veikusi minētā pieteikuma ekspertīzi.

I. Izskatot apelācijas iesniegumu un lietas materiālus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. LPV 15.10.2003 lēmums atteikt preču zīmes **SENO LAIKU DZĒRIENS** (pieteik. Nr. M-02-132) reģistrāciju, kas pieņemts ar atsauci uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2., 3. un 4.punkta noteikumiem, balstās uz slēdzienu, ka pieteiktais apzīmējums apraksta pieteikto preču īpašības, šo preču vai to receptūras tipu, ka tas ir vispārpieņemts apzīmējums un ka tam trūkst atšķirtspējas.

2. Minēto viedokli paskaidro lēmumā ietvertā šā apzīmējuma analīze, kā arī LPV pārstāves paskaidrojumi ApP sēdes gaitā:

2.1. apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' identificē, apraksta un nosauc pieteikumā minēto preču īpašības, preču tipu vai to receptūras tipu, tādēļ tam trūkst jebkādas atšķirtspējas un to nevar lietot, lai atšķirtu viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu radniecīgām precēm. Vārds 'senlaicīgs' nozīmē tādu, kas attiecas uz samērā tālu pagātni vai kam piemīt samērā tālā pagātnē radušās īpašības vai pazīmes; izteikums 'seno laiku' tiek lietots divās nozīmēs: 1) norādot uz noteiktu vēstures laika posmu, vai arī 2) tāds, kas attiecas uz pagātni vai kam piemīt pagātnē radušās īpašības; tātad dzēriens ar šādu apzīmējumu var tikt uztverts kā tradicionāls, laika pārbaudi izturējis. No saņemtajiem materiāliem redzams, ka zīmes pieteicējs apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' lieto tieši saistībā ar

kvasu, un attiecībā uz to var konstatēt, ka šāds dzēriena tips (tā receptūra) tiešām izstrādāta samērā tālā pagātnē, kvasam patiešām ir sena izcelsme. Tradicionāliem un laika pārbaudi izturējušiem produktiem ir īpaši pozitīva nozīme patērētāju izvēlē, tādēļ norādi, ka dzēriens vai tā receptūra ir 'seno laiku', var uzskatīt par mārketinga elementu preču noieta veicināšanai (lēmums atsaucas uz vārdnīcu un Interneta materiāliem);

2.2. iesniegtie reklāmas materiāli un etiķetes noformējums rāda, ka pieteicējs apzināti vēlējies norādīt uz dzēriena senatnīgumu un izmantot to kā mārketinga elementu. Etiķetes noformējums stilistiski papildina tekstu 'SENO LAIKU DZĒRIENS', jo tur attēlota senlatviešu pils, arī uzraksti ir senlaicīgā stilā, kopumā norādot uz to, ka kvass ir sens latviešu dzēriens vai arī, ka tieši piedāvātais kvass ir pagatavots saskaņā ar senām, tradicionālām un nemodernizētām receptūrām un tehnoloģijām. Zīmīgi, ka radniecīga produkta - alus - ražotāji lieto izteikumu 'klasiska, gadsimtos izkopta seno laiku tehnoloģija';

2.3. pieteicēja iesniegtajā materiālā (laikraksta izdrukā) apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' ir aplūkots vienīgi kontekstā ar kvasa vai tā receptūras senatnīgumu un tradicionāliem priekšstatiem par kvasu, bet nav lietots kā konkrētā ražotāja precī identificējošs apzīmējums. Par tādu apzīmējumu drīzāk ir izmantots apzīmējums 'PILSKALNA KVASS', kuru raksta autors lieto, lai salīdzinātu dažādu ražotāju kvasus; tas apstiprina viedokli, ka Latvijas patērētāji apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' uztvers kā aprakstošu norādi uz kvasa kā dzēriena (vai tā receptūras) senatnīgumu;

2.4. apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' visos iesniegtajos piemēros ir tikai paskaidrojoša daļa apzīmējumam 'PILSKALNA KVASS', un patērētāji kā preču zīmi uztvers tieši apzīmējumu 'PILSKALNA KVASS', bet apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' - kā norādi, ka kvass saistīts ar senām tradīcijām. Tas fakts, ka aprakstoša daļa tiek ilgstoši lietota kopā ar distinktīvu daļu, vēl nepiešķir šādam aprakstošam apzīmējumam atšķirtspēju, kāda vajadzīga preču zīmei. Arī ilgstoši lietojot šādus apzīmējumus, kā uzņēmumu identificējošu apzīmējumu patērētāji uztvers vārdkopu 'PILSKALNA KVASS', bet apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' - tikai kā apzīmējumu, kura uzdevums ir paskaidrot dzēriena vai tā receptūras tipu;

2.5. pamatojoties uz šiem faktiem un materiālu analīzi, ekspertīze secina, ka apzīmējums 'SENO LAIKU' Latvijas patērētāju apziņā, viņu ikdienas valodā ir nostiprinājies kā vispārpieņemts, preču īpašības raksturojošs apzīmējums, tādēļ apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' kopumā nepilda preču zīmes pamatfunkciju - identificēt viena ražotāja produkciju citu starpā;

2.6. attiecībā uz citām precēm, kurām lūgta zīmes aizsardzība, var konstatēt, ka arī saistībā ar tām pieteiktais apzīmējums nepilda preču zīmes funkcijas: alus, minerālūdeņi, gāzētie ūdeņi, citi bezalkoholiskie dzērieni, augļu dzērieni, augļu sulas un sīrupi arī var būt "seno laiku dzērieni", un arī sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai var derēt "seno laiku dzērienu" pagatavošanai;

2.7. preču zīmju reģistrācijai ir teritoriāls raksturs, tādēļ LPV ekspertīzi nesaista līdzīgu zīmju reģistrācijas fakti citās valstīs, arī Kopienas preču zīmju reģistrācijas iestādē - Iekšējā tirgus saskaņošanas birojā (OHIM). Turklāt starp iesniegtajiem piemēriem ir tādi, kas Iekšējā tirgus saskaņošanas birojā noraidīti (apzīmējuma 'this ancient and delicate Liqueur' reģistrācija 33.klases precēm).

3. LPV pārstāve arī paskaidro, ka apstāklim, kuru min apelācijas iesniedzējs, proti, ka citas personas neizmanto šādu pašu apzīmējumu saviem produktiem, nav nozīmes šajā lietā, jo tas pats par sevi vēl nenovērš šā apzīmējuma paskaidrojošo dabu. 'Seno laiku produkts' (ēdiens vai dzēriens) - šādu apzīmējumu var vērtēt līdzīgi apzīmējumam 'klasisks', un attiecībā uz apzīmējuma 'klasisks' reģistrācijas iespēju Patentu valdes praksē jau ir nostiprinājusies pārsvarā negatīva nostāja.

4. Apelācijas iesniedzējs iesniegumā un paskaidrojumos sēdes gaitā nepiekrīt LPV lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi par reģistrējamu, minot šādus pretargumentus:

4.1. pieteiktais apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS', kaut arī asociatīvi norāda uz saistību ar senām tradīcijām, tomēr neliecina, ka dzēriens izgatavots pēc tālā pagātnē izstrādātas receptūras. Ar senajiem laikiem vēsturē saprot laikposmu līdz V gadsimtam; grūti pieļaut iespēju, ka dzēriens būtu izgatavots pēc 1500 gadu vecas receptes. Vispārējā nozīmē apzīmējums 'SENIE LAIKI' nenorāda konkrētu laiku, pat ne laika periodu. To var attiecināt kā uz gadu desmitiem, tā uz gadsimtiem tālu

pagātni, tāpēc patērētājiem nevar rasties asociācijas ar kādu noteiktu laika posmu un tam raksturīgu dzērienu gatavošanas specifiku. Līdz ar to apzīmējums nenosauc preču izgatavošanas laiku;

4.2. šis apzīmējums neraksturo arī preces veidu; tas nav pielīdzināms tādiem apzīmējumiem kā 'alkoholisks dzēriens', 'bezalkoholisks dzēriens', 'piena dzēriens', 'augļu dzēriens'. Tas neraksturo arī produkta funkciju ('reibinošs dzēriens', 'atspirdzinošs dzēriens') vai kvalitāti ('labs dzēriens', 'garšīgs dzēriens', 'kvalitatīvs dzēriens'). Apzīmējums nenosauc arī citas pieteikto preču īpašības: tas neapraksta ne garšu ('salds dzēriens'), ne sastāvu ('apelsīnu dzēriens'), ne fizikālo stāvokli ('karsts dzēriens', 'atdzesēts dzēriens'), ne receptūru ('Vīnes kafija', 'veselības dzēriens');

4.3. tāvad pieteiktais apzīmējums ir vērtējams kā oriģināls vārdu salikums, to nelieto ikdienas valodā un to nelieto arī ražotāji, lai nosauktu atsevišķu dzēriena veidu. Tas ir semantiski plašs, tēlainis apzīmējums, kas izceļ marķēto produktu. Bezalkoholisko dzērienu nosaukšanai ražotāji lieto šim mērķim paredzētus noteiktas nozīmes apzīmējumus - sula, minerālūdens, kvass, limonāde, līdz ar to nevar apgalvot, ka pieteikto apzīmējumu patērētāji uztvers vienīgi kā dzēriena veidu vai receptūras tipu. Tādēļ nav pamata atteikt reģistrāciju, pamatojoties uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2., 3. vai 4.punktu;

4.4. pieteiktais apzīmējums ir firmas THE COCA-COLA COMPANY preču zīmes - etiķetes M 46 084 **PILSKALNA KVASS Seno laiku dzēriens** (fig.) būtisks elements. Minētā zīme pieteikta reģistrācijai jau 1999.gada jūlijā un reģistrēta 2000.gada 20.maijā, un zīmē ietilpstošajam apzīmējumam 'Seno laiku dzēriens' nav piemērota disklamācija, tāvad šis apzīmējums ir aizsargāts kā kombinētās zīmes vārdiskais elements. Lai gan apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' pieteicējs lieto saistībā ar kvasu, tas šo dzērienu neidentificē. Turklāt šis apzīmējums ir ieguvis distinktivitāti ciešā saistībā nevis ar 'kvasu' vispār, bet ar 'Pilskalna kvasu' kā firmas THE COCA-COLA COMPANY produktu. Nav šaubu, ka pēc 4 gadus ilgas un intensīvas dzēriena 'Pilskalna kvass' popularizēšanas apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' patērētājiem asociējas ar uzņēmumu THE COCA-COLA COMPANY un tā produktu 'Pilskalna kvass' (pārstāvis apgalvo, ka 2001. - 2003.g. periodā izlaists 900 tūkst. pudeļu šā kvasa). Abu apzīmējumu ciešo saistību apliecina reklāmas materiāli un publikācijas presē (apelācijas iesniedzējs atsaucas uz zīmes pieteikuma lietā esošajiem materiāliem, arī publikāciju Cēsu raj. laikrakstā *Druva* 11.08.2001, kur publikācijas autors vērtē "...šis ir 21.gs. sākuma kvass, nevis, kā rakstīts uz pudeles - seno laiku dzēriens", kā arī attēliem no reklāmas kampaņas, kur redzams T-krekls un glāze ar kombinētiem uzrakstiem 'PILSKALNA KVASS' un 'Seno laiku dzēriens'). Šim apzīmējumam nav paskaidrojoša funkcija, bet tas izmantots kā patstāvīgs produkta apzīmējums, proti, tas reklāmas materiālos lietots izceltā veidā, un uz to vērsta patērētāju uzmanība. Dzēriens 'Pilskalna kvass' ar uzrakstu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' tiek pārdots visos lielākajos Latvijas veikalos un veikalu tīklos un ir plaši pieejams; tas nenoliedzami veicina apzīmējuma atpazīstamību saistībā ar uzņēmumu THE COCA-COLA COMPANY. Tādējādi pieteiktais apzīmējums pilda preču zīmes funkcijas - ļauj atšķirt viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm;

4.5. Latvijā ir reģistrētas arī citas līdzīga rakstura preču zīmes, piemēram, M 41 159 **BROKASTU SIERS** (29.kl.), M 44 350 **RĪTA KAFIJA** (30.kl.), M 44 351 **ĢIMENES KAFIJA** (30.kl.). Nav saprotams, kādi atšķirīgi kritēriji tām tikuši piemēroti, lai tās atzītu par reģistrējamām, jo tās pat nav ilgstoši lietotas. Līdzīga rakstura zīmes tikušas reģistrētas arī kā Kopienas preču zīmes: **ROYAL & ANCIENT** (33.kl.), **ANCIENT PAGE** (16.kl.), **OLD WINTER ALE** (32.kl.);

4.6. ekspertīzes argumenti vērtējami kā subjektīvi un nepamatoti, jo nav pierādījumu tam, ka pieteiktais apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' tiktu lietots citādi kā vien saistībā ar konkrētajām pieteicēja precēm. Tādējādi uzskatām, ka apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' ļauj identificēt firmas THE COCA-COLA COMPANY produktus citu ražotāju līdzīgu preču klāstā un līdz ar to pilda preču zīmes funkcijas.

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka uzņēmēj sabiedrības THE COCA-COLA COMPANY apelācija ir iesniegta saskaņā ar likumā un ApP noteikumos paredzēto kārtību. Tādējādi ir pamats tās izskatīšanai pēc būtības.

2. LPV lēmums tiek pamatots ar vairākiem likuma noteikumiem. LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punkts paredz, ka kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas

attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkts nosaka, ka neregistrē zīmes, 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. LPZ/99 6.panta pirmās daļas 4.punkts savukārt paredz, ka neregistrē zīmes, kas sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem vai norādēm (vispārīgiem apzīmējumiem), kuras attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem kļuvušas vispārpieņemtas ikdienas valodā vai godprātīgās un vispāratzītās komercdarbības paražās.

3. ApP uzskata, ka izskatāmās lietas apstākļi atbilst LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem.

3.1. Nav šaubu, ka pieteiktais vārdiskais apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' ir saprotams katram patērētājam. Izlasot vai dzirdot šādu vārdu salikumu, katrs var iedomāties dzērienu, kura izcelsme ir samērā tālā pagātnē vai kura sastāvs, īpašības, pazīmes saistāmas ar pagātni. Zināma daļa patērētāju šādu apzīmējumu var uztvert kā analogu izteikumam 'tradicionāls, labs, laika pārbaudi izturējis dzēriens' vai "klasisks dzēriens" un domāt par dzērieniem, kurus mūsdienu cilvēki ciena tāpat kā viņu pietiekami tālie senči. Par apzīmējuma šādu saturu liecina ekspertīzes materiāli: vārdnīcu dotie jēdzienu 'seno laiku', 'senlaicīgs' skaidrojumi, kā arī Interneta materiālu izdrukas, kurās plaši lietoti izteikumi 'seno laiku', 'senlaicīgs' u.tml., dažādā kontekstā un ar dažādu konkrētības pakāpi: "seno laiku skatkarīgas", "sajust seno laiku elpu", "pēc seno laiku paražām sagatavotas pirtsslotas", "tirgotavā - krogā vēl šobrīd valda īpaša seno laiku atmosfēra", "pārdod seno laiku "Zinger" šujmašīnas kājas", "otrajā stāvā iekārtota seno laiku klases telpa", "telpas liecina par seno laiku varenību", "ēšana un lustes seno laiku garā", "seno laiku mēbeles", "kā seno laiku filmās", "senolaiku prasme saglabāt ogles zem pelniem un uzskurt uguni", "ekskluzīva alus darītava, kas izmanto modernākās ražošanas iekārtas un dara alu pēc klasiskas, gadsimtos izkoptas seno laiku tehnoloģijas". Var vērtēt, ka šajos izteikumos domātais laikposms nav apzīmēts tieši, tas ir mainīgs (viena senuma pakāpe var būt pirtsslotu gatavošanas paņēmienam, cita - klases iekārtojumam, vēl cita - šujmašīnai vai filmām) un nav precīzi nosakāms (resp., tas nav eksakts jēdziens), tomēr nevar noliegt, ka tā ir reāla mūsdienu valoda, mūsdienu izteikumi ar attiecīgajā kontekstā pietiekami skaidru nozīmi.

3.2. Var piekrist arī ekspertīzes apsvērumam, ka šis apzīmējums ir vispārīgi pareizs attiecībā uz kvasu - dzērienu, saistībā ar kuru izskatāmo apzīmējumu lieto pieteicējs (vai iepriekšējā periodā lietojis Igaunijas uzņēmums AS ŌSEL FOODS). Kvass pieder pie produktiem ar senāku izcelsmi, tāds dzēriena tips ir pazīstams jau no samērā senas pagātnes. Tātad apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' raksturo attiecīgās preces vai preču grupas īpašības: dzēriens, kura izcelsme vai receptūra ir sena, tradicionāla. Var pamatoti pieņemt, ka tieši šo aspektu vēlējies izsvērt zīmes pieteicējs, iekļaujot minēto apzīmējumu etiķetē, kuras galvenais elements ir uzraksts 'PILSKALNA KVASS': dzēriens ir "seno laiku", lietojiet droši, tur nav ķīmijas - vai tamlīdzīgi. Šāds apzīmējums var piesaistīt pircēju interesi, tomēr tas nav tikai neitrāls reklāmas sauklis, jo tas spēj noteiktā pakāpē raksturot preci vai preču grupu. Šādu apzīmējumu var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu zināmu preču veidu (piemēram, piedāvājot tikai senas izcelsmes vai receptūras dzērienus, līdzīgi kā atsevišķas firmas piedāvā "seno laiku garā" vārītas ziepes), zināmu kvalitāti ("seno laiku" dzērieniem varētu būt raksturīga citāda kvalitāte nekā mūsdienu dzērieniem - piemēram, bez mākslīgām piedevām, bez konservantiem), zināmu vērtību ("seno laiku dzērieni" noteiktām patērētāju grupām var šķist vērtīgāki, piemēram - dabiskāki, līdzīgi kā "seno laiku garā", "mājas kārtībā" gatavota šokolāde). Tātad izskatāmais apzīmējums ir tāda rakstura apzīmējums, kuru tirgus dalībnieki var izvēlēties, lai apzīmētu zināmas preču grupas vienas vai citas īpašības. Tādējādi šim apzīmējumam var piemērot LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumus.

3.3. Līdz ar to ir pietiekams pamats secinājumam, ka apzīmējumam 'SENO LAIKU DZĒRIENS' kā apzīmējumam, kuru var izmantot komercdarbībā preču veida, kvalitātes, vērtības vai citu īpašību apzīmēšanai, trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm, un tam var piemērot arī LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumus. 'Seno laiku dzērienus' var tirgū piedāvāt arī daudzi citi ražotāji; šāds apzīmējums nespēj identificēt vienu no tiem precēs.

3.4. ApP atzīmē, ka arī pats pieteicējs apzīmējumu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' lieto kopā ar citu, vairāk atšķirtspējīgu apzīmējumu 'PILSKALNA KVASS'. Abu apzīmējumu vienlaicīgais lietojums neliecina par to, ka konkrēto preci spēj identificēt uzraksts 'SENO LAIKU DZĒRIENS' viens pats, kaut arī kādā no attēliem šis uzraksts ir lielāks par uzrakstu 'PILSKALNA KVASS'. ApP piekrīt, ka etiķetē šo apzīmējumu attiecība un raksturs ir tāds, ka patērētāji uzrakstu 'SENO LAIKU DZĒRIENS' visdrīzāk uztver kā paskaidrojošu vai uzmanību piesaistošu papildinājumu. Ir ļoti apšaubāms, vai apelācijas

iesniedzēja minētais pieteiktā apzīmējuma lietojums 4 gadu periodā ir izraisījis pietiekami skaidru asociatīvu saikni ar konkrētā uzņēmuma ražoto kvasu, ņemot vērā, ka apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' pamatā lietots kopā ar apzīmējumu 'PILSKALNA KVAŠS', kā arī kopā ar konkrētu zīmējumu. Tādējādi šai lietā nebūtu pamata piemērot LPZ/99 6.panta trešās daļas noteikumus (ja apelācijas iesniedzējs to prasītu), kas paredz, ka preču zīmes reģistrāciju noteiktos gadījumos nevar atteikt, ja tā lietojot ir ieguvusi atšķirtspēju.

4. ApP kritiski vērtē apelācijas iesniedzēja atsaukšanos uz it kā līdzīgu zīmju reģistrācijām Latvijā vai Eiropas Savienībā. Apzīmējums 'BROKASTU SIERS' nav analogs izskatāmajam apzīmējumam, jo nav īpaša siera veida, kas lietojams tieši brokastīs, tāpat kā nav īpašas 'RĪTA KAFIJAS'. Arī apzīmējums 'ĢIMENES KAFIJA' ir tikpat neitrāls, jo nevar iedomāties, ar ko no citiem kafijas veidiem atšķiras tāda kafija, kas paredzēta lietošanai ģimenē. Apelācijas iesniedzēja minētie piemēri no lekšējā tirgus saskaņošanas biroja veiktajām reģistrācijām arī atšķiras no izskatāmā gadījuma: 'ROYAL & ANCIENT' (karalisks un sens) tomēr ir visai tēlainis apzīmējums alkoholiskam dzērienam un nav saistāms ar kādu dzērienu grupu; 'ANCIENT PAGE' (senā lapa) attiecībā uz tinti un rakstāmpiederumiem uztverams pārnestā nozīmē (piemēram - ja rakstfisi ar tinti, vēstule izskatīsies kā senlaicīga lapa). Piemēru 'OLD WINTER ALE' (senais ziemas els) grūti komentēt, bet iespējams, ka konkrētajā gadījumā pieteicējam ir bijuši kādi argumenti, kas pārliecinājuši ekspertīzi.

5. ApP noraida apelācijas iesniedzēja argumentu par to, ka nav pierādījumu, ka pieteiktais apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' tiktu lietots citādi kā vien saistībā ar konkrētajām pieteicēja precēm, un tāpēc reģistrācijas atteikums uzskatāms par nepamatotu. Nav jākonstatē, ka kādu apzīmējumu tiešām lieto arī citi tirgus dalībnieki; pietiek, ja apzīmējumu "var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču .. veidu, kvalitāti, .. vērtību .." (LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkts); tāpat, lai piemērotu šo normu, pietiek ar potenciālu, kāds apzīmējumam piemīt.

6. Attiecībā uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 4.punkta piemērošanu ApP atzīst, ka LPV lēmuma motīvi šajā aspektā nav pārliecinoši. Lietas materiāli nedod pietiekamu pamatu, lai uzskatītu, ka pieteiktais apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' attiecībā uz kvasu vai kādām citām preču saraksta precēm būtu kļuvis vispārpieņemts ikdienas valodā vai godprātīgās un vispāratzītās komercdarbības paražās, citiem vārdiem, kļuvis par vispārīgu šo preču apzīmējumu, vispārlietotu jēdzienu. Ir maz ticams, ka, preču sortimenta kontekstā nosaucot "seno laiku dzērienu" vai "seno laiku dzērienus", patērētājiem radīsies pietiekami konkrēts priekšstats par preču grupu. "Seno laiku dzērieni" var būt alus (kura izcelsme tiešām sena un lietošana zemnieku sētā un muižā ir zināma no vēstures), skābputra (latviešu literatūrā bieži minēta kā siena laika slāpju veldzētājs), bērzu sulas, avota ūdens vai arī kādi citi senas izcelsmes dzērieni. Komersantu vidē, darījumus veicot, nepieciešama vēl lielāka konkrētība: gan tam, kas precī pasūta, gan tam, kas to piegādā, ir svarīgi, lai lietotie preču apzīmējumi būtu pietiekami skaidri un nepārprotami (lai gan ir pilnīgi pieļaujams, ka komersanti izmanto zināmu žargonu un atsevišķus jēdzienus lieto nosacīti). Ir ļoti apšaubāmi, ka apzīmējums 'SENO LAIKU DZĒRIENS' (vienskaitlī vai daudzskaitlī) varētu sekmīgi tikt izmantots šādā komunikācijā; tam acīmredzami pietrūkst nepieciešamās konkrētības, lai konstatētu, ka tas pielīdzināms sugas vārdam.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos argumentus un secinājumus, pamatojoties uz likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punktu un vadoties no minētā likuma 19.panta noteikumiem par apelāciju izskatīšanu, Apelācijas padome **nolemj:**

1. noraidīt uzņēmēj sabiedrības THE COCA-COLA COMPANY (ASV) apelāciju pret Patentu valdes lēmumu par preču zīmes **SENO LAIKU DZĒRIENS** (pieteik. Nr. M-02-132) reģistrācijas atteikumu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam un Valsts reģistru un dokumentācijas departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **SENO LAIKU DZĒRIENS** (pieteik. Nr. M-02-132) reģistrācijas atteikumu.

Apelācijas padomes lēmumu, kas pieņemts, izskatot apelāciju pret Patentu valdes lēmumu, apelācijas iesniedzējs (preču zīmes pieteicējs) var pārsūdzēt tiesā triju mēnešu laikā no lēmuma noraksta saņemšanas dienas; pārsūdzības pieteikuma iesniegšana aptur lēmuma izpildi jeb stāšanos spēkā (likums *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm*, 19.panta astotā daļa).

Šis lēmums, ja tas nav pārsūdzēts noteiktajā laikā, saskaņā ar ApP noteikumu 61.punkta 2.apakšpunktu stājas spēkā pēc tam, kad notecējis termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes priekšsēdētājs

J.Ancītis

ApP sēdes locekļi:

S.Drozdovska

A.Pāže