

# LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

## APELĀCIJAS PADOME

Citadeles ielā 7/70, Rīgā, LV-1010; tālruni: 67 099 600, 67099 637, 67099610  
fakss: 67 099 650; e-pasts: valde@lrpv.gov.lv; http://www.lrpv.gov.lv

Apelācijas lietas šifrs:  
ApP/2008/M-06-1045

### Lēmums

Rīga

2011.gada 27.janvārī

Apelācijas padome (turpmāk – ApP):

ApP sēdes priekšsēdētājs – J.Ancītis,  
ApP sēdes locekļi – D.Liberte un A.Pāže,  
ApP sekretārs – K.Rubiķis

2008.gada 25.aprīlī izskatīja apelāciju, kuru, vadoties no 1999.g. likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk – LPZ/99) 17.<sup>1</sup> panta pirmās daļas noteikumiem, 2008.gada 24.janvārī iesniegusi patentpilnvarotā A.Fortūna preču zīmes pieteicēja – uzņēmējiesabiedrības HARD ROCK LIMITED (Lielbritānija) vārdā par Patentu valdes (turpmāk – LPV) 2007.gada 24.oktobrī pieņemto lēmumu par preču zīmes

#### **HARD ROCK CAFE**

(pieteik. Nr. M-06-1045; pieteik. datums – 11.07.2006; 25.kl. preces ‘apģērbi’ un 43.kl. pakalpojumi ‘restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi’)

reģistrāciju ierobežotam preču/pakalpojumu sarakstam, proti, tikai 25.klases precēm.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV lēmuma pamatojumiem, apstrīd lēmumu daļā, kurā reģistrācija atteikta pieteiktajiem 43.klases pakalpojumiem, lūdz to atcelt un atzīt pieteikto apzīmējumu par reģistrējamu attiecībā uz visu pieteikto preču/pakalpojumu sarakstu.

ApP sēdē piedalījās pieteicēja (apelācijas iesniedzēja) – uzņēmējiesabiedrības HARD ROCK LIMITED (Lielbritānija) – pārstāvis, patentpilnvarotais J.Fortūna, kā arī LPV pārstāve, Preču zīmju un dizainparaugu departamenta vecākā eksperte A.Bīlāne.

I. Izskatot apelācijas iesniegumu un lietas materiālus un uzklausot apelācijas iesniedzēja pārstāvja un LPV pārstāves paskaidrojumus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. Preču zīmes **HARD ROCK CAFE** reģistrācijas pieteikumu Nr. M-06-1045 pieteicējs – uzņēmējiesabiedrība HARD ROCK LIMITED (Lielbritānija) iesniegusi 2006.gada 11.jūlijā. Reģistrācija pieteikta attiecībā uz 25.kl. precēm ‘apģērbi’ un 43.kl. pakalpojumiem ‘restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi’.

2. Preču zīmes ekspertīzes gaitā LPV konstatējusi, ka šis apzīmējums attiecībā uz pieteiktajiem 43.klases pakalpojumiem nav reģistrējams kā preču zīme, un saskaņā ar LPZ/99 13.panta otrās daļas noteikumiem par to informējusi pieteicēja pārstāvi ar attiecīgu pieprasījumu (23.08.2007), uzaicinot attiecīgi ierobežot preču/pakalpojumu sarakstu šajā pieteikumā. 11.09.2007 saņemti pieteicēja pārstāves paskaidrojumi ar pierādījumu materiāliem pielikumā (galvenokārt Interneta materiālu izdrukas). Pieteicējs nepiekrīt ekspertīzes piedāvājumam un uzskata pieteikto apzīmējumu par reģistrējamu visam pieteiktajam sarakstam.

3. LPV 24.10.2007 lēmums reģistrēt preču zīmi **HARD ROCK CAFE** (pieteik. Nr. M-06-1045) ierobežotam preču sarakstam un atteikt reģistrāciju pieteikumā ietvertajiem 43.kl. pakalpojumiem, kurš pieņemts ar atsauci uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem, balstās uz atzinumu, ka reģistrācijai pieteiktais apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' saistībā ar šiem pakalpojumiem saprotams kā norāde uz tādu kafejnīcu, bāru vai restorānu, kurā atskaņo smagā roka jeb hādroka mūziku, un tādēļ uzskatāms par aprakstošu apzīmējumu, ko var lietot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgo pakalpojumu veidu, un tādējādi šim apzīmējumam trūkst atšķirtspējas attiecībā uz šiem pakalpojumiem.

4. LPV viedokli paskaidro šā apzīmējuma analīze, kas ietverta atteikuma lēmumā, kā arī preču zīmes pieteikuma lietā esošie materiāli.

4.1. Pieteiktais apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' tulkojumā no angļu valodas nozīmē – *smagā roka kafejnīca*. Apzīmējums 'HARD ROCK' saskaņā ar vārdnīcu un enciklopēdiju skaidrojumiem nozīmē – *hārdroks* jeb *smagais roks*. Tas ir mūzikas termins, kas norāda uz noteiktu mūzikas žanru, proti, smagu, metāliska skanējuma rokmūziku. Hārdroku raksturo spēcīgi akcenti, ekspresija, agresīva dziedāšanas maniere, skaļums. Smagais roks izveidojās 20.gs. 60.gadu beigās – 70.gadu sākumā. Tā pamatlicēji ir britu grupa *Deep Purple*. Tas ir viens no roka veidiem, starp kuriem ir arī folkroks, džezroks, poproks u.c.

4.2. Ir restorāni, kafejnīcas un bāri, kas specializējas noteikta mūzikas žanra atskaņošanā, par ko liecina materiāli par restorāniem un klubiem Latvijā un citur, kuros skan noteiktu žanru mūzika – *Bites blūza klubs*, *Četri balti krekli*, *Liepājas Rock Cafe*, *Tallinas Rock Cafe* (LPV pārstāve atsaucas uz ziņām LPV 23.08.2007 pieprasījumā uzrādītajos materiālos u.c.). No tā var secināt, ka pieteiktais apzīmējums vērtējams kā informatīva norāde uz tādu kafejnīcu, bāru, restorānu, kurā atskaņo hārdroka mūziku, tātad ir vispārīgs, deskriptīvs (*ApP piezīme*: aprakstošs) apzīmējums, ko var lietot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgo pakalpojumu veidu.

4.3. Tātad apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' var būt nepieciešams arī citiem uzņēmumiem, kuri vēlētos specializēties hārdroka mūzikas atskaņošanā.

4.4. Tādējādi var atzīt, ka pieteiktais apzīmējums nav reģistrējams 43.klases pakalpojumiem 'restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi', pamatojoties uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem. Tas vienlaikus nozīmē, ka atteikumu var pamatot arī ar LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punktu, jo, ņemot vērā izskatāmā apzīmējuma jēdzienisko nozīmi un deskriptīvo raksturu, var apgalvot, ka tas nevar veikt preču zīmes pamatuzdevumu – norādīt uz attiecīgo pakalpojumu izcelsmi no viena uzņēmuma, dodot iespēju atšķirt viena uzņēmuma pakalpojumus no citu uzņēmumu tāda paša rakstura pakalpojumiem (LPZ/99 1.panta 1.punkts).

4.5. Šajā gadījumā arī nav pamata piemērot LPZ/99 6.panta trešās daļas noteikumus, jo pieteicēja pārstāvja iesniegtie materiāli neļauj izdarīt secinājumu, ka pieteiktais apzīmējums tā lietošanas rezultātā būtu kļuvis atpazīstams kā preču zīme, resp., kā apzīmējums, kas norāda uz attiecīgo pakalpojumu izcelsmi no vienas noteiktas personas. Iesniegtie materiāli galvenokārt liecina par Latvijas patērētāju ceļojumu iespaidiem ārvalstīs vai par ārvalstu slavenībām, kas apmeklējušas 'HARD ROCK CAFE' kafejnīcas vai restorānus ārvalstīs. Komerciālas aktivitātes Latvijā, izmantojot apzīmējumu 'HARD ROCK CAFE', vēl nav zināmas.

5. Atbildot uz jautājumiem ApP sēdes gaitā, LPV pārstāve izsaka viedokli, ka pieteicēja līdz ApP sēdei iesniegtie materiāli neliecina par to, ka Latvijas patērētāji varētu apzīmējumu 'HARD ROCK CAFE' uztvert kā noteikta komersanta preču zīmi.

6. Preču zīmes pieteicēja pārstāvji atbildē uz LPV 23.08.2007 pieprasījumu, apelācijas iesniegumā, papildinājumos pie apelācijas (iesniegti 25.04.2008), kā arī paskaidrojumos sēdes gaitā nepiekrīt LPV argumentiem un lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt atteikumu zīmi reģistrēt 43.klases pakalpojumiem un atzīt pieteikto preču zīmi par reģistrējamu visam preču/pakalpojumu sarakstam, minot šādus pretargumentus.

6.1. Pieteicējs nepiekrīt LPV viedoklim, ka apzīmējumam 'HARD ROCK CAFE' ir aprakstošs raksturs attiecībā uz pakalpojumiem 'restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi'. Vārdu salikumu 'HARD ROCK' varētu uzskatīt par aprakstošu saistībā ar smagā roka mūzikas ierakstu tirdzniecības pakalpojumiem vai šādas mūzikas atskaņošanas pakalpojumiem. Tai pašā laikā šis vārdu salikums neapzīmē un neapraksta pieteikto pakalpojumu veidu, kura būtība ir citāda, – tā ir apgāde ar uzturu. Pieteiktais apzīmējums sastāv no trim vārdiem un ietver arī vārdu 'CAFE', taču tā reģistrējamība ir jāvērtē visā kopumā. Tā kā apzīmējums nenorāda uz pieteiktajiem pakalpojumiem, apgalvojums par tā aprakstošo raksturu vai atšķirtspējas trūkumu nav pamatots. Apzīmējums, kuru pieteicējs ir izveidojis apmēram pirms 30 gadiem, ir oriģināls un pēc savas jēgas neparasts, jo ar pieteiktajiem pakalpojumiem tam ir tikai nosacīta, asociatīva saistība.

6.2. Attiecībā uz apzīmējuma atšķirtspēju pieteicējs norāda, ka, saskaņā ar LPZ/99 1.panta 6.punktu, apzīmējuma atšķirtspējas vērtējums ir atkarīgs ne tikai no paša apzīmējuma rakstura, bet arī no patērētāju uztveres un attiecīgo preču vai pakalpojumu rakstura. Tātad tam ir cieša saistība ar to patērētāju uztveri, kuriem zīme adresēta. Apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' tā lietošanas rezultātā saistībā ar 43.klases pakalpojumiem ir iemantojis pietiekamu pazīstamību gan pasaulē, gan arī Latvijā. Pakalpojumu zīme HARD ROCK CAFE tiek izmantota pasaulē ļoti populārā restorānu tīklā, kas dibināts 1971.gadā Londonā, bet mūsdienās aptver vairāk nekā 143 restorānus, kā arī 4 viesnīcas un vairākus kazino vairāk nekā 36 pasaules valstīs. Šajos restorānos ir īpaša atmosfēra, ko rada gan ar rokmūzikas vēstures atribūtiem saistīts noformējums, gan arī tajos rīkoti pasākumi ar roka slavenību piedalīšanos. Iespēja apceļot pasauli ir arī daudziem Latvijas iedzīvotājiem, tātad zināma to daļa ar šiem restorāniem ir

saskārusies personiski, citi informāciju par tiem iegūst no paziņām, kas šos restorānus apmeklējuši ārzemēs, bet vērā ņemama sabiedrības daļa šādu informāciju iegūst arī globālajā tīmeklī. Ir informācija, ka 2006.gadā līdzšinējais īpašnieks THE RANK GROUP lielu daļu no šā restorānu tīkla pārdevis Floridas indiāņu seminolu ciltij.

6.3. Tīmeklī par HARD ROCK CAFE restorāniem ir pieejams liels daudzums informācijas arī latviski, ieskaitot ziņas un komentārus par uzņēmēju plāniem atvērt šādu restorānu arī Latvijā. Iecerēts, ka tādējādi tas būtu otrais Austrumeiropā (pēc Maskavā atvērtā), bet pirmais Baltijā. Tā kā šā tīkla restorāniem ir augsts prestižs un tajos tiek rīkoti pasākumi ar pasaules mēroga populārās mūzikas un roka slavenību piedalīšanos, kā arī citi populāri pasākumi, šis apzīmējums ir zināms ne tikai jaunatnei un attiecīgās mūzikas cienītājiem, bet gan samērā plašam Latvijas patērētāju lokam, par ko liecina lietā esošie materiāli. Tas apstākļi, ka tīmeklī apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' tiek lietots pat bez īpašas norādes, ka ar to domāts restorāns, kā arī tas, ka portālā 'Google' praktiski visos gadījumos tas lietots saistībā ar šā tīkla restorāniem, liecina, ka pietiekoši lielai patērētāju daļai tas kļuvis labi pazīstams un asociējas ar konkrētiem restorāniem. Atsauksmes uz tiem bijušas dažādos Latvijas medijos plašā laika posmā, - vismaz kopš 1996.gada, tātad 10 gadus pirms šīs preču zīmes pieteikuma iesniegšanas, un līdz 2006.gadam (pievienotas izdrukas no Lursoft datu bāzes par publikācijām Latvijas preses izdevumos *Lauku Avīze, Diena, Vakara Ziņas, Neatkarīgā Rīta Avīze, Rīgas Balss, Latvijas Avīze, Telegraf* u.c.). Tātad apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' savas augstās atpazīstamības dēļ patērētājiem norāda uz konkrēto pakalpojumu tirdzniecības izcelsmi, t.i., uz pieteicēja restorāniem, bāriem, kokteiļbāriem.

6.4. Pieteicējs uzskata, ka vārdu salikums 'HARD ROCK CAFE' nevar būt nepieciešams citiem restorānu, bāru un kokteiļbāru īpašniekiem, lai komercdarbībā apzīmētu savu pakalpojumu veidu. Arī LPV lēmumā minētie piemēri (*Bites blūza klubs, Četri balti krekli, Liepājas 1.rokkafejnīca*) rāda, ka pieteicēja zīme nav nepieciešama citiem uzņēmējiem un neierobežo šo uzņēmēju iespējas veidot savu iestāžu nosaukumu. Arī dati no portāla 'Google' (lielais ar konkrēto restorānu tīklu saistīto tīmekļa resursu skaits) liecina, ka šis apzīmējums netiek lietots saistībā ar citu uzņēmēju sabiedriskās ēdināšanas iestādēm.

6.5. Pieteicējs norāda, ka, izlemjot apzīmējuma 'HARD ROCK CAFE' reģistrējamību, jāņem vērā, ka Latvijā ir spēkā divas tādiem pašiem 43.klases pakalpojumiem reģistrētas Kopienas preču zīmes – CTM 001 063 510 un CTM 000 064 592, kas pieder ar pieteicēju ekonomiski saistītam īpašniekam. Bez tam, no CTM 000 064 592 reģistrācijas senioritātes datiem izriet, ka šāda vārdiska zīme ir reģistrēta arī Austrijā, Beniluksa valstīs, Dānijā, Spānijā, Itālijā, Portugālē, Zviedrijā. Atbilstoši administratīvajā procesā nostiprinātajiem principiem, to skaitā – tiesiskās paļāvības principam, persona var paļauties, ka iestādes rīcība ir tiesiska un konsekventa. Latvijā ir reģistrētas citas līdzīgas vārdiskas preču zīmes ar elementu 'CAFE' vai 'BAR'. Arī citu valstu iestāžu, kā arī Kopienas preču zīmju reģistrācijas iestādes prakse, reģistrējot izskatāmo apzīmējumu, būtu jāņem vērā, izskatot šā apzīmējuma reģistrējamību, dodot pieteicējiem līdzīgas iespējas un nodrošinot vienveidīgu pieeju līdzīga rakstura zīmju reģistrācijā. Ir apšaubāmi, vai situācija Latvijā patērētāju uztveres ziņā attiecībā uz šo apzīmējumu ir būtiski atšķirīga.

6.6. Pieteicēja pārstāvis arī norāda, ka pieteicējam pieder divas figurālas zīmes ar analogu vārdisko daļu: **Hard Rock CAFE** (fig.) (reģ. Nr. M 34 936; piet. dat. 26.04.1994; reģ. dat. 20.12.1996) un **Hard Rock CAFE** (fig.) (reģ. Nr. M 58 182; piet. dat. 11.07.2006; reģ. dat. 20.10.2007). Šīs reģistrācijas neviens nav apstrīdējis; taisni otrādi, pamatojoties uz šīm reģistrācijām, pieteicējs ir vērsies pret citām preču zīmēm. Arī Liepājas 1. roka kafejnīcas dibinātāji, saskaņā ar Internetā pieejamo informāciju, tās veidošanas laikā (ap 2000.-2001.gadu, tātad daudz vēlāk, nekā tika pieteikta pirmā no **Hard Rock CAFE** preču zīmēm) atsaukušies uz to, ka šo kafejnīcu paredzēts veidot līdzīgu pasaulē populārājam „Hard Rock” kafejnīcām.

6.7. Papildu apstākļi, kas arī liecina par izskatāmā apzīmējuma atpazīstamību Latvijā, ir fakts, ka 2007.gadā suvenīru veikalā Rīgas centrā, Rātslaukumā 3, varēja iegādāties T-krekļus ar 'HARD ROCK CAFE' simboliku. Nav drošu ziņu, vai šīs preces tiek izplatītas saziņā ar attiecīgo preču zīmju īpašnieku, vai arī ir viltojumi. Neatkarīgi no šiem apstākļiem tas norāda uz apzīmējuma popularitāti, jo produkciju neatmaksājas viltoņiem, ja nav lielas patērētāju intereses par attiecīgo apzīmējumu (pārstāvis lietai pievieno fotoattēlus, kur redzams veikals un T-krekli ar apzīmējumu 'HARD ROCK CAFE' dažādā grafiskā izpildījumā; krekļu cena – Ls 7,- un 10,-).

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka uzņēmējsabiedrības HARD ROCK LIMITED apelācija ir iesniegta paredzētajā kārtībā. Tādējādi ir pamats tās izskatīšanai pēc būtības.

2. Izskatāmais LPV lēmums par preču zīmes **HARD ROCK CAFE** (pieteik. Nr. M-06-1045) reģistrāciju ierobežotam preču sarakstam un reģistrācijas atteikumu pieteikumā ietvertajiem 43.kl. pakalpojumiem ir pamatots ar atsauci uz LPZ/99 normām:

- 6.panta pirmās daļas 2.punktu, kurš paredz, ka kā preču zīmi neregistrē apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem;

- 6.panta pirmās daļas 3.punktu, kurš paredz, ka kā preču zīmi neregistrē apzīmējumus, 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.

3. Izanalizējot LPV lēmuma motīvus un preču zīmes pieteicēja argumentus, kā arī pārbaudot lietas materiālus, ApP uzskata, ka LPV ekspertīze izskatāmajā lēmumā ir pareizi konstatējusi apstākļus, kas attiecas uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta, kā arī 2.punkta noteikumu piemērošanu pieteiktajai preču zīmei, ciktāl runa ir par pieteiktās preču zīmes reģistrācijas atteikuma pamatojumiem attiecībā uz pieteikumā ietvertajiem 43.klases pakalpojumiem.

3.1. ApP uzskata, ka reģistrācijai pieteiktais vārdiskais apzīmējums 'HARD ROCK CAFE' ir vērtējams kā norāde uz tādu kafejnīcu, bāru vai restorānu, kurā atskaņo hārdroka mūziku vai kuram ir citāda saistība ar smagā roka mūziku. Nav šaubu, ka 43.klasē pieteikto pakalpojumu ('restorānu, bāru un kokteilbāru pakalpojumi') patērētāju (šādu iestāžu apmeklētāju) absolūtais vairākums mūsdienā apstākļos pietiekami skaidri uztver šāda angļu valodā sastādīta apzīmējuma semantisko nozīmi. Turklāt nav pārliecinoša pamata iztēloties, ka šie patērētāji varētu dot priekšroku kādiem citiem minētā apzīmējuma tulkojumiem, lai gan arī tādi ir iespējami (piemēram, 'cietās klints kafejnīca'). Ir arī vispārzināms, ka restorānos, kafejnīcās, bāros mēdz būt dzīvās mūzikas priekšnesumi vai tajos mēdz atskaņot viena vai cita žanra mūzikas ierakstus. Kā liecina lietas materiāli, arī Latvijā ir noteiktos mūzikas žanros specializējušies restorāni, kafejnīcas un klubi. Tātad var piekrist LPV lēmuma atziņai, ka pieteiktais apzīmējums ir vispārīgs, aprakstošs apzīmējums, ko var lietot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgo pakalpojumu veidu. ApP atzīmē, ka LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta piemērošanai pietiek konstatēt, ka attiecīgo apzīmējumu "var izmantot komercdarbībā", un nav nepieciešams, lai būtu iegūti pierādījumi par to, ka konkrētais apzīmējums jau ir terminu krājumos vai praksē tiek izmantots preču vai pakalpojumu nosaukšanai vai raksturošanai, – pietiek ar potenciālu iespēju, ka to kādreiz tā var izmantot.

3.2. Tādējādi ApP atzīst, ka LPV lēmumā ir pamatoti konstatēti, ka attiecībā uz 43.klasē pieteiktajiem pakalpojumiem lietas apstākļi atbilst LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta nosacījumiem. Šajā kontekstā ApP nevar piekrist apelācijas iesniedzēja apgalvojumiem, ka pieteiktais vārdu salikums neapraksta pakalpojumus, nenorāda uz pakalpojumiem (kuru būtība ir apgāde ar uzturu), ka šis apzīmējums ir oriģināls, pēc savas jēgas neparasts, ka ar pieteiktajiem pakalpojumiem tam ir tikai asociatīva saistība u.tml.

3.3. Loģiski secināms, ka apzīmējumam, kuru var izmantot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, vienlaikus trūkst atšķirtspējas attiecībā uz tām pašām un līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. Ja apzīmējuma aprakstošā nozīme ir acīmredzama patērētājiem, tie šo apzīmējumu neuztver kā preču zīmi. Citiem vārdiem, apzīmējums, kas raksturo attiecīgos pakalpojumus, patērētāju uztverē nespēj individualizēt viena komersanta pakalpojumus starp citiem attiecīgās nozares komersantu pakalpojumiem, un šajā apjomā tas nevar veikt preču zīmes pamatuzdevumu – norādīt uz attiecīgo preču izcelsmi no viena noteikta uzņēmuma. Tātad LPV lēmums konkrētajā daļā pamatoti atsauca arī uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem.

4. Neraugoties uz iepriekš minētajiem atzinumiem, ApP uzskata, ka šajā lietā var ņemt vērā tos apelācijas iesniedzēja argumentus un pierādījumus, kuri attiecas uz preču zīmes reģistrācijai nepieciešamās atšķirtspējas iegūšanu ar apzīmējuma lietojumu komercdarbībā.

4.1. LPZ/99 6.panta trešā daļa paredz, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt vai atzīt par spēkā neesošu uz 6.panta pirmās daļas 2., 3. vai 4.punkta noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem.

4.2. Kā norādīts Latvijas Republikas Augstākās tiesas veiktajā tiesu prakses apkopojumā „Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008., 45.lpp., pieejams Augstākās tiesas mājaslapā: <http://www.at.gov.lv/lv/info/summary/2008/>), minēto noteikumu apstrīdētās preču zīmes īpašnieks var izmantot, atspēkojot argumentus, kas saistīti ar iepriekšminētajām likuma normām, ja vien ir pierādījumi par preču zīmes lietošanu un tās rezultātā izveidojušos patērētāju priekšstatu par attiecīgo apzīmējumu kā noteiktas personas (komersanta, tirgus dalībnieka) preces vai pakalpojumus identificējošu apzīmējumu, tātad – preču zīmi, kas spēj norādīt preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Runa ir par gadījumiem, kad izskatāmajam apzīmējumam pašam par sevi atšķirtspēja nepiemīt, kad tas ir attiecīgās nozares termins vai arī potenciāli var tikt uztverts kā tāds, kas nosauc vai raksturo, piemēram, preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, daudzumu, funkcionālo uzdevumu, vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi vai citas īpašības, vai arī kad apzīmējums nekontrolētas lietošanas dēļ patērētāju priekšstatos ir kļuvis par sugasvārdu (vispārīgu, vispārpieņemtu apzīmējumu). Šādā gadījumā, lai piemērotu 6.panta trešo daļu, kas atceļ 6.panta pirmās

daļas 2., 3. vai 4.punkta noteikumu piemērošanu, iesniegtajiem pierādījumiem būtu jārada pārlicība, ka attiecīgais vispārīgais, preces vai pakalpojums, vai to īpašības aprakstošais apzīmējums konkrētajā lietojumā tiešām jau ir gan patērētāju, gan arī attiecīgo tirgus dalībnieku (konkurentu) uztverē ieguvis tā saukto sekundāro nozīmi (tātad – vairāk tiek saistīts ar atbildētāja precēm vai pakalpojumiem, nevis uztverams ar šā apzīmējuma parasto – sugasvārda – nozīmi).

4.3. Augstākā tiesa arī norādījusi, ka katrs atsevišķais gadījums vērtējams individuāli. Vērtējums jāizdara attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuriem zīme reģistrēta, un jāņem vērā attiecīgo preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētāja iespējamā uztvere. Vidusmēra patērētājs ir samērīgi informēts un samērīgi vērtīgs un uzmanīgs. Turklāt šādos gadījumos nevar prasīt, lai patērētāji būtu spējīgi precīzi nosaukt šādas preču zīmes īpašnieku, konkrēti identificēt to; – pietiek, ja patērētāji spēj noteikt, ka ar attiecīgo zīmi marķētās preces (vai pakalpojumi) ir kāda noteikta komersanta preces (vai pakalpojumi) un tādējādi ir atšķiramas no pārējo preču (vai pakalpojumu) klāsta. Tādā gadījumā apzīmējums, kas bijis aprakstošs vai citādi bez atšķirtspējas, ir ieguvis jaunu nozīmi, un tā blakusnozīme, kas vairs nav tikai aprakstoša, attaisno preču zīmes reģistrāciju (turpat, 46.lpp.).

4.4. ApP atzīst, ka izskatāmajā lietā apelācijas iesniedzēja iesniegtie materiāli, kaut arī tie maz liecina par apzīmējuma 'HARD ROCK CAFE' izmantošanu komercdarbībā tieši Latvijā uz vietas, tomēr demonstrē šo pakalpojumu Latvijas potenciālo patērētāju priekšstatus, turklāt jau visai ilgā laikposmā (1996.-2007.g.). Šajos materiālos, kas ir izdrukas no dažādu masu mediju (*Lauku Avīze, Diena, Vakara Ziņas, Neatkarīgā Rīta Avīze, Rīgas Balss, Latvijas Avīze, Telegraf* u.c.) publikācijām un lasītāju komentāriem, atspoguļojas potenciālo patērētāju uztvere saistībā ar apzīmējumu 'HARD ROCK CAFE'. Pakārtota nozīme ir apstāklim, ka attiecīgs restorāns Rīgā, lai gan jau sen plānots, vēl līdz šim atvērts nav, jo šie komentāri pārlicina, ka arī Latvijas interesenti (dažādas personas) atpazīst minēto apzīmējumu kā konkrēta restorānu tīkla nosaukumu:

- „Slavenā Liverpoolas četinieka [*The Beatles*] relikviju izsole notika ne mazāk slavenajā Londonas „Hard Rock Cafe”, lai atzīmētu šī restorāna pastāvēšanas 25.gadadienu” (20.09.1996; *Rīgas Balss*);
- „Vārdi dziesmai „Instant Karma” ar autora pašrocīgiem labojumiem tika pārdoti par 36 800 dolāru, lai gan sākuma cena bija 24 000 dolāru. Tos nopirka Londonas „Hard Rock Cafe”, kur notika izsole” (*Lenona pašportrets pārdots par 43 000 dolāru*; 18.09.1997; *Vakara Ziņas*);
- „Popgrupas „Nirvana” mūziķa Kurta Kobeina, kas aprīlī nomira no pārlicējas heroīna devas, atraitne [Kortnija Lova] uzstājās palīdzības programmas mūziķiem rīkotajās pusdienās Losandželosas „Hard Rock Cafe”” (05.11.1997; *Vakara Ziņas*);
- „Pits nav gluži Aligatora [mūzikas kluba 'Aligators'] saimnieks, bet menedžeris, kurš izvēlas mūziku, kas skan klubā, un grupas, kas tur spēlē. [...] Līdzīgi kā pasaulē pazīstamajā hard rock cafe tīklā un savulaik arī tagad mirušajā Rīgas klubā Mad Mix, iecerēts ar laiku savākt vēsturisku priekšmetu kolekciju...” (*Tas ir tikai rokenrols* [par mūziķi Pitu Andersonu]; Uldis Rudāks, 19.10.1999; *Diena*);
- „Padomju Savienība atņēma šo ēku Lietuvai Otrā pasaules kara laikā, un pēc tam ne PSRS, ne tās mantiniece Krievija nav to atdevusi. Tagad Lietuvas vēstniecības [Francijā, Parīzē] telpas atrodas vienā namā ar kafejnīcu „Hard Rock Cafe”” (*Ziemassvētku apsveikums – nepārprotama prasība*; R.Būris, 23.12.1999; *Lauku Avīze*);
- „Izsole, kurā kā vērtīgākā *The Beatles* relikvija tiks piedāvātas Lenona klavieres Steinway Z, vienlaikus notiks Hard Rock Cafe Londonā un Ņujorkā, [un] tajā varēs piedalīties arī ar telefona un interneta starpniecību” (*Džona Lenona klavieres pārdos izsolē*; Harijs Vītols, 05.10.2000; *Neatkarīgā Rīta Avīze Latvijai*);
- „Mūzikas kluba „Pablo” īpašniece SIA „Argolats plus” plāno Liepājā būvēt roka kafejnīcu... ..jaunā izklaides vieta būšot līdzīga populārajām „Hard Rock” kafejnīcām daudzviet pasaulē” (*Liepājā plāno būvēt roka kafejnīcu*; 27.10.2001; *BNS*);
- „Londonā šovasar 30 gadu jubileju atzīmēja lielākais rokkafejnīcu tīkls pasaulē - Hard Rock Cafe (HRC). Jau sākumā tā bija klasiska kafejnīca, kas klientus piesaistīja ar pirmšķirīgu virtuvi, mērenām ēdienu cenām un vienmēr skanošu rokenrola mūziku... HRC tīklā ietilpst arī kazino, viesnīcas un veikaliņi, kas piedāvā iespēju iegādāties dažādu rokmūzikas atribūtiķu” (*Kafejnīcas piedāvā rokmūziku, kailas oficiantes un internetu*; Ina Zelča, 15.11.2001; *Jēkabpils Ziņas*);
- „57 gadus veco Entvistlu pagājušajā nedēļā atrada mirušu viesnīcas „Hard Rock Cafe Hotel and Casino” numurā Lasvegasā” (*„The Who” turpinās koncertturneju par spīti Entvistla nāvei*; 02.07.2002; *Vakara Ziņas*);
- „Slavenās firmas restorāns Rīgā tiks izveidots, balstoties uz vienošanos, kas paredz Latvijas galvaspilsētā atvērt „Hard Rock Cafe” starptautiskiem standartiem atbilstošu restorānu. Turklāt nesen nodibinātajam Latvijas uzņēmumam vienīgajam ir tiesības atvērt „Hard Rock Cafe” restorānus visā Austrumeiropā, uzsvēra Sokolovs” (*LETA*, 03.11.2003; portāls *APOLLO*);
- „Vasaras nogalē Vecrīgā plānots atvērt pasaulē populāro roka kafejnīcu „Hard Rock Cafe”, pavēstīja SIA „Hard Rock Cafe Riga” rīkotājdirektors Jānis Kaktiņš. Viņš teica, ka šī būs otrā „Hard Rock Cafe” tīkla kafejnīca Austrumeiropā – pirmā strādā Krievijas galvaspilsētā Maskavā, taču nākotnē kafejnīcu atvēršana plānota arī Tallinā, Viļņā, Prāgā, Varšavā... ..Rīgā „Hard Rock Cafe” veido pēc franšīzes līguma, kas ietver ne vien iespēju atvērt kafejnīcu ar slaveno nosaukumu, bet līdzī nāk arī stingri nosacījumi... jo „Hard Rock Cafe” ir ļoti svarīgi augstā līmenī turēt savu preču zīmi... Kafejnīcā skanēs ne tikai smagā roka

mūzika, kā to varētu saprast pēc nosaukuma..." (*Vecrīgā šovasar atklās „Hard Rock Cafe”*; 04.03.2004; BNS);

- „Hard Rock Cafe Rīgā atvērs nākamavasār” (Īsumā; BNS, LETA, 20.11.2004; *Neatkarīgā Rīta Avīze Latvijā*);

- „На неопределенный срок отложено появление в Риге всемирно известной сети ресторанов Hard Rock Cafe, сообщил руководитель проекта Александр Никитин” (- *uz nenoteiktu laiku atlikta visā pasaulē zināmā restorānu tīkla Hard Rock Cafe parādīšanās Rīgā, paziņoja projekta vadītājs Aleksandrs Nikitins*; LETA, 08.03.2006; *Telegraf*);

- „Krogu apmeklējumu sākam ar „Hard Rock Cafe”, kurš gan izskatās pārāk kārtīgs un bez dzīvās mūzikas, tomēr cilvēku piepildīts. Rodas iespaids, ka to daudzi apmeklē tikai vārda dēļ.” (*ASV ceļojuma apraksts* [par Nešvilas pilsētu]; Ansis un Edgars, 06.09.2006; portāls *DELFI*);

- „„Hard Rock Cafe” tīklu iegādājusies Amerikas indiāņu cilts. Floridā dzīvojošie seminolas cilts indiāņi nopirkuši biznesu par 965 miljoniem ASV dolāru. „Hard Rock Cafe” biznesā ietilpst 124 kafejnīcas visā pasaulē, četras viesnīcas, divi kazino un divas koncertzāles. [...] Cilts padomes priekšsēdētājs Mičels Sairess izteicies, ka ir lepns par jauno pirkumu un plāno paplašināt „Hard Rock Cafe” tīklu.” (*Radio SWH arhīvs*, 08.12.2006);

- „Bijušais „Guns N’ Roses” ģitārists Slešs atdevis atpakaļ ģitāru, kuru viņš bija nozadzis „Hard Rock Cafe”, informē ārvalstu mediji. Sleša muzikālajam mantojumam veltītā ceremonijā „Hard Rock” viesnīcā un kazino Lasvegasā ģitārists pārsteidzis godināšanas organizatorus, pasniegdams viņiem ģitāru, kuru viņš bija nozadzis „Hard Rock Cafe” Floridā” (23.07.2007; portāls *DELFI*);

- „Tuvojoties amerikāņu rokgrupas „Aerosmith” koncertam Rīgā 3.jūlijā, portāls „Delfi” sadarbībā ar koncerta organizētājiem.. piedāvā noskatīties videomateriālu.. no īpaša koncerta, kas norisinājās Londonā „Hard Rock Cafe” šā gada 20.februārī. Intervija ir filmēta Londonā, „Hard Rock Cafe”, šā gada 20.februārī. Šajā dienā Londonā notika grupas „Aerosmith” pasaules preses konference ar visas pasaules vadošo mediju piedalīšanos” (30.07.2007; portāls *DELFI*);

- „Ozijs Osborns radījis jaunu T-kreklu kolekciju, ko varēs iegādāties „Hard Rock Cafe” tīkla restorānos visā pasaulē, kā arī internetā...” (*Radio SWH arhīvs*, bez datējuma; izdrukāts 06.09.2007);

- „Tagad „Hard Rock Cafe” ir palicis VĒL labāks. T.i., dzērieni un ēdieni par brīvu, dzīvā mūzika un smiešanās līdz diviem no rīta ar praktiski nepazīstamiem čuvakiem. [...] Protams, arī varu minēt faktu, ka es dzīvoju nākamajās durvīs aiz „Hard Rock Cafe”, kas nozīmē, ka es tiešām tur būšu BIEŽS viesis”” (portāls *Svaigs.lv*, bez datējuma; izdrukāts 11.09.2007).

4.5. Ņemot vērā „Hard Rock Cafe” tīkla restorānu lielo skaitu dažādās pasaules vietās un par tiem pieejamo informāciju, kā arī faktu, ka roka kafejnīcas veidotāji Liepājā jau 2001.gadā ir atsaukušies uz savas ieceres līdzību „populārajām „Hard Rock” kafejnīcām daudzviet pasaulē”, ApP pieņem, ka arī vairākums uzņēmēju Latvijā, kuri darbojas restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumu jomā, ir informēti par apzīmējuma ‘HARD ROCK CAFE’ plašo lietojumu pasaulē un respektē šo apzīmējumu kā konkrēta komersanta īpašumu.

5. No visa iepriekš minētā var secināt, ka pastāv iespēja, nekaitējot patērētāju un tirgus dalībnieku (citu komersantu) interesēm, pieteicēja apelāciju apmierināt un atzīt pieteikto preču zīmi **HARD ROCK CAFE** (pieteik. Nr. M-06-1045) par reģistrējamu visam pieteiktajam preču un pakalpojumu sarakstam, ieskaitot 43.klases pakalpojumus ‘restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi’.

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 6.panta trešo daļu, kā arī vadoties no minētā likuma 19.panta noteikumiem par apelāciju izskatīšanu, Apelācijas padome **nolemj**:

1. apmierināt uzņēmējsabiedrības HARD ROCK LIMITED (Lielbritānija) apelāciju par Patentu valdes 2007.gada 24.oktobra lēmumu par preču zīmes **HARD ROCK CAFE** (pieteik. Nr. M-06-1045) reģistrāciju ierobežotam preču sarakstam, grozīt minēto lēmumu un atzīt šo preču zīmi par reģistrējamu visam pieteiktajam preču un pakalpojumu sarakstam, ieskaitot 43.klases pakalpojumus ‘restorānu, bāru un kokteiļbāru pakalpojumi’;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam un Valsts reģistru un dokumentācijas nodaļai, 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 **HARD ROCK CAFE** (pieteik. Nr. M-06-1045) atzīšanu par reģistrējamu attiecībā uz pieteikto preču un pakalpojumu sarakstu.

Apelācijas padomes lēmumu var pārsūdzēt triju mēnešu laikā no lēmuma noraksta saņemšanas dienas; pārsūdzības pieteikums iesniedzams Administratīvajā rajona tiesā; 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, stājas spēkā pēc tam, kad notecējis termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes priekšsēdētājs

/paraksts/

J.Ancītis

ApP sēdes loceklis:

/paraksts/

D.Liberte

/paraksts/

A.Pāže