

# LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

## APELĀCIJAS PADOME

Citadeles ielā 7/70, Rīgā, LV-1010; tālruni: 67 099600, 67 099637, 67 099610  
fakss: 67 099650; e-pasts: valde@lrpv.gov.lv; http://www.lrpv.gov.lv

---

Apelācijas lietas šifrs:  
ApP/2009/WO 942 007

### LĒMUMS

Rīga

2013.gada 3.septembrī

Apelācijas padome (turpmāk - ApP):

ApP sēdes priekšsēdētāja - D.Liberte,  
ApP sēdes locekļi - J.Ancītis un A.Pāže,  
ApP sekretārs - K.Rubiķis

2009.gada 2.oktobrī izskatīja apelācijas iesniegumu, kuru, balstoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" (turpmāk - LPZ) 17.<sup>1</sup>panta pirmo daļu, 2009.gada 24.martā uzņēmuma ALCATEL LUCENT (Francija) vārdā patentpilnvarotais A.Pētersons iesniedzis par Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk - LPV) 2009.gada 17.februārī pieņemto lēmumu par preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION

(preču zīmes īpašnieks - uzņēmums ALCATEL LUCENT (Francija); reģ. Nr. WO 942 007; reģ. dat. - 10.10.2007; konvencijas prioritātes dati – FR, 10.04.2007, 07/3494100; starptautiskajā reģistrā izdarītā ieraksta datums (Starptautiskā biroja paziņojuma attiecinājuma valstu preču zīmju iestādēm datums) - 22.11.2007; 9.kl. – ar telekomunikācijām saistīta aparatūra, piederumi, iekārtas un programmatūra)

starptautiskās reģistrācijas teritoriālā attiecinājuma uz Latviju atteikumu.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV atteikuma lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi NEW BUSINESS GENERATION par reģistrējamu Latvijā attiecībā uz visām tās reģistrācijā ietvertajām precēm.

ApP sēdē piedalījās uzņēmuma ALCATEL LUCENT pārstāvis patentpilnvarotais preču zīmju lietās G.Meržvinskis (pēc patentpilnvarotā A.Pētersona pārpilnvarojuma) un LPV Preču zīmju un dizainparaugu departamenta direktora vietniece starptautisko zīmju jautājumos L.Rinka, kas veikusi minētās preču zīmes ekspertīzi.

I. Izskatot apelācijas lietas dokumentus un materiālus, kā arī noklausoties apelācijas iesniedzēja pārstāvja un LPV pārstāves paskaidrojumus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. Vārdiskā preču zīme NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) starptautiski, arī attiecībā uz Latviju, reģistrēta 10.10.2007 (ar konvencijas prioritāti no 10.04.2007).

2. Sākotnējais LPV lēmums atteikt preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) reģistrāciju Latvijā (*Refus provisoire*) pieņemts 31.10.2008. Uzņēmuma ALCATEL LUCENT pārstāvja motivēta atbilde uz šo atteikumu saņemta 20.01.2009.

LPV lēmums atteikt preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) reģistrāciju Latvijā pieņemts 17.02.2009. Apelācija par šo lēmumu LPV saņemta 24.03.2009.

3. LPV 17.02.2009 lēmums atteikt preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) reģistrāciju Latvijā balstīts uz slēdziena, ka apzīmējumam NEW BUSINESS GENERATION attiecībā uz zīmes reģistrācijā ietvertajām 9.klases precēm trūkst atšķirtspējas un šis apzīmējums sastāv

vienīgi no tādiem apzīmējumiem, kurus var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču veidu, lietojumu, funkcionālo uzdevumu (LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkts).

Savu lēmumu LPV pārstāve pamato ar šādiem argumentiem:

3.1. apzīmējumu „new generation” latviešu valodā var tulkot kā „jauna paaudze”. *Latviešu literārās valodas vārdnīca (6. sēj., Rīga, Zinātne, 1986., 83.lpp.)* vārdu „paaudze” cita starpā skaidro arī kā vienā un tai pašā tehnikas attīstības posmā izmantojamu viendabīgu (mašīnu, iekārtu u. tml.) kopumu. Gan apzīmējums „new generation”, gan tā latviskais analogs „jauna paaudze” plaši tiek lietots kā jēdziens tādos vārdu salikumos kā „new generation technique”, „new generation technology” vai - latviešu valodā – „jaunās paaudzes aparatūra”, „jaunās paaudzes tehnoloģijas”, lai raksturotu jauna tehnikas attīstības posma inovatīvas tehnoloģijas, ierīces un aparatūru, to skaitā telekomunikāciju un informācijas tehnoloģiju jomā (skat., piemēram, LETA/APP 06.08.2008 ziņu „Intel” prezentēs jaunās paaudzes vairākkodolu procesoru tehnoloģiju” Interneta vietnē <http://www.tvnet.lv/zinas/tehnologijas/popsci/article.php?id=555821> (aplūkots 02.02.2009) un norādi „...kad tiek runāts par jaunās paaudzes mobilo sakaru tehnoloģijām...” avīzes „Neatkarīgā” publikācijā „Mobilais telefons pārtop par datoru”, kas publicēta vietnē <http://apollo.lv/portal/news/85/articles/68965> (aplūkots 02.02.2009)). Tas nozīmē, ka vārdkopa „new generation” saistībā ar reģistrācijai pieteiktajām precēm ir vērtējama kā preču tehniskās īpašības un kvalitāti raksturojošs apzīmējums;

3.2. zīmē ietvertais vārds „business” (latviski – „nodarbošanās, profesija; lieta; bizness; komercija”; skat. Interneta vietnē <http://www.letonika.lv> pieejamo *Angļu-latviešu vārdnīcu*; aplūkots 02.02.2009) nespēj piešķirt zīmei atšķirtspēju, jo zīmi veidojošo vārdu salikums „new business generation” (latviski – „jauna biznesa paaudze”) pēc savas būtības sniedz konkrētu informāciju, liek domāt par preču funkcionālo uzdevumu, proti, par ierīcēm un aparatūru, kas nodrošina jauna veida vai jaunas paaudzes telekomunikācijas un biznesa vidi. Par to, ka šim vārdu salikumam ir noteikta nozīme un tas tiek lietots, runājot par jauna veida sakaru un biznesa nodrošināšanu, liecina Internetā atrodamā informācija (skat., piemēram, norādi „WHAT WE DO: NEW BUSINESS GENERATION – APPOINTMENT SETTING - TELEMARKETING” Interneta vietnē <http://www.absolutebusinessdevelopment.co.uk/new%20business%20generation.htm> (aplūkots 12.02.2009), norādi „New Business Generation for Startups!” Interneta vietnē <http://www.startups.co.uk> (aplūkots 17.02.2009) un norādi „What defines the new business generation? The new business generation is internet savvy. You need a web presence to compete...” Interneta vietnē [http://www.wsicorporate.com/article/new\\_business\\_generation](http://www.wsicorporate.com/article/new_business_generation) (aplūkots 22.10.2008), kā arī norādi „NEW BUSINESS GENERATION... This is the world of new business generation” Interneta vietnē <http://www.kennisportal.com/main.asp?ChapterID=4468> (aplūkots 29.09.2009));

3.3. līdz ar to ir pamats apzīmējumu „new business generation” vērtēt ne tikai kā bieži lietotu aprakstošu apzīmējumu konkrētu preču raksturošanai, bet tam vienlaicīgi piemīt arī nedaudz slavinošs informatīvs vēstījums par preču funkcionālo uzdevumu un kvalitāti, proti, tas norāda, ka preces paredzētas telesakaru un informācijas tehnoloģiju, kas strauji attīstās, nodrošināšanai, „jaunas paaudzes biznesa” attīstībai, „jauna veida biznesam, jauna veida paaudzei”, kas savu komercdarbību realizē ar Interneta starpniecību;

3.4. tādēļ zīme kopumā ir vērtējama kā apzīmējums, kam trūkst atšķirtspējas, un tā nespēj identificēt konkrētu ražotāju, jo var tikt lietota komercdarbībā kā aprakstošs apzīmējums;

3.5. lietā nav pierādījumu par uzņēmuma ALCATEL LUCENT apzīmējuma NEW BUSINESS GENERATION lietošanu Latvijā, līdz ar to nav pamata piemērot LPZ 6.panta trešās daļas noteikumus, saskaņā ar kuriem preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumu pamata, ja apzīmējuma lietošanas dēļ tas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvīs atšķirtspēju saistībā ar reģistrācijai pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem.

4. Apelācijas iesniedzēja - uzņēmuma ALCATEL LUCENT pārstāvji apelācijas iesniegumā un paskaidrojumos ApP sēdes gaitā LPV lēmuma pamatojumiem nepiekrīt, pretstatot tiem šādus argumentus:

4.1. Patentu valde apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION ir analizējusi tikai pa daļām, nevērtējot to kopumā. Katrs vārds atsevišķi Latvijas patērētājiem varētu būt saprotams - vārdi „new” un „business” pieder pie angļu valodas pamatleksikas, savukārt vārdam „generation” ir vairākas nozīmes – bez nozīmes „paaudze” (skat. *Dz.Kalniņa, Angļu-latviešu, latviešu-angļu vārdnīca. Rīga, Avots, 2003.,*

192.lpp.) tas var raisīt asociācijas arī ar angļu valodas darbības vārdu „generate” – latviski „radīt; izraisīt; ražot” (skat. *turpat*). Iepriekšminēto apstiprina arī latviešu valodā ar to pašu nozīmi lietotais svešvārds „ģenerēt” (skat. *Ilustrētā svešvārdu vārdnīca. Rīga, Izdevniecība Avots, 2005., 265.lpp.*). Līdz ar to arī vārdu salikuma NEW BUSINESS GENERATION tulkojums nav viennozīmīgs – to varētu tulkot gan kā „jaunā biznesa paaudze”, „jaunā biznesa laikposms”, gan arī kā „jauna biznesa ģenerēšana”. To apliecina, piemēram, medijos sastopamais teiciens „ģenerēt biznesa idejas” - skat., piemēram, rakstu „6 veidi kā ģenerēt biznesa idejas” blogā [webmarketing.lv](http://webmarketing.lv) (aplūkots 02.10.2009) un norādi „...sistematisēts jaunu biznesa ideju ģenerēšanas process...” Personības attīstības centra „Alter Ego” piedāvāto kursu aprakstā medicīnas vortālā [MEDICINE.lv](http://MEDICINE.lv) (aplūkots 02.10.2009)), kā arī norādi „Jauna biznesa ģenerēšanas dialogi” grāmatas „Pārdošana pa telefonu” aprakstā Lietišķās informācijas dienesta piedāvāto grāmatu katalogā Interneta vietnē <http://www.lid.lv> (aplūkots 02.10.2009);

4.2. nedz Patentu valdes ekspertīzes lēmumā, nedz tam pievienotajos materiālos nav pierādījumu apgalvojumam, ka patērētāji apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION tieši un nekavējoties uztvers kā aprakstošu attiecībā uz reģistrācijā ietvertajām 9.klases precēm. Ekspertīzes lēmumam nav pievienots neviens materiāls, kur apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION būtu lietots saistībā ar reģistrācijā ietvertajām 9.klases precēm. Bez tam lēmumam pievienotie materiāli neattiecas uz Latvijas tirgu. Nav saprotams, kā fakts, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION saistībā ar jaunām darījumu iespējām tiek lietots, piemēram, ASV pilsētā Albānijā vai Austrālijas salā Tasmānijā, ietekmē šī apzīmējuma atšķirtspēju 9.klases precēm Latvijā;

4.3. ekspertīzes lēmumam pievienotajos materiālos, kuri daļēji attiecas uz tām 9.klases precēm, kurām pieteikta preču zīme Nr. WO 942 007, parādās tikai daļa no apzīmējuma NEW BUSINESS GENERATION. Līdz ar to nevar piekrist ekspertīzes lēmumā paustajam, ka vārdi „new”, „business” un „generation” ir uztverami kā tieša norāde uz minēto preču funkcionālo uzdevumu, jo šis secinājums ir izdarīts, sadalot reģistrācijai pieteikto apzīmējumu sastāvdaļās un analizējot apzīmējumu pēc „salasītā prototipa” principa. Saskaņā ar Eiropas Kopienu tiesas (EKT; pašlaik – Eiropas Savienības tiesa, EST) judikatūru, no vairākiem vārdiem sastāvoša apzīmējuma atšķirtspējas kritērijam jābūt balstītam uz apzīmējuma kopējā, nevis atsevišķu elementu vērtējuma (skat., piemēram, Pirmās instances tiesas (PIT; pašlaik – Vispārējā tiesa, VT) sprieduma lietā T-260/03 (*Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) v Celltech R&D Ltd* [2005]) 43.punktu);

4.4. apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION semantiski analizēt nav adekvāti. Fakts, ka atsevišķi vārdi „new”, „business” un „generation” var tikt uztverti kā aprakstoši, nenozīmē, ka kā aprakstošs tiks uztverts arī viss vārdu salikums NEW BUSINESS GENERATION;

4.5. vērtējot apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION kopumā, ir skaidrs, ka tas nesniedz precīzu informāciju, neapraksta reģistrācijā ietvertās preces un neizraisa nekādas tiešas un tūlītējas asociācijas ar attiecīgo preču veidu, kvalitāti vai funkcionālo uzdevumu. Šāds vārdu salikums ir radīts mākslīgi, tāpēc tas nav uztverams kā norāde, kura izmantojama, lai apzīmētu preču funkcionālo uzdevumu, un tas nav vispārīgs, vispārpieņemts apzīmējums. Apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION spēj atšķirt viena uzņēmuma 9.klases preces no citu uzņēmumu 9.klases precēm, un zīme nav reģistrēta biznesa vides attīstības pakalpojumiem;

4.6. Patentu valde nav ņēmusi vērā, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION ir atzīts par reģistrējamu vairākās citās valstīs (Dānijā, Dienvidkorejā), ieskaitot tādas, kur oficiālā valoda ir angļu (Singapūra, Austrālija, Īrija, ASV);

4.7. preču zīme NEW BUSINESS GENERATION šim pašam īpašniekam ir reģistrēta izcelsmes valstī Francijā (reģ. Nr. 07 3 494 100). Tādēļ šajā lietā jāņem vērā Parīzes konvencijas par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību 6. *quinquis* panta A (1) punkta noteikumi par *telle quelle* principu zīmes reģistrācijā, kas nosaka, ka „katra preču zīme, kas pienācīgi reģistrēta [tās] izcelsmes valstī, var tikt pieteikta reģistrēšanai un aizsargāta citās [Parīzes] Savienības dalībvalstīs, kāda tā ir, ar šajā pantā norādītajiem ierobežojumiem”. Apelācijas iesniedzēja rīcībā nav pierādījumu tam, ka kāds no šiem ierobežojumiem uz preču zīmi NEW BUSINESS GENERATION Latvijā attiektos lielākā mērā nekā, piemēram, Francijā, Dānijā, Dienvidkorejā, Singapūrā, Austrālijā, Īrijā vai ASV;

4.8. Latvijā 9.klases precēm ir spēkā apzīmējumam NEW BUSINESS GENERATION līdzīgu preču zīmju reģistrācijas, piemēram, Kopienas preču zīmes THE NEW POWER GENERATION (CTM 3250735), GENERATION E-BUSINESS (CTM 2252070), THE NEW BUSINESS OF PRINTING (CTM 1571652), Business New Europe (CTM 4787628), starptautiski reģistrētā preču zīme BUSINESS MUSIC

SYSTEMS (reģ. Nr. WO 643 324), kā arī nacionālajā procedūrā reģistrētā preču zīme BUSINESS WIRE (reģ. Nr. M 52 351).

5. Atbildot uz uzņēmuma ALCATEL LUCENT pārstāvja apelācijā un ApP sēdē paustajiem argumentiem, Patentu valdes pārstāve ApP sēdē norāda, ka:

5.1. nevar piekrist apelācijas iesniedzēja apgalvojumam, ka Latvijas patērētājiem būs saprotami tikai zīmē ietvertie vārdi atsevišķi, bet zīme kopumā tiks uztverta kā neko neizsakošs, abstrakts vārdu salikums;

5.2. tāpat nevar piekrist, ka ekspertīzes gaitā zīme analizēta tikai pa sastāvdaļām, nevērtējot tās saprotamību un nozīmi kopumā. Lēmumam pievienotās izdrukas no Interneta ir pamatots apstiprinājums tam, ka vārdkopa NEW BUSINESS GENERATION ir apzīmējums ar noteiktu nozīmi, kas ietver sevi zināmu informāciju;

5.3. Internetā gan angļu, gan arī latviešu valodā ir atrodama informācija par jaunas paaudzes sakaru tehnikas straujo attīstību un tās ieviešanas nepieciešamību, ko prasa jauna veida (jaunas paaudzes) biznesa darījumu nodrošināšana ar augstu korporatīvo darījumu darbības efektivitāti un datu aizsardzību - skat., piemēram, informāciju par Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta projektu „Jaunas paaudzes sistēmu modelēšanas rīka izstrāde” vietnē <http://www.gradetools.com/new/> (aplūkots 30.09.2009), ziņu „Jaunā Interneta paaudze drīz būs klāt” vietnē <http://www.tribine.lv> (aplūkots 30.09.2009), informāciju par E.Doroško publikāciju „Ārpakalpojumu sniedzējiem bizness izvirza jaunas prasības” laikrakstā „Dienas Bizness” (27.05.2008) vietnē <http://www.exigenservices.lv> (aplūkots 30.09.2009) un norādi „Intel Corporation turpina uzlabot galddatoru drošību, pirmdien paziņojot par jauno Intel vPro procesoru tehnoloģiju paaudzi biznesam...” vietnē <http://zshops.lv> (aplūkots 30.09.2009). Tas ir pamats vērtējumam, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION ļoti tieši norāda uz reģistrācijai pieteikto preču kvalitāti un funkcionālo uzdevumu, proti, tā ir ar telekomunikācijām saistīta aparātūra, piederumi, iekārtas un programmatūra, kas nodrošina jaunas paaudzes biznesa vides prasības. Jaunās paaudzes sakaru tehnoloģijas un iekārtas mūsdienās paver jaunas uzņēmējdarbības iespējas, biznesa darījumi tiek veikti ātrgaitas Interneta tīklā, nojaucot robežas starp valstīm. Tādēļ nevar piekrist apelācijas iesniedzējam, ka Internetā atrodamā informācija par apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION nevar tikt attiecināta uz Latvijas patērētāju saistībā ar reģistrācijai pieteiktajām precēm;

5.4. lēmuma pieņemšanā par konkrētā apzīmējuma aizsargāšanu Latvijā nevar būt noteicoša loma citu valstu, kā arī Eiropas Kopienas preču zīmju reģistrācijām, uz kurām atsaucas apelācijas iesniedzējs. Kā tas jau daudzkārt atzīmēts LPV un Apelācijas padomes lēmumos, ir jāņem vērā, ka apzīmējuma aizsardzības izvērtējuma pamatā var būt attiecīgā apzīmējuma uztveres īpatnības konkrētajā valstī vai teritorijā, kas savukārt ir atkarīgas no šā apzīmējuma primārās nozīmes, tā izmantošanas veida, ilguma, apjoma utt. Tādējādi pat identiskas zīmes reģistrācijas fakts vienā valstī vai teritorijā pats par sevi nevar būt par pamatu apzīmējuma reģistrācijai citā valstī vai teritorijā. Bez tam katrā valstī vai teritorijā var pastāvēt atšķirīga pieeja preču zīmju reģistrācijas absolūto atteikuma pamatojumu piemērošanā;

5.5. vienlaicīgi var atzīmēt, ka apzīmējuma NEW BUSINESS GENERATION starptautiskās reģistrācijas gadījumā daudzām valstīm (Igaunijai, Zviedrijai, Vjetnamai, Kubai, Slovākijai, Ķīnai, Somijai, Austrijai, Japānai, Lielbritānijai un Norvēģijai) pieeja reģistrācijas absolūto atteikumu piemērošanā ir bijusi līdzīga kā Latvijai.

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka apelācija iesniegta saskaņā ar LPZ un starptautiskās reģistrācijas noteikumos paredzēto kārtību, tādējādi ir pamats to izskatīt pēc būtības.

2. LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem.

LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkts nosaka, ka kā preču zīmes 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. LPZ ir iekļautas tiesību normas, kas izriet no 2008.gada 22.oktobra Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificēta versija) (agrāk - Padomes 1988.gada 21.decembra Pirmā direktīva 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai) (skat. likumā ietvertu informatīvo atsauci uz Eiropas Savienības direktīvu). LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts tieši atspoguļo direktīvas 2008/95/EK 3.(1)(b) panta noteikumus, bet LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkts - direktīvas 2008/95/EK 3.(1)(c) panta noteikumus, līdz ar to šo LPZ noteikumu piemērošanas sakarā ievērojama Eiropas Savienības Tiesas dotā attiecīgās direktīvas normas interpretācija.

3.1. Lai būtu atzīstams, ka preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tai ir jāidentificē pieteikto preču izcelsme no viena noteikta uzņēmuma un tādējādi jādod iespēja atšķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm (skat. EKT prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01 (*Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003]) 40.punktu un EKT prejudiciālā nolēmuma lietā C-299/99 (*Koninklijke Philips Electronics NV v Remington Consumer Products Ltd* [2002]) 35.punktu). Bez tam preču zīmes atšķirtspēja ir jāvērtē, pirmkārt, attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem un, otrkārt, no attiecīgo preču vai pakalpojumu patērētāju uztveres pozīcijas (skat. EKT prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01 (*Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003]) 41.punktu).

3.2. Direktīvas 2008/95/EK 3.(1)(c) panta mērķis ir saistīts ar sabiedrības interesēm, proti, ka katrai personai ir jābūt brīvai iespējai lietot attiecīgās preces vai pakalpojumus raksturojošus apzīmējumus, tādēļ minētā norma ir vērstā uz to, lai izslēgtu iespēju, ka kāda atsevišķa persona iegūst tiesības uz šāda rakstura apzīmējumiem preču zīmes reģistrācijas ceļā (skat. EKT prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 (*Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) v Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger* [1999]) 25.punktu). Pie tam šīs normas piemērošanai nav nepieciešams, ka attiecīgais apzīmējums tā pieteikuma brīdī tiek lietots konkrēto preču vai pakalpojumu raksturošanai. Ir pietiekami, kā tas izriet no šīs normas teksta, ka attiecīgo apzīmējumu var lietot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašības (skat. EKT sprieduma lietā C-191/01 P (*Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) v Wm. Wrigley Jr. Company* [2003]) 32.punktu).

3.3. Ir jāatsaka apzīmējuma [kā preču zīmes] reģistrācija, ja vismaz viena no tā iespējamām nozīmēm norāda uz attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašībām (skat. EKT sprieduma lietā C-191/01 P (*Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) v Wm. Wrigley Jr. Company* [2003]) 32.punktu).

4. Vārdiskā preču zīme NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) starptautiski reģistrēta 9.klases precēm „ar telekomunikācijām saistīta aparatūra, piederumi, iekārtas un programmatūra”. Visas minētās ir preces, ar kurām saskarē kā pircējs vai lietotājs faktiski var nonākt jebkurš patērētājs, ne tikai attiecīgās jomas speciālists.

5. Apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION veidots no trīs angļu valodas vārdiem – „new”, „business” un „generation”:

- ApP uzskata, ka attiecīgie Latvijas patērētāji noteikti sapratīs angļu valodas vārda „new” nozīmi (jauns; moderns; mūsdienīgs; skat. *Tildes datorvārdnīcu*), jo tas pieder angļu valodas pamatleksikai, kuru apgūst pamatskolas angļu valodas kursā, un tas ir ietverts tādās nelielās vārdnīcās kā, piemēram, izdevumā *V.Kuzina, 3000 latviešu sarunvalodas biežāk lietotie vārdi ar tulkojumu krievu, vācu un angļu valodā* (R., Valsts valodas centrs, 1998., 91.lpp.) un *Dz.Kalniņas sastādītajā Vārdnīcā 7 valodās* (R., Avots, 2003., 62.lpp.), kurā ietverti tikai apmēram 1000 vārdi;

- tas pats attiecas arī uz vārdu „business” – arī tā nozīmi (business; uzņēmējdarbība; nodarbošanās; skat. *Tildes datorvārdnīcu*) sapratīs attiecīgie Latvijas patērētāji, jo šis vārds ir ļoti tuvs attiecīgajam latviešu valodas vārdam „bizness” un arī krievu valodas vārdam ar to pašu nozīmi - „бизнес”;

- ApP uzskata, ka Latvijas patērētājiem būs zināma arī apzīmējumā ietvertā vārda „generation” nozīme „paudze” (skat. *Dz.Kalniņa, Angļu-latviešu, latviešu-angļu vārdnīca. Rīga, Avots, 2003., 192.lpp.*), jo šis vārds ir ietverts ne tikai šajā, bet arī jau iepriekš minētajā nelielajā vārdnīcā *V.Kuzina,*

3000 latviešu sarunvalodas biežāk lietotie vārdi ar tulkojumu krievu, vācu un angļu valodā (R., Valsts valodas centrs, 1998., 155.lpp.). Vārdu „paaudze” Latviešu literārās valodas vārdnīca (6.1 sēj. Rīga, Zinātne, 1986., 83.lpp.) cita starpā skaidro kā pēc vecuma samērā tuvu vienā un tai pašā laikposmā dzīvojošu cilvēku kopumu un arī kā vienā un tai pašā tehnikas attīstības posmā izmantojamu viendabīgu (mašīnu, iekārtu u. tml.) kopumu;

- no otras puses, jāpiekrīt apelācijas iesniedzēja viedoklim, ka bez nozīmes „paaudze” vārds „generation” var raisīt asociācijas arī ar angļu valodas darbības vārdu „generate” – latviski „radīt; izraisīt; ražot” (skat Dz.Kalniņa, Angļu-latviešu, latviešu-angļu vārdnīca. Rīga, Avots, 2003., 192.lpp.). Šo viedokli apstiprina, piemēram, tas, ka latviešu valodā ar to pašu nozīmi tiek lietots svešvārds „ģenerēt” (skat. *Ilustrētā svešvārdu vārdnīca. Rīga, Izdevniecība Avots, 2005., 265.lpp.*).

6. Ņemot vērā iepriekšminēto, ApP uzskata, ka Latvijas patērētāji apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION uztvers vai nu ar nozīmi „jauna (jaunā) biznesa paaudze”, vai arī ar nozīmi „jauna biznesa radīšana”.

7. Ja apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION uztver ar nozīmi „jaunā biznesa paaudze”, tad kontekstā ar reģistrācijā iekļautajām precēm - telekomunikāciju aparatūru, piederumiem, iekārtām un datorprogrammām - tas faktiski uzskatāms par reklāmas ieteikumu vai signālu, ka šo preču mērķauditorija ir jaunā, modernā, mūsdienu biznesa paaudze, kuras vajadzības attiecībā uz informācijas iegūšanas un komunikācijas ātrumu un veidiem (tātad zināmā mērā arī biznesa vidi) atšķiras no iepriekšējo paaudžu vajadzībām. Šāda norāde iedrošina moderno pircēju, ka piedāvātas tiek tieši viņam vispiemērotākās preces, kas orientētas uz viņa vajadzībām. Iepriekšminēto viedokli apstiprina, piemēram, Interneta vietnē [http://www.wsicorporate.com/article/new\\_business\\_generation](http://www.wsicorporate.com/article/new_business_generation) (aplūkots 22.10.2008) atrodama norāde „What defines the new business generation? The new business generation is internet savvy. You need a web presence to compete...” (latviski – „Kas raksturo jauno biznesa paaudzi? Jaunā biznesa paaudze apjēdz Interneta nozīmi. Lai konkurētu, ir jābūt tīmeklī...”), kā arī Interneta vietnē <http://www.kennisportal.com/main.asp?ChapterID=4468> (aplūkots 29.09.2009) atrodama norāde „This is the world of new business generation. It combines the expectations of the new generation of technology-savvy, hyper-connected employees, customers and partners with the enterprise need to operate and compete globally to generate new business.” (latviski – „Šī ir jaunās biznesa paaudzes pasaule. Tā sevī apvieno tehnoloģijas saprotošu, ar sakariem nodrošinātu jaunās paaudzes darbinieku, klientu un partneru cerības ar uzņēmuma nepieciešamību darboties un konkurēt globāli ar mērķi radīt jaunu biznesu.”). Ar apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION faktiski pircējam tiek vēstīts, ka, lietojot šo produktu, tiks radīts iespaids par modernu, uz inovācijām orientētu biznesa organizāciju.

8. Ņemot vērā iepriekšminēto, ApP uzskata, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION nenodrošina patērētājam iespēju saistīt attiecīgās preces ar vienu konkrētu preču ražotāju, un līdz ar to šim apzīmējumam trūkst atšķirtspējas. Tātad pamatota ir Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem, jo apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION nespēj individualizēt pieteicēja preces salīdzinājumā ar viņa konkurentu piedāvātajām precēm.

9. Kā jau minēts iepriekš, apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION var uztvert arī ar nozīmi „jauna biznesa radīšana” („jauna biznesa ģenerēšana”, „jaunas uzņēmējdarbības radīšana”), par ko liecina šī vārdu salikuma lietošana attiecīgajā nozīmē, piemēram, Internetā (vietnē [http://www.infoservemedia.com/support/articles/generating\\_new\\_business.html](http://www.infoservemedia.com/support/articles/generating_new_business.html) (aplūkots 20.08.2013) atrodama norāde „Ideas for Generating New Business. Three ways to generate new business” (latviski – „Idejas jauna biznesa radīšanai. Trīs veidi, kā radīt jaunu biznesu”), bet vietnē <http://rescue.ceoblognation.com/2013/01/29/four-free-ways-to-generate-new-business/> (aplūkots 20.08.2013) atrodama norāde „Four Free Ways to Generate New Business” (latviski – „Četri bezmaksas ceļi jauna biznesa radīšanai”).

10. Šai gadījumā ApP uzskata, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION ir aprakstošs vizmaz attiecībā uz preču sarakstā ietverto ar telekomunikācijām saistīto programmatūru. Šis apzīmējums var tikt izmantots, lai norādītu, ka attiecīgā programmatūra ir īpaši piemērota, piemēram, elektroniskai jauna uzņēmuma izveidošanai, reģistrēšanai un citu biznesa uzsākšanai nepieciešamo darbību veikšanai. Tāpat nav noslēpums, ka ir biznesa veidi, kur liela daļa aktivitāšu šodien notiek tikai elektroniskā formā un Internetā (skat., piemēram, rakstu „Internets – prasīga un mainīga vide biznesa izveidei” portālā [nekrize.lv](http://nekrize.lv); aplūkots 22.08.2013). Saistībā ar šādu uzņēmējdarbību apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION var tikt uztverts kā norāde, ka ar attiecīgās programmatūras palīdzību iespējams, piemēram, izveidot vai atrast jaunus sakaru kanālus esošās biznesa klientūras

paplašināšanai. Līdz ar to par pamatotu, vismaz šajā apjomā, uzskatāma arī Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem, proti, apzīmējumu NEW BUSINESS GENERATION var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču veidu vai nolūku (lietojumu, funkcionālo uzdevumu).

11. Kā to ApP sēdē norādīja arī Patentu valdes pārstāve, jaunās paaudzes sakaru tehnoloģijas un iekārtas mūsdienās paver jaunas uzņēmējdarbības iespējas, biznesa darījumi tiek veikti ātrgaitas Interneta tīklā, nojaucot robežas starp valstīm. Līdz ar to šajā lietā nav nozīmes apelācijas iesniedzēja apgalvojumam, ka Patentu valdes lēmumam pievienotie materiāli tieši neattiecas uz Latvijas tirgu. Fakts, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION saistībā ar jaunām darījumu iespējām tiek lietots, piemēram, ASV pilsētā Albānijā vai Austrālijas salā Tasmānijā, ietekmē šī apzīmējuma atšķirtspēju 9.klases precēm Latvijā tādējādi, ka informācija par šo lietošanu ir pieejama Internetā, kur to var aplūkot jebkurš Latvijas iedzīvotājs, kam ir pieejams Internets.

12. Attiecībā uz apelācijas iesniedzēja argumentu, ka preču zīme NEW BUSINESS GENERATION identiskām 9.klases precēm šim pašam īpašniekam ir reģistrēta citās valstīs, ApP uzskata par nepieciešamu norādīt, ka katrā valstī var pastāvēt savi iemesli, kādēļ attiecīgais apzīmējums ir vai nav reģistrējams kā preču zīme. To apliecina kaut vai tas apstāklis, ka ir valstis, kur preču zīme NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) ir reģistrēta (piemēram, Dānija, Singapūra, Austrālija, Īrija), bet tāpat ir arī valstis, kur šīs preču zīmes reģistrācija ir atteikta (Lielbritānija, Igaunija, Norvēģija, Austrija).

13. ApP arī atzīmē, ka apelācijas iesniedzējs nepamatoti atsauca uz Parīzes konvencijas par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību 6. *quinquies* panta noteikumu par tādas preču zīmes, kas pienācīgi reģistrēta tās izcelsmes valstī, pieteikšanu un aizsardzību citās Parīzes Savienības valstīs (Parīzes konvencijas dalībvalstīs) "kāda tā ir". ApP savos lēmumos ir daudzkārt norādījusi, ka šim noteikumam ir galvenokārt formālu ierobežojumu novēršanas, kā arī reģistrācijas atteikuma principiālo pamatojumu starptautiskas harmonizācijas uzdevums. Jāņem vērā, ka, ja citā Parīzes Savienības valstī konstatē kādus no minētā panta B daļā paredzētajiem apstākļiem (konfliktējošu agrāku tiesību pastāvēšana; zīmes atšķirtspējas trūkums; aprakstošs raksturs; vispārpieņemta apzīmējuma raksturs; amorāls vai maldinošs raksturs), reģistrācija (zīmes aizsardzība) tomēr var tikt atteikta.

14. Lietā nav pierādījumu par tādu uzņēmuma ALCATEL LUCENT preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) lietojumu Latvijā, kas ļautu secināt, ka apzīmējums NEW BUSINESS GENERATION tā izmantošanas rezultātā kļuvis pazīstams kā konkrētā īpašnieka preču zīme un ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

15. Tādējādi, novērtējot apelācijas lietas apstākļus kopumā, ApP secina, ka Patentu valdes atteikuma lēmums ir pamatots un atstājams spēkā.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 17.<sup>1</sup> un 19.panta noteikumiem par apelācijām un to izskatīšanu un pamatojoties uz 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt uzņēmuma ALCATEL LUCENT apelāciju par Patentu valdes lēmumu par starptautiski reģistrētās preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) teritoriālā attiecinājuma uz Latviju atteikumu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar starptautiski reģistrētās preču zīmes NEW BUSINESS GENERATION (reģ. Nr. WO 942 007) teritoriālā attiecinājuma uz Latviju aizsardzības atteikumu.

Saskaņā ar likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 19.panta astotās daļas noteikumiem apelācijas iesniedzējs (preču zīmes pieteicējs) ApP lēmumu var pārsūdzēt tiesā triju mēnešu laikā no šī lēmuma noraksta saņemšanas dienas. Pieteikums iesniedzams Administratīvajā rajona tiesā. Pieteikuma iesniegšana tiesā aptur Apelācijas padomes lēmuma izpildi.

Šis lēmums, ja tas nav pārsūdzēts likumā "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" noteiktajā laikā, stājas spēkā pēc tam, kad izbeidzies termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes priekšsēdētāja

/paraksts/

D.Liberte

ApP sēdes loceklis:

/paraksts/

J.Ancītis

/paraksts/

A.Pāže