

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/2011/M-06-696

LĒMUMS

Rīga

2011.gada 3.jūnijā

Apelācijas padome (turpmāk - ApP):

ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi - K.Kropa un K.Krūmiņš,
ApP sekretāre - A.Nagle

2010.gada 26.februārī izskatīja apelāciju, kuru, balstoties uz likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk - LPZ) 17.¹panta pirmo daļu, 2009.gada 15.decembrī uzņēmuma KNAUF GIPS KG (Vācija) vārdā iesniegusi patentpilnvarotā Ņ.Dolgicere par Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk - LPV) 2009.gada 17.septembrī pieņemto lēmumu par preču zīmes

EUROGIPS

(preču zīmes īpašnieks - uzņēmums KNAUF GIPS KG (Vācija); pieteik. Nr. M-06-696; pieteik. dat. - 08.05.2006; 1., 6., 7., 8., 9., 17., 19., 20.kl. preces)

reģistrācijas atteikumu Latvijā.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt Patentu valdes atteikuma lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi **EUROGIPS** par reģistrējamu Latvijā visām tās reģistrācijā ietvertajām precēm.

ApP sēdē piedalījās: uzņēmuma KNAUF GIPS KG pārstāve patentpilnvarotā Ņ.Dolgicere un LPV pārstāve - Preču zīmju un dizainparaugu departamenta direktora vietiece nacionālo zīmju jautājumos K.Ostrovskā, kas veikusi minētās preču zīmes ekspertīzi.

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

1. Vārdiskā preču zīme **EUROGIPS** (ieteik. Nr. M-06-696) reģistrācijai Latvijā pieteikta 08.05.2006 un attiecas uz plašu preču sarakstu 1., 6., 7., 8., 9., 17., 19. un 20. klasē, galvenokārt uz dažādu veidu būvmateriāliem un izstrādājumiem, kas paredzēti būvniecības nolūkiem:

- 1.kl.: 'līmvielas, proti, līmvielas celtniecībai un flīzēšanai; līmvielas izolējošu celtniecības materiālu piestiprināšanai un divkomponentu līmvielas, tapešu līme un korķa virsmu līme';
6.kl.: 'stieģrojuma materiāli no metāla celtniecības vajadzībām, it īpaši metāla apdares izstrādājumi un stūru elementi, profili šuvju savienošanai un pārklāšanai, pīts metāla stieģrojums un ribots siets apmetuma nostiprināšanai; metāla spraišļi un T-veida profili celtniecībai; metāla izstrādājumi celtniecībai grīdu, paneļu un griestu apsildīšanas sistēmu konstruēšanai; šajā klasē ietvertie sienu un griestu konstrukciju materiāli, it īpaši metāla paneļi, kompozītpaneļi, celtniecības plātnes ar svina plāksņu pārklājumu (rentgenstaru aizturēšanai) un starpsienu bloki, kas pamatā sastāv no metāla; dekoratīvas un skaņu absorbējošas plātnes no metāla; metāla sienu apšuvumi; iepriekš samontēti celtniecības materiāli sanitārtehniskām vajadzībām, kas pamatā sastāv no statņiem, teknēm, caurulēm un tvertnēm (ciktāl tas attiecas uz šo klasi); metāla durvis, durvju aplodas un durvju paneļi; metāla logu rāmji un logu aplodas, durvju un logu būvapakalumi; fiksējošas detaļas no metāla, proti, skrūves, naglas, tapas, kniedes, āķi un cilpas, enkuri, puļķi, spaiļes un stieples ar cilpiņu galā; metāla celtniecības materiāli ēku stāvu konstrukcijām';
7.kl.: 'mehāniski darbaldi un ierīces celtniecības vajadzībām';

- 8.kl.: 'ar roku darbināmi rīki un ierīces celtniecības vajadzībām, arī rokas palīgierīces celtniecības vajadzībām';
- 9.kl.: 'elektroniskas ierīces celtniecības vajadzībām (ciktāl tas attiecas uz šo klasi)';
- 17.kl.: 'blīvēšanas un izolācijas materiāli būvniecības vajadzībām, it īpaši blīvējoši maisījumi, silikona materiāli, aptinama blīvvlente, blīvēšanas sloksnes un folija, kā arī izolācijas putas; logu ārmalu un palodžu izolācijas materiāli';
- 19.kl.: 'celtniecības oļi; apmetums būvniecības vajadzībām, it īpaši apdares apmetums, saistjava, maisījumi salaidumu savienošanai un pildvielas; kaļķu java un javas sausais maisījums, it īpaši apmetums salaidumu vietām, strukturētais apmetums, apmetums ar izolējošām īpašībām, apmetums ar švīkotu apdari un mehāniski uznesams apmetums, kā arī java mūrēšanai; savienojošo vielu un pildvielu maisījumi ar vai bez stieģrojuma šķiedrām; maisījumi salaidumu vietu savienošanai, arī pašizlīdzinoši maisījumi un pildvielas; saistvielas un gruntējums celtniecībai (izņemot krāsas); materiāli karkasa nostiprināšanai būvniecības vajadzībām, it īpaši savienojumu elementi un leņķveida izstrādājumi, sloksnes savienošanai un pārklāšanai, papīra lente šuvju salaiduma vietām, nemetālisks pīts stieģrojums un ribotas lātas apmetuma nostiprināšanai; koka un plastmasas spraišļi un T-veida profili celtniecībai; šajā klasē ietvertie celtniecības materiāli grīdu, paneļu un griestu sildīšanas sistēmu iebūvēšanai; šajā klasē ietvertie sienu un griestu konstrukciju elementi, it īpaši paneļi ar stieģrojuma šķiedrām, minerālšķiedru paneļi, kompozītpaneļi, ugunsizturīgi paneļi, sienu paneļi ar svina plātņu pārklājumu (rentgenstaru aizturēšanai) un starpsienu bloki; dekoratīvas un skaņu absorbējošas plāksnes un elementi, sienu apšuvums, palodžu koka elementi; celtniecības materiāli grīdām, it īpaši sausie maisījumi monolītās grīdas liešanai, sausie maisījumi, to skaitā granulētie, ar sietu stieģrotas grīdas liešanai; iepriekš samontēti celtniecības materiāli no koka un plastmasas, kas galvenokārt sastāv no statņiem, teknēm, caurulēm un tvertnēm sanitārtehniskām vajadzībām (ciktāl tas attiecas uz šo klasi); koka un plastmasas durvis, koka un plastmasas durvju aplodas, koka un plastmasas durvju paneļi un logu rāmji; logu stikli; putuplasts';
- 20.kl.: 'durvju un logu furnitūra no koka un plastmasas (ciktāl tas attiecas uz šo klasi); durvju un logu nostiprināšanas līdzekļi (fiksatori) no plastmasas (ciktāl tas attiecas uz šo klasi)'.

2. Patentu valdes lēmums atteikt preču zīmes **EUROGIPS** (pieteik. Nr. M-06-696) reģistrāciju Latvijā balstīts uz slēdzienu, ka apzīmējumam 'EUROGIPS' attiecībā uz zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm trūkst atšķirtspējas, jo šis apzīmējums norāda uz attiecīgo preču veidu, ģeogrāfisko izcelsmi un citām īpašībām (LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkts).

Savu lēmumu LPV pārstāve pamato šādi:

2.1. reģistrācijai pieteiktais apzīmējums 'EUROGIPS' ir veidots no diviem vārdiem 'EURO' un 'GIPS', no kuriem pirmais ir saīsinājums no angļu valodas vārda '*European*', kas tulkojumā nozīmē '*Eiropas-*', '*eiropisks*', bet otrais – tulkojumā no vācu valodas nozīmē – '*ģipsis*' (skat. *Angļu-latviešu vārdnīca, izd. "Avots", 2007, 365.lpp.*; *Vācu-latviešu vārdnīca, izd. "Avots", 1996, 287.lpp.*). Var noteikti apgalvot, ka vārdu 'EURO' un 'GIPS' nozīme būs labi saprotama relevantajiem Latvijas patērētājiem, jo tie ir fonētiski tuvi latviešu valodas ekvivalentiem '*eiro*' un '*ģipsis*';

2.2. 'EURO' kā ģeogrāfiska rakstura norāde LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta izpratnē var tikt uzskatīts par aprakstoša rakstura apzīmējumu, kuram trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, jo tas tikai norāda patērētājiem, ka attiecīgais uzņēmums veic darbību Eiropas mērogā, attiecīgās preces tiek ražotas vai tirgotas Eiropas teritorijā un atbilst Eiropas normām un standartiem;

2.3. pieteiktā apzīmējuma 'EUROGIPS' otrais vārds 'GIPS' vārdnīcās tiek skaidrots kā *sulfātu klases minerāls, ko izmanto būvmateriālu rūpniecībā*. Šī minerāla daļēji caurspīdīgo blīvo paveidu – *alabastru* izmanto kā rotakmeni vai apdares materiālu (skat. Interneta vietnē: <http://www.letonika.lv>);

2.4. Eiropas Kopienu tiesas (turpmāk – EKT) (*ApP piezīme* – EKT pašreizējais nosaukums – Eiropas Savienības tiesa), kā arī LPV Apelācijas padomes lēmumos vairākkārt atzīmēts, ka apzīmējuma aprakstošo raksturu izvērtē, pirmkārt, saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem un, otrkārt, izvērtē, kā šo apzīmējumu uztver relevantais patērētājs. Apzīmējums 'EUROGIPS' ir pieteikts reģistrācijai būvniecības materiāliem 1., 6., 7., 8., 9., 17., 19. un 20.klasē. Šo preču patērētāju loks ir plašs, - tie ir gan būvniecības speciālisti, gan arī jebkura persona, kas iegādājas būvmateriālus, piemēram, sava dzīvokļa remontam;

2.5. zīmes 'EUROGIPS' īpašnieka pārstāve 16.06.2009 atbildē uz LPV pieprasījumu izteikusi viedokli, ka apzīmējuma sākumdaļu 'EURO' nevar uzskatīt par aprakstošu, jo tā tikai norāda, ka preces ir ražotas Eiropā, kā arī oponente, ka Eiropā attiecībā uz ģipša izstrādājumiem nav ne speciāla tiesiska regulējuma, ne vienota ģipša izstrādājumu ražošanas standarta, no kā izriet, ka šīs preces nevar tikt ražotas pēc kādiem Eiropas standartiem;

2.6. Interneta materiāli liecina pretējo, proti, ka 1961.gadā ir izveidota Eiropas organizācija ar nosaukumu EUROGYPSUM, kas apvieno nacionālās ģipša ražotāju asociācijas. Minētās organizācijas uzdevums ir veicināt interesi par Eiropas ģipša industriju un tās mājas lapā Internetā var atrast informāciju par to, ka pastāv Eiropas standarti attiecībā uz celtniecības materiāliem, to skaitā arī attiecībā uz ģipsi un ģipša izstrādājumiem (*pievienotas izdrukas no organizācijas EUROGYPSUM mājas lapas Internetā: http://www.euroypsum.org/development_02.html, uz 3 lp.*). Tātad eksistē gan Eiropas ģipša industrija, gan pastāv Eiropas standarti ģipša izstrādājumu ražošanā. Tas apliecina ģeogrāfiskā aspekta nozīmīgumu saistībā ar ģipša ražošanu. Par vārda 'EURO' aprakstošo raksturu liecina arī, piemēram, Krievijas uzņēmuma EUROCEMENT mājas lapā ietvertā informācija par to, ka uzņēmums ir pievērsies Eiropas standartiem (*pievienota izdrukā no uzņēmuma EUROCEMENT GROUP mājas lapas Internetā: http://eurocement.ru/cntnt/eng/production/quality_st.html*);

2.7. ņemot vērā minēto, var apgalvot, ka pietiekami zinošs patērētājs, it īpaši speciālists būvniecības jomā, var zināt par minētās Eiropas ģipša ražotāju organizācijas pastāvēšanu un tās darbību. Līdz ar to speciālistiem reģistrācijai pieteiktais apzīmējums 'EUROGIPS' var izsaukt asociācijas ar apzīmējumu EUROGYPSUM un likt domāt, ka attiecīgajam uzņēmumam ir kāda saistība ar šo organizāciju vai ka uzņēmums ir šīs organizācijas biedrs. Tāpat pietiekami zinošais un vērtīgais patērētājs noteikti ir informēts par to, ka pastāv Eiropas standarti, arī attiecībā uz ģipša iegūšanu, apstrādi un ražošanu;

2.8. zīmes pieteicēja pārstāve PV sniegtajā atbildē izsaka viedokli, ka „*preču zīme ir pieteikta kā viens vārdisks apzīmējums 'EUROGIPS', nevis no divām daļām sastāvošs apzīmējums, un kā tādu to vērtēs arī patērētāji*”. Tomēr ir skaidrs, ka pieteikto apzīmējumu kopumā var novērtēt tikai pēc tam, kad veikta tā veidojošo daļu analīze. LPV Apelācijas padomes lēmumā Nr. ApP/2005/WO739649, kas pieņemts par preču zīmes 'CHROMDIET' aizsardzības atteikumu, norādīts, ka „*divu semantiski (jēdzieniski) nepārprotamu vārdu formu tiešs, negrozīts un ne ar ko nepapildināts apvienojums vienā vārdā neiegūst nekādu jaunu, atšķirīgu semantiku*”. Apzīmējums 'EUROGIPS' veidots, tiešā veidā savienojot vārdu 'EURO' un vācu valodas vārdu 'GIPS', un tā kā šie vārdi gan fonētiski, gan semantiski ir tuvi latviešu valodas vārdu ekvivalentiem, tad, neatkarīgi no tā, kādu valodu pārvaldīs attiecīgais patērētājs, apzīmējumu 'EUROGIPS' veidojošie vārdi tam būs ļoti saprotami. Tādēļ nevar piekrist zīmes pieteicēja pārstāves secinājumam, ka „*pieteiktais apzīmējums ir uzskatāms par ar fantāzijas palīdzību radītu īpašvārdu, kura aprakstošā daba atklājas tikai tajā gadījumā, ja attiecīgais patērētājs pārzina vismaz angļu un vācu valodas*”;

2.9. zīmes pieteicēja pārstāve vēl norāda, ka „*apzīmējums 'EUROGIPS' ir pieteikts reģistrācijai ne tikai uz ģipša izstrādājumiem 19.klasē, bet arī uz citām precēm 1., 6., 7., 8., 9., 17. un 20.klasē, attiecībā uz kurām šis apzīmējums nekādā ziņā nevar tikt uzskatīts par aprakstošu apzīmējumu*”. Šai sakarā ir ņemams vērā LPV Apelācijas padomes lēmums lietā Nr. ApP/2005/M53413-le par zīmes 'GATEWAY' atzīšanu par spēkā neesošu. Lēmuma 5.1.punktā atzīts, „*ka apzīmējums, kas ir noteiktas nozares termins, nav spējīgs identificēt, individualizēt ar to marķētās preces un pakalpojumus attiecīgajā nozarē; tas nevar nodrošināt iespēju atšķirt viena uzņēmuma preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Redzot vai dzirdot izrunājam vārdu, kas ir termins, persona, kas zina termina nozīmi, domā par apzīmēto izstrādājumu vai parādību, nevis par nozares preču vai pakalpojumu izcelsmi; lai to uztvertu citādi, apzīmējums tekstā īpaši jāizceļ un jāpievērš uzmanība, ka tas lietots kā īpašuma objekts*”. Vadoties no minētā ApP lēmuma, var uzskatīt, ka apzīmējumu 'EUROGIPS' saistībā ar visām pieteikumā aptvertajām precēm (visas pieteikumā aptvertās preces ir paredzētas celtniecībai) attiecīgie patērētāji uztvers vienīgi kā informatīvu norādi par uzņēmumu, kas darbojas Eiropas mērogā, ražo preces atbilstoši Eiropas standartiem, ir kādas Eiropas mēroga organizācijas biedrs, tā darbība ir saistīta ar ģipša iegūšanu, apstrādi un/vai ražošanu un/vai tirdzniecību;

2.10. zīmes pieteicēja pārstāve norāda, ka LPV reģistrējusi lielu skaitu zīmju, kas satur apzīmējumu 'EURO', kuram līdzās novietots produktu raksturojošs apzīmējums. Tiek minēti konkrēti piemēri, tos nekādi neraksturojot. Analizējot minētos piemērus, jāsaprot, ka apzīmējums

'EUROTRANSIT' (reģ. Nr. M 51 381) ir figurāla zīme, savukārt apzīmējums 'EUROTICKET' nacionālajā preču zīmju datu bāzē nav atrodams, toties pastāv reģistrēta preču zīme 'SAS EUROTICKET' (reģ. Nr. M 31 409), kura ietver distinktīvu elementu 'SAS'. Vairākas zīmes, kas ietver apzīmējumu 'EUROLINES', ir reģistrētas ar pietiekami izteiktiem grafiskiem elementiem, tāpat kā apzīmējumi 'EUROTAX' (reģ. Nr. M 37 624) un 'EURO CAR PARTS' (reģ. Nr. M 42 873). Tāpat aprakstošs vārdiskais elements var tikt reģistrēts, ja tam ir pievienoti pietiekami izteikti grafiski elementi, proti, ja zīmi veido grafisku un vārdisku elementu kopums. Tai pat laikā ir svarīgi, kādām precēm attiecīgais apzīmējums ir pieteikts reģistrācijai. Uzskatām, ka apzīmējums 'EUROGIPS' varētu tikt reģistrēts, piemēram, uz 33.klases precēm (*ApP piezīme – domāti alkoholiskie dzērieni*);

2.11. LPV katra pieteiktā apzīmējuma reģistrējamību vērtē individuāli, vadoties no konkrētā apzīmējuma rakstura un lietas apstākļiem, tomēr lietderīgi atzīmēt, ka LPV ir atteikusi reģistrāciju, piemēram, figurālam apzīmējumam 'EURO KRAVA' - 42.klases pakalpojumiem, figurālam apzīmējumam 'EURO SANTEHNKA' - 35.klases pakalpojumiem, figurālam apzīmējumam 'EURO VĪNS' - 33.klases precēm, figurālam apzīmējumam 'EURO APTIEKA' - 3. un 5.klases precēm un vārdiskam apzīmējumam 'INTER-EURO SERVICE' - 37.klases pakalpojumiem (skat. LPV mājas lapā Internetā: <http://www.lrpv.gov.lv> sadaļas Preču zīmes; Atteikto zīmju saraksts). Nav šaubu, ka reģistrācijai pieteiktais apzīmējums 'EUROGIPS' pēc būtības ir tuvs minētajiem apzīmējumiem, kuru reģistrācija ir atteikta.

4. Apelācijas iesniedzēja - uzņēmuma KNAUF GIPS KG pārstāve LPV lēmuma pamatojumam nepiekrīt, apelācijas iesniegumā un ApP sēdes gaitā tam pretstatot šādus argumentus:

4.1. LPV ekspertīze apzīmējuma 'EUROGIPS' reģistrācijas atteikumu ir kļūdaini balstījusi uz faktu, ka pieteiktais apzīmējums satur divus aprakstošus apzīmējumus 'EURO' un 'GIPS';

4.2. kaut arī eksperte lēmumā atsauca uz Eiropas ģipša ražotāju organizāciju, lēmumam nav pievienots neviens materiāls, kas apstiprinātu šādas organizācijas pastāvēšanu, kā arī nav nevienas atsauces vai pamatojuma apgalvojumam, ka Eiropā pastāvētu vienoti ģipša ražošanas standarti, piemēram, normatīvo aktu veidā (*ApP piezīme – lietā ir ekspertes pievienots materiāls ar Interneta adresi: http://www.eurogypsum.org/development_02.html, bet bez tulkojuma latviešu valodā*). Tādējādi var uzskatīt, ka Eiropā attiecībā uz ģipša izstrādājumiem nav ne speciāla tiesiska regulējuma, ne vienota ģipša izstrādājumu ražošanas standarta, no kā izriet, ka šīs preces nevar tikt ražotas pēc Eiropas standartiem. Pat gadījumā, ja Apelācijas padomei tiks iesniegts lēmumam pievienotā dokumenta tulkojums, mēs nevaram piekrist tam, ka organizācija, kas apvieno tikai 16 valstis (Eiropā ir 50 valstis), starp kurām ir arī tādas nosacīti Eiropas valstis kā Turcija, Izraēla un Saūda Arābija (*pievienota izdruka no organizācijas EUROGYPSUM mājas lapas Internetā: http://www.eurogypsum.org/development_02.html, ar tulkojumu latviešu valodā, uz 1 lp.*) ir galvenā Eiropas ģipša ražošanas politikas un standartu veidotāja. Līdzīgi varētu apgalvot, ka, piemēram, Rīgā reģistrētā Eiropas Komercedarījumu šķīrējtiesa ir Eiropas augstākās tiesu varas institūcija komersantu strīdu izšķiršanai. Ņemot vērā organizācijas EUROGYPSUM mazo pārstāvniecību Eiropā, mūsu ieskatā nepareizs ir ekspertes viedoklis, ka Latvijas būvniecības speciālisti noteikti būs dzirdējuši par šādu organizāciju un tās aktivitātēm;

4.3. izvērtējot tiesu praksi sakarā ar apzīmējuma 'EURO' izmantošanu preču zīmēs, mēs esam konstatējuši, ka EKT pirmās instances tiesa preču zīmes EUROPREMIUM lietā Nr.T-334/03 (*Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH pret Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes un dizainparaugi) (turpmāk - ITSB)*), kura tika izskatīta 2005.gada 12.janvārī, ir atzinusi, ka, ja produkts ir ražots Eiropā (satur apzīmējumu 'EURO'), zīme nevar tikt uzskatīta par aprakstošu un būt par pamatu reģistrācijas atteikumam;

4.4. zīme 'EUROGIPS' ir pieteikta kā viens vārdiskais apzīmējums, nevis tāds, kas sastāv no divām daļām, un kā tādu to vērtēs arī patērētāji;

4.5. izvērtējot katru apzīmējuma daļu atsevišķi, eksperte norāda, ka 'EURO' ir saīsinājums no angļu valodas vārda 'European', savukārt 'GIPS' ir vācu valodas vārds 'Gips'. No ekspertes minētā izriet, ka pieteiktais apzīmējums ir divu dažādu un pilnīgi atšķirīgu (angļu un vācu) valodu savienojums. Šī iemesla dēļ var secināt, ka pieteiktais apzīmējums ir uzskatāms par fantāzijas radītu īpašvārdu, kura aprakstošā daba atklājas tikai tādā gadījumā, ja attiecīgais patērētājs pārzina vismaz angļu un vācu valodas. Pretēji minētajam, lēmuma 11.punktā norādīts, ka apzīmējums 'EUROGIPS' ir divu nesagrozītu

vārdu savienojums. Šajā sakarā vēlamies norādīt uz pretrunām ekspertes lēmumā – sākotnēji tiek norādīts, ka 'EURO' ir saīsinājums no vārda 'European', taču lēmuma beigū daļā 'EURO' bez jebkāda pamatojuma tiek nosaukts par *nesagrozītu*;

4.6. apzīmējums 'EUROGIPS' ir fantāzijas vārds – komerciāls apzīmējums, kas šobrīd kā sugas vārds netiek lietots nevienā valodā pasaulē. Minētais apzīmējums sastāv no divām zilbēm, ir vienkārši lasāms un attiecīgais patērētājs to var viegli iegaumēt, no kā izriet, ka kopumā tas ir atšķirīgs apzīmējums. Nav nepieciešams, lai vārdā būtu ieguldīta pārmērīga izdoma, lai tas būtu īpaši oriģināls vai uzkrītošs. Preču zīme balstās tikai uz spēju tirgū individualizēt preces vai pakalpojumus salīdzinājumā ar tāda paša veida precēm vai pakalpojumiem, ko piedāvā konkurenti. Minētais tika atzīts EKT pirmās instances tiesas spriedumā preču zīmes EUROCOOL lietā Nr.T-34/00 (*Eurocool Logistic GmbH pret ITSB*), kas tika izskatīta 2002.gada 27.februārī. Tiesa atzina, ka preču, kas marķētas ar preču zīmi EUROCOOL, patērētājs būs pārtikas nozarē vai viesnīcu biznesā strādājošs profesionālis, kurš orientējas šajā nozarē un spēj atšķirt dažādu ražotāju produkciju, tādēļ apzīmējumam EUROCOOL piemīt atšķirtspēja attiecībā uz pieteiktajām precēm 39. un 42.klasē. Līdzīgi kā minētajā lietā, arī preču zīmes 'EUROGIPS' lietā - patērētājs būs eksperts, ar būvniecību saistīts profesionālis, kas labi orientējas būvniecības un apdares materiālu tirgū un spēj atšķirt vienu produktu no cita;

4.7. apzīmējums 'EUROGIPS' ir pieteikts ne tikai uz ģipša izstrādājumiem 19.klasē, bet arī uz citām precēm 1., 6., 7., 8., 9., 17. un 20.kl. Balstoties uz loģikas un empīriskiem apsvērumiem, apzīmējums 'EUROGIPS' nekādā ziņā nevar tikt uzskatīts par aprakstošu uz precēm, kurām nav saistības ar ģipša izstrādājumiem, piemēram, uz līmvielām, tapešu līmi, metāla stiegrojuma materiāliem, darbgaldiem, durvju un logu furnitūru u.tml. izstrādājumiem, jo apzīmējums šīs preces neapraksta;

4.8. LPV praksē ir reģistrēts liels skaits preču zīmju, kas satur apzīmējumu 'EURO', no kurām daudzas, piemēram, EUROTRANSIT, EUROTICKET, EUROLINES, EUROTAX, EURO CAR PARTS, EUROMOTORS, EUROPARK un EUROWATER, ir apzīmējuma 'EURO' un produktu aprakstoša apzīmējuma savienojums.

5. ApP sēdes laikā zīmes īpašnieka pārstāve informē, ka uzņēmums KNAUF GIPS KG darbojas jau 50 gadus un tam ir pārstāvniecības 30 valstīs. Uzņēmumam pieder daudz preču zīmju reģistrāciju, to starpā arī Kopienas preču zīmes TURBO-BETON (CTM Nr. 003052776) un AQUAPANEL (CTM Nr. 001914845), kuru uzbūve ir līdzīga zīmei 'EUROGIPS'. Patentu valde savukārt ir reģistrējusi pēc uzbūves līdzīgas preču zīmes - NORGIPS (reģ. Nr. M 40 578) un SCANGIPS (reģ. Nr. M 40 950), pie kam uzņēmums NORGIPS, SIA ir daļa no KNAUF GIPS KG uzņēmumu grupas un jau ilgstoši strādā Latvijā. Pārstāve uzskata, ka ApP būtu jāņem vērā EKT lietas C-37/03 sprieduma kopsavilkums (*BioID AG pret ITSB*), kurā preču zīmes vērtējumā jābalstās uz kopiespaidu, nevis uz prezumpciju, ka, kombinējot elementus, kuriem individuāli nav atšķirtspējas, zīmei arī kopumā nebūs atšķirtspējas. Zīme 'EUROGIPS' rada dažādas asociācijas, jo vārdam 'GIPS' ir arī citas nozīmes (krīts, rakstīšana, saistviela) un kopumā tas ir divu vārdu oriģināls savienojums. Par labu zīmes reģistrācijai tiek minēts, ka zīme 'EUROGIPS' ir reģistrēta tās izcelsmes zemē Vācijā, kā arī Polijā. Debatēs par ģipša standartiem pārstāve norāda, ka ģipsis var būt četru dažādu minerālu veidā un minerālus nevar standartizēt. Bez tam Eiropā standartu apzīmēšanai tiek lietoti citi apzīmējumi, nevis 'EURO', piemēram, ISO, EC.

6. Apelācijas iesniedzēja pārstāve sēdes laikā pievieno šādus materiālus:

- izdrukas no ITSB datu bāzes Internetā *CTM-ONLINE* ar Kopienas preču zīmju EURO HOME (CTM Nr. 007063472) un EUROWALL (CTM Nr. 006344592) reģistrācijām;
- izdrukas no LPV datu bāzes Internetā ar preču zīmju NORGIPS (reģ. Nr. M 40 578) un SCANGIPS (reģ. Nr. M 40 950) reģistrācijām;
- izdrukā no uzņēmuma NORGIPS, SIA mājas lapas Internetā: <http://www.norgips.lv/par.php>, uz 2 lp.;
- izdrukā ar EKT sprieduma kopsavilkumu lietā C-37/03 P (*BioID AG pret ITSB*): <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/grttext.pl?where=&lang=&n>, uz 2 lp.;
- izdrukā no Interneta brīvās enciklopēdijas Wikipedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/Gypsum>, uz 5 lp.

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka uzņēmuma KNAUF GIPS KG apelācija iesniegta saskaņā ar LPZ 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.

3. 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.

4. LPZ ir iekļautas tiesību normas, kas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificētā 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 direktīvām). LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts tieši atspoguļo minētās direktīvas 3.(1)(b) panta noteikumus, bet LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkts - direktīvas 3.(1)(c) panta noteikumus, līdz ar to šo LPZ noteikumu piemērošanas sakarā ievērojama Eiropas Savienības tiesas dotā direktīvas attiecīgās normas interpretācija.

4.1. 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 sprieduma 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 sprieduma 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);

4.2. Padomes direktīvas 2008/95EK 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 vērsta uz to, lai izslēgtu iespēju, ka kāda atsevišķa persona iegūst tiesības uz šāda rakstura apzīmējumiem preču zīmes reģistrācijas ceļā (skat. EKT sprieduma 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).

5. Vārdiskā preču zīme 'EUROGIPS' (pieteik. Nr. M-06-696) pieteikta reģistrācijai uz plašu preču sarakstu 1., 6., 7., 8., 9., 17., 19. un 20. klasē, galvenokārt uz dažādu veidu būvmateriāliem un izstrādājumiem, kas paredzēti būvniecības nolūkiem. Tātad LPV lēmuma atsauce uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem ir vērtējama attiecībā uz šīm precēm.

6. No vienas puses, saskarē ar būvmateriāliem var nonākt jebkurš patērētājs, kuram mājas būvniecības vai remonta gadījumā nepieciešams kaut ko būvēt vai remontēt. Tai pat laikā ar precēm, kas paredzētas sarežģītu objektu būvniecībai, parasti saskaras tikai speciālisti. Zīmes reģistrācijai pieteiktais preču klāsts ietver gan nelieliem remontdarbiem nepieciešamas preces, piemēram, līmvielas, skrūves un izolācijas materiālus, ko iegādājas vidusmēra patērētājs, gan tādas būvelementus kā paneļus, blokus, darbgaldus u.tml. izstrādājumus, ko iegādājas šajā nozarē strādājošie profesionāļi. Līdz ar to pieteiktā apzīmējuma 'EUROGIPS' uztvere ir vērtējama uz visai plašu patērētāju loku, ņemot vērā gan vidusmēra patērētājus, gan arī attiecīgās jomas speciālistus.

7. Izanalizējot LPV lēmuma motīvus un pārbaudot lietas materiālus, ApP uzskata, ka lietas apstākļi atbilst LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un, daļēji, 3.punkta noteikumiem.

8. Apzīmējums 'EUROGIPS' ir veidots, vienā vārdā apvienojot divas atsevišķas sastāvdaļas 'EURO-' un '-GIPS', kuras šai saliktenī ir skaidri nolasāmas un viegli uztveramas ar latviešu valodas ekvivalentu 'eiro' un 'ģipsis' nozīmi. Apelācijas iesniedzējs uzskata, ka apzīmējums 'EUROGIPS' jāvērtē kopumā kā fantāzijas radīts vārds, un atsaucas uz EKT lietas C-37/03 (*BioID AG pret ITSB*) sprieduma kopsavilkumu, kurā secināts, ka preču zīmes vērtējumā jābalstās uz kopiespaidu, nevis uz prezumpciju, ka kombinējot elementus, kuriem individuāli nav atšķirtspējas, zīmei arī kopumā nebūs atšķirtspējas. ApP respektē EKT judikatūru, tomēr izskatāmās lietas sakarā akceptē LPV pārstāves argumentu, ka apzīmējuma 'EUROGIPS' kopuztveri nevar novērtēt bez tā veidojošo daļu analīzes, jo apzīmējumā 'EUROGIPS' ietilpstošo elementu semantiskā nozīme patērētājiem ir viegli saprotama un tādējādi būtiski ietekmē apzīmējuma kopiespaidu un asociācijas, kas tiek pārnestas uz attiecīgajām precēm. EKT vairākos spriedumos ir norādījusi, ka tad, kad nepieciešams konstatēt, vai vārdisko elementu kombinācijas rezultātā ir radīts jauns vārds, kura nozīme ir pietiekami attālināta no to veidojošo elementu kopuma - „attiecīgo vārda sastāvdaļu analīze arī attiecas uz lietu” (skat. EKT lietas: T-207/06 (*Europig SA pret ITSB*) (*EUROPIG*); 29.p.; T-19/04 (*Metso Paper Automation Oy pret ITSB*) (*PAPERLAB*); 27.p.; T-222/02 (*HERON Robotunits pret ITSB*), Recueil, II-4995.lpp. (*ROBOTUNITS*); 34.p.; T-173/03 (*Geddes pret ITSB*) (*NURSERYROOM*); 21.p.).

8.1. Apzīmējums 'EURO' (latv. val. - vārddāja 'eiro-') angļu-latviešu valodas vārdnīcās, kā arī dažādos angļu valodas izziņu avotos skaidrots kā saīsinājums no vārda 'European' ('Eiropas-'; 'eiropisks'), kas jāsaprot kā norāde uz Eiropu, Eiropas reģionu, Eiropas Savienību, eiropisku izcelsmi u.tml., vai ko tādu, kas raksturīgs Eiropai (skat. *Angļu-latviešu vārdnīca, izd. „Avots”, 2007, 365.lpp.; Angļu-latviešu vārdnīca, apgāds „Jāņa sēta”, 1997, 340.lpp.; The Oxford Dictionary for the Business World, „Oxford University Press”, 1993, p.468; The Oxford Dictionary of Abbreviations, „Oxford University Press”, 1996, p.85; Longman Dictionary of Contemporary English, „Longman”, 2003, p.353*). Līdzīgs skaidrojums sniegts arī franču un vācu valodas vārdnīcās, pie kam vienā no vācu valodas enciklopēdijām norādīts pavisam tieši: „euro- = Europe”, proti, 'euro' ir sinonīms vārdam 'Eiropa' (skat. *DUDEN Deutsches Universalwörterbuch, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich, 1989, S. 468; Colins Pocket German Dictionary, „HarperCollinsPublishers”, 1995, p.150; The Concise Oxford-Hachette French Dictionary, „Oxford University Press”, 1998, p. 902 ; Franču-latviešu vārdnīca, izd. „Zvaigzne”, 2002, 522.lpp.; Vācu-latviešu vārdnīca, izd. „Avots”, 2002, 314.lpp.*). Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisijas lēmuma „Par Eiropas naudas nosaukumu eira” (Nr. 36, pieņemts 07.09.2004; prot. Nr.8/1049. Publicēts „LV” 09. un 10.09.2004) komentāru 3.punktā minēts, ka „nelokāmā forma eiro- kā internacionāls elements saliktoņos parasti norāda uz saistījumu ar Eiropu”. Minēti arī konkrēti piemēri: 'eirokrāts', 'eiroskeptiķis', 'eirotirgus' u.tml. Tādējādi ApP secina, ka 'EURO' ir vērtējams kā ģeogrāfiska rakstura apzīmējums, kas saliktoņos norāda, ka attiecīgajai lietai (piem., 'eirovalūtai'), parādībai ('eirozonai'), notikumam (Eirovīzijai), objektam (Eirotunelim), organizācijai (Eiropolam), uzņēmumam (Eurolink Ltd) - pastāv saikne ar Eiropu.

8.2. Nav šaubu, ka Latvijas patērētāji uztver apzīmējuma 'EURO' ģeogrāfisko aspektu. Patērētāju priekšstatus ir veidojuši vairāki faktori. Viens no tiem ir Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai un šī notikuma plašā atspoguļošana medijos. Patērētāju priekšstatus ietekmējuši arī sabiedrībā labi atpazīstami zīmoli, piemēram, Eiropas dziesmu konkurss „Eurovision” (latviski - „Eirovīzija”), TV kanāls 'Eurosport' (latviski - „Eiropsports”) u.c. Apzīmējuma 'EURO' uztveri Latvijas patērētāju skatījumā atspoguļo latviskās vārddāļas 'eiro-' izmantošana, saīsinot garus Eiropas institūciju nosaukumus - Eiropas Savienības parlamentu dēvējot par *Eiroparlamentu* vai Eiropas Savienības Padomi - par *Eiropadomi* u.tml., kā arī veidojot ikdienas valodā pieņemtus saliktoņus - jaunvārdus, tādus kā *eiroremonts* vai *eirologi*. Jēdziens *eiroremonts* ir postpadomju telpā ieviests vārds, lai raksturotu interjeru, kura atjaunošanā izmantoti Rietumeiropas materiāli un tehnoloģijas (skat. „*Preses lasītāja svešvārdu vārdnīca*”, izd. „Nordik”, 2004, 129.lpp.; „*Bieži lietoti jēdzieni un termini*”, izd. „Avots”, 2004, 152. lpp.; Interneta vietnes: <http://lv.wikipedia.org/wiki/Eiuroremonts>; <http://forums.delfi.lv/read.php?f=103&i=116749&t=116749>; <http://www.google.lv/webhp?hl=lv>). Analogi veidoti arī citi līdzīga rakstura saliktoņi - *eirologi*, *eiroduvis*, *eirostikls* u.tml., kuri patērētāju uztverē asociējas ar „vecajās” Eiropas valstīs ražotiem kvalitatīvākiem būvmateriāliem, salīdzinājumā ar tiem, kas bija pieejami padomju laikā (skat. Interneta vietnēs: http://www.mezmali.lv/sakumlapa/logi/gid/eiurologi_78mm; <http://www.majalv.lv/index.php?n=652&a=3746>; <http://www.majalv.lv/index.php?n=601&a=8277>; <http://www.eiroinvestor.co.uk/news/story.aspx?id=10689078>; http://www.edruva.lv/zinas/uznemejdarbiba_un_ekonomika/datums/2009-11-03/zina). Šādā un līdzīgā kontekstā tiek lietoti arī citi būvmateriālu nozarei piederīgi apzīmējumi, piemēram, *eiromateriāli*,

eiropaletes, eiroskrūves, eiro kastes, eiro konteineri u.tml., pie kam tos lieto gan patērētāji savstarpējā komunikācijā, gan arī uzņēmumi savu preču reklāmās

(skat. <http://ankh.lv/viewtopic.php?p=8090&sid=36ff579deb2f52df08eccab4e4f774d1>;
<http://aculiecinieks.delfi.lv/news/witness/article.php?id=33682567&com=1&s=1>;
http://www.euroinfopage.lv/business_regions/?br=4055&cc=&language=lv_LV;
<http://www.funduss.lv/lat/europal.html>;
http://www.eamf.lv/lv/mebelu_furniture/skruves/eiro_skruves;
http://www.hexaplan.lv/index.php?article_id=1826&from_id=4053&product_gr...;
http://www.hexaplan.lv/index.php?article_id=1826&from_id=4070&product_gr...;
<http://www.noliktavam.lv/lat/preces/9-platmasas-kastes/4-eiro-konteineri>);

8.3. Tādējādi jāatzīst, ka salikteni ar sākumdaļu 'EURO' (vai 'eiro') Latvijas patērētāju uztverē iezīmē ne vien ģeogrāfisko aspektu, bet arī kvalitātes jēdzienu. To, ka abi šie faktori – no vienas puses – ģeogrāfiskais aspekts un no otras puses – norāde uz kvalitāti, – patērētāju uztverē saplūst, skaidri demonstrē šādas publikācijas:

- „Varbūt šeit vēl nav 'Eiropas līmenis' kvalitātes ziņā” (M.Neimanis „Vizīte Baltkrievijā”; <http://blogi.nozare.lv/matissneimanis/2010/05/06/vizite-baltkrievija-off-topics>);
- „Eiro kvalitāte jau nav, bet Eiropas cenas arī mani īpaši neiepriecinātu” (personu sarakste Interneta vietnē: <http://www.iauto.lv/show.php?sid=2071&start=60&id=3&str=>);
- „Tirgū ir izveidojies produkcijas deficīts, kura atbilst Eiropas kvalitātes standartiem un ir pieņemama Latvijas lietotājiem” (SIA „SKS Baltija” publikācija; <http://www.ekofleks.lv/public/?id=2&ln=lv>);
- „Vecā padomju tehnika ...pilnīgi neatbilst Eiropas kvalitātes standartiem” (SIA „TESAB BALTIC” publikācija; <http://mmp.multiprese.lv/index.php?n=588&a=1463>);
- „Lamināta kvalitāte atbilst visiem Eiropas standartiem” (būvmateriālu veikala „K-RAUTA” blogs; http://krautalatvija.blogspot.com/2010_03_01_archive.html).

8.4. Šajās publikācijās piesauktie slavinošie epitēti, proti, *Eiropas kvalitāte, Eiropas līmenis, Eiropas standart* ir visai nekonkrēti un vispārīgi, tomēr patērētāju uztverē *apriori* raksturo Eiropā ražotas preces - kā noteiktas izcelsmes un kvalitātes garantu. Nav šaubu, ka kvalitātes aspekts patērētājiem ir būtisks. Latvijas tirgū ienākot precēm no Ķīnas, Krievijas, Baltkrievijas un citām valstīm, kurās preču kvalitātes kritēriji atšķiras no Eiropas Savienībā pieņemtajiem, patērētāji ir spiesti vairāk uzmanības pievērst preču izcelsmes un kvalitātes norādēm. Protams, patērētājiem ir pieejama arī detalizēta informācija par to, kādi kvalitātes standarti Eiropā pastāv, arī attiecībā uz būvmateriāliem. Piemēram, rakstā „Kvalitāte un drošība klibo!” ir uzskaitīti būvmateriāli, kuri visbiežāk tiek sertificēti Latvijā un paskaidrots, ka Eiropas valstīs ir vienoti būvmateriālu testēšanas pamatprincipi, kā arī norādītas būtiskākās vadlīnijas attiecībā uz būvmateriālu drošību (skat. L.Lūsiņa, speciāli „Nedēļai”, 02.09.2006, TVNET: <http://www.tvnet.lv/sievietem/dzive/79930-kvalitate-un-drosiba-buvnieciba-klibo>). Uzņēmuma HeidelbergCement Group Latvija Interneta mājas lapā tiek norādīts, ka „lai kvalitāte tāpat kā skaistums nebūtu subjektīvs jēdziens, ko katrs vērtē savādāk, ISO 9001 standarts konkrēti norāda starptautiski pieņemto līmeni” (<http://www.heidelbergcement.com/lv/lv/hcbetons/cocconcrete/index.htm>). Līdzīgi savu produkciju reklamē arī uzņēmums Knauf: „ETA sertifikāts ir neapstrīdams apliecinājums, ka Knauf Latvijā ražo izcilas kvalitātes būvmateriālus, kas atbilst augstākajām Eiropas normām” (uzņēmuma Knauf informācija preseī; http://www.knauf.lv/www/lv/02_par-knauf/informacija-presei/2010/etasrtifikats/2010). Visticamāk, izņemot attiecīgās jomas speciālistus, lielākā patērētāju daļa nezina Eiropas standartizācijas organizāciju piešķirtos oficiālos apzīmējumus (arī tos, par kuriem savā Interneta mājas lapā informē organizācija EUROGYPSUM, kas pieminēta LPV lēmumā: <http://www.eurogypsum.org/?CategoryID=192&ArticleID=93>), tomēr nav šaubu, ka patērētāji pievērš uzmanību plašākam sabiedrības lokam zināmām norādēm, tādām kā *Made in EU* (ražots Eiropas Savienībā) vai *CE* (atbilst ES noteiktajām drošības, veselības un vides aizsardzības prasībām). ApP pieļauj, ka apzīmējums 'EURO' uz precēm patērētājiem rada līdzīgas asociācijas un tiek uztverts līdzīgi kā apzīmējumi *Made in EU, CE, vai 100% EU* u.tml. (skat. Interneta vietnēs: <http://www.strandkorb-hersteller.eu/bilder/100.gif>; <http://www.blacktpomotorsport.com/images/About-SHAD-Motorcases-001.gif>).

8.5. Ņemot vērā minētos aspektus, nav pārsteidzoši, ka vārds 'EURO' tiek plaši izmantots komercdarbībā, veidojot uzņēmumu nosaukumus un preču zīmes. ITSB datu bāzē *CTM-ONLINE* ir atrodami pāri par 3000 (!) preču zīmju, kuru sākumdaļā ir ietverts vārds 'EURO'. Starptautiskajā preču zīmju datu bāzē *ROMARIN* ir pāri par 400 šāda rakstura preču zīmju (skat. minētajās datu bāzēs Internetā: <http://oami.europa.eu/CTMOnline>; <http://www.wipo.int/romarin/searchAction.do>). Arī Patentu

valdes Nacionālo zīmju datu bāzē ir apmēram 90 reģistrētas analoga rakstura preču zīmes. Apzīmējuma 'EURO' popularitāte preču zīmju veidošanā nav noliedzama, kā rezultātā, ievērojot tā specifisko raksturu, šī apzīmējuma atšķirtspēja nav visai augsta. Līdz ar to gadījumos, kad vārdiskam apzīmējumam 'EURO' tiek pievienots vēl kāds cits aprakstoša rakstura elements, tas provocē jautājumu par apzīmējuma atšķirtspējas pakāpi un izņēmuma tiesību piešķiršanas pamatotību. Šai sakarā apelācijas iesniedzējs salīdzina dažas no LPV reģistrētajām zīmēm ar izskatāmo apzīmējumu 'EUROGIPS', kas, ApP skatījumā, ir pienācīgi komentēts LPV lēmumā, proti, ka LPV reģistrētās zīmes satur papildelementus, kas stiprina zīmju atšķirtspēju.

8.6. Attiecībā uz apelācijas iesniedzēja minētajām Kopienas preču zīmēm TURBO-BETON (CTM Nr. 003052776), AQUAPANEL (CTM Nr. 001914845), EURO HOME (CTM Nr. 007063472), EUROWALL (CTM Nr. 006344592) u.c., kā arī preču zīmes EUROGIPS reģistrācijām Vācijā un Polijā, ApP atzīmē, ka katrā konkrētajā gadījumā var pastāvēt savi iemesli, kādēļ attiecīgais apzīmējums ir reģistrēts kā preču zīme. EKT lietā C-363/99 (*Koninklijke KPN Nederland NV* [2004] ECR I-1619 (*Postkantoor*); 43., 44.punkts) ir atzinusi, ka tam faktam, ka kāda preču zīme ir tikusi reģistrēta kādā no dalībvalstīm attiecībā uz noteiktām precēm vai pakalpojumiem, nevar būt nekādas nozīmes jautājumā, vai *Direktīvas* (domāta *Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīva 2008/95/EK (Kodificētā versija) dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai*) 3.pantā paredzētie atteikuma pamatojumi ir vai nav piemērojami līdzīgai zīmei, kas pieteikta reģistrācijai citā dalībvalstī līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. Tādējādi faktam, ka preču zīme ir reģistrēta vienā dalībvalstī noteiktām precēm un pakalpojumiem, nav nozīmes, citas dalībvalsts reģistrācijas iestādei izskatot līdzīgas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu precēm vai pakalpojumiem, kas ir līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem tikusi reģistrēta pirmā preču zīme.

9. Apzīmējums 'GIPS' ir cēlies no grieķu valodas ('gýpsos') un Eiropas valstu valodās tiek lietots ar līdzīgu rakstību un fonētisko skanējumu: franču – 'gypse'; angļu – 'gypsum'; dāņu – 'gipsten'; zviedru, norvēģu – 'gips'; somu – 'kipsi'; krievu – 'gunc' u.tml. (skat. *Webster's Online Dictionary*: <http://www.websters-online-dictionary.org/definitions/gypsum?cx=partner-pub-09394>). Arī latviešu val. 'gipsis' skan līdzīgi, tādēļ nav šaubu, ka Latvijas patērētājiem apzīmējuma 'GIPS' nozīme ir viegli saprotama, vēl jo vairāk tādēļ, ka ģipsis kā izejviela, no kuras izgatavo ātri cietējošus materiālus, ir labi zināms no sadzīves un personiskās pieredzes. Ģipsi izmanto medicīniskā ģipša pārsēju izgatavošanā, ārstējot locekļu kaulu lūzumus, izmežģījumus, deformācijas u.tml. saslimšanas. Tas, ka ģipsis tiek izmantots arī dažādu būvmateriālu ražošanā, zināms visiem, kas kādreiz ir kaut ko būvējuši vai remontējuši.

9.1. Būvmateriālu nozarē apzīmējums 'GIPS' ir termins un kā tāds LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta izpratnē ir vērtējams kā aprakstoša rakstura apzīmējums, kam attiecībā uz būvmateriāliem trūkst jebkādas atšķirtspējas. Apzīmējums 'GIPS' vācu valodā (un ne tikai vācu valodā) apzīmē minerālu (kalcija sulfāta dihidrātu), ģipšakmens ieža galveno sastāvdaļu, kuru plaši izmanto būvniecības nolūkiem, kā arī ģipša nolējumu izgatavošanā tēlniecībā, arhitektūrā un medicīnā (*Vācu-latviešu vārdnīca*, izd. "Avots", 1996, 287.lpp.; *Latvijas PSR Mazā enciklopēdija*, 1.sēj., izd. „Zinātne”, 1987, 622.lpp.; *DUDEN Deutsches Universal Wörterbuch A-Z, Bibliographisches Institut, Mannheim, 1989, S. 611*; *Latviešu-angļu/angļu-latviešu ilustrētā būvniecības terminu vārdnīca*, izd. "Avots", 1999, 34.lpp.; *Большая Советская Энциклопедия, Москва, изд. Советская Энциклопедия, 1971, стр., 549*; <http://www.websters-online-dictionary.org/definitions/gypsum?cx=partner-pub-09394>);

9.2. Ģipšakmens ir blīvs iezis, kuru apstrādājot iegūst izejvielu būvģipša un ģipša saistvielu ražošanai. Ģipšakmens ieguves areāls ir visai plašs - Eiropas reģions, Amerikas kontinents, Āzija, Tuvo Austrumu valstis. Eiropā ir daudzas ģipša izstrādājumu ražotnes un pastāv attiecīgu Eiropas organizāciju pieņemti būvniecības nozari regulējoši normatīvi, piemēram, kvalitātes rādītāji ģipša izstrādājumiem, kuri ir standartizēti produkti. Eiropas standartizācijas organizācijas noteiktie standarti, Eiropas tehniskie apstiprinājumi, Eiropas Savienības dalībvalstu būvnormatīvu tehniskās prasības un standarti nosaka būvmateriālu pieļaujamos tehniskos parametrus, kritērijus un ierobežojumus, tādus kā stiprība, stabilitāte, ugunsdrošība, drošība lietošanā, nekaitīgums cilvēka veselībai un videi, akustiskās prasības u.c. Ja būvizstrādājums atbilst Eiropas standartizācijas centra (CEN) standartu prasībām, ražotājs vai izplatītājs to marķē ar CE atbilstības marķējumu (atbilstoši standartam LVS EN 45014) (skat. Interneta vietnē: http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/petijumi/11);

9.3. Ievērojot minēto, ApP kritiski vērtē iebilduma iesniedzēja apgalvojumu, ka „Eiropā attiecībā uz ģipša izstrādājumiem nav nekāda speciāla tiesiska regulējuma, nav vienota ģipša izstrādājumu ražošanas standarta, no kā izriet, ka šīs preces nevar tikt ražotas pēc Eiropas standartiem”. Eiropas

standartizācijas centra (CEN) informācija liecina pretējo, proti, Eiropā pastāv ne vien noteikti būvzstrādājumu standarti (89/106EEC), bet arī konkrēti ģipša un ģipša izstrādājumu standarti (CEN/TC 241), kas tiek piemēroti vismaz 20 dažādu ģipša izstrādājumu pozīcijām (skat. Interneta vietnē http://newapproach.cen.eu/cen/stdlist.asp?dir_area=89/106/EEC&prod_fam=CEN/TC%20241);

9.4. ApP neatzīst par pamatotu arī iebilduma iesniedzēja viedokli, ka Eiropas ģipša ražotāju asociācija EUROGYPSUM ir maznozīmīga organizācija, kas Latvijas būvniecības speciālistiem nav zināma. 1961.gadā izveidotā Eiropas organizācija ar nosaukumu EUROGYPSUM ir pietiekami nozīmīga, jo apvieno lielāko Eiropas valstu nacionālās ģipša ražotāju asociācijas - Austrijas (*WKO – Fachverband Steine-Keramik*), Beļģijas un Luksemburgas (*ABLG – Association Belgo-Luxembourgeoise de Gypse/BLGV – Belgisch Luxemburgse Gips Vereniging*), Francijas (*SNIP – Syndicat National des Industries du Plâtre*), Itālijas (*CAGEMA – Associazione dell’Industria Italiana delle Calce, del Gesso e delle Malte*), Lielbritānijas un Ziemeļīrijas Apvienotās karalistes (*GPDA – The Gypsum Products Development Association*), Nīderlandes (*NBVG – Nederlandse Branche-vereniging Gips*), Polijas (*PSG – Polskie Stowarzyszenie Gipsu*), Spānijas (*Atedy – Asociación Técnica y Empresarial del Yeso*), Vācijas (*Bundesverband der Gipsindustrie e.V.*), Ziemeļvalstu – Zviedrijas, Norvēģijas, Dānijas, Somijas (*NGF – Nordisk Gipspladeforening Confederation of Danish Industries*) un Turcijas (*Asociacion of Turkich Gypsum*) asociācijas, kā arī šajā organizācijā asociēto valstu – Grieķijas, Portugāles u.c. asociācijas. EUROGYPSUM mājas lapā Internetā norādīts, ka šīs organizācijas uzdevums ir veicināt interesi par Eiropas ģipša industriju, ka EUROGYPSUM sadarbojas ar Eiropas standartizācijas centru (CEN) un ievēro Eiropas standartus attiecībā uz būvmateriāliem, to skaitā arī attiecībā uz ģipsi un ģipša izstrādājumiem (<http://www.eurogypsum.org/?CategoryID=185&ArticleID=87&print=1>; http://www.eurogypsum.org/development_02.html). ApP, ievērojot organizācijas EUROGYPSUM mērogu un aktivitātes, uzskata, ka būvmateriālu nozares speciālisti Latvijā šo organizāciju var zināt, tādēļ zināmā mērā ir pamatots LPV ekspertes viedoklis, ka būvmateriālu speciālistiem izskatāmais apzīmējums ‘EUROGIPS’ var izsaukt asociācijas ar organizācijas EUROGYPSUM nosaukumu;

9.5. Tātad, ApP secina, ka Eiropā, neapšaubāmi, pastāv būvniecības nozari un ģipša izstrādājumus regulējoši normatīvi un standarti. Tomēr ApP ieskatā šim apstāklim, vērtējot, vai apzīmējums ‘EUROGIPS’ patērētāju uztverē var vai nevar kalpot par preču zīmi un vai tas būtu jāatstāj brīvā lietošanā ikvienam, kas darbojas būvniecības nozarē, ir tikai pakārtota, nevis izšķiroša nozīme. Izšķiroša nozīme ir apstāklim, vai vārdisko elementu ‘EURO’ un ‘GIPS’ kombinācijas rezultātā ir radīts jauns vārds, kura nozīme ir pietiekami attālināta no tā veidojošo elementu kopuma.

10. ApP piekrīt apelācijas iesniedzēja argumentam, ka apzīmējums ‘EUROGIPS’ kā sugas vārds (proti, vispārīgs apzīmējums - *ApP piezīme*) šobrīd netiek lietots nevienā valodā, jo tieši tāds saliktenis tiešām nav atrodams vārdnīcās un Interneta avotos, tātad tas veidots mākslīgi. Tai pat laikā to var viegli uztvert kā vārdu, kāds var pastāvēt reālā lietojumā, un nav iespējams izslēgt, ka patērētāji vārdu salikumu ‘EUROGIPS’ tiešām uztver kā reālu svešvalodas terminu, kas tuvs latviešu valodai.

11. LPV ekspertīze ir pareizi norādījusi, ka apzīmējums ‘EUROGIPS’ darināts, nesagrozīti un tiešā veidā savienojot vārddāļu ‘EURO’ un vārdu ‘GIPS’, proti, savienojot ģeogrāfiska rakstura apzīmējumu, kas attiecībā uz būvmateriāliem var kalpot par preču izcelsmes norādi, un būvniecības terminu, kas tieši norāda uz preču izejvielu. Tādējādi kopumā tiek veidots saliktenis, kuru patērētāji organiski uztver aprakstošā nozīmē. ApP uzskata, ka apzīmējums, kuru var viegli saprast ar nozīmi *Eiropas ģipsis* - neizsauc nekādas citas asociācijas kā vienīgi tās, ka attiecīgajiem būvmateriāliem ir *Eiropas izcelsme un Eiropas kvalitāte*.

12. ApP neņem vērā apelācijas iesniedzēja argumentu, ka EKT pirmās instances tiesa preču zīmes lietā Nr.T-334/03 (*Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH pret ITSB (EUROPREMIUM)*) atzinusi, ka, ja produkts ir ražots Eiropā (satur apzīmējumu ‘EURO’), zīme nevar tikt uzskatīta par aprakstošu un būt par pamatu reģistrācijas atteikumam, jo tiesa šādu secinājumu izdarījusi attiecībā uz konkrētām precēm un pakalpojumiem 16., 20., 35., 39.kl., norādot, ka nav pamata uzskatīt, ka šo preču un pakalpojumu izcelsmei būtu tāda nozīme, ko, izdarot izvēli, ņem vērā vidusmēra patērētājs. No šī atzinuma neizriet, ka minētais būtu attiecināms uz *jebkurām* precēm un pakalpojumiem, piemēram, uz būvmateriāliem. Nav izslēgts, ka būvmateriālu un ģipša izstrādājumu jomā izejvielu izcelsmei var būt kāda nozīme tiktāl, ciktāl patērētājiem ir zināmas un nozīmīgas ģipša varietātes, kas atkarīgas no ieguves vietas (*Latvijas šķiedru ģipsis, Krievijas ordīts, Ēģiptes alabastrs* u.tml.). Tomēr ‘EURO’ ģeogrāfiskais aspekts patērētājiem ir daudz nozīmīgāks tajā aspektā, ka patērētāju uztverē būvmateriāliem ir būtiski, lai tie būtu ražoti pēc Eiropas standartiem un tiem būtu Eiropas kvalitāte.

Stereotipam, ka Eiropas valstīs ražotajām precēm ir augstāka kvalitāte salīdzinājumā ar to preču kvalitāti, kas ražotas ārpus Eiropas robežām, patērētāju apziņā ir dziļas saknes, par ko uzskatāmi liecina patērētāju uztvere un viedokļi, kas aplūkoti šī lēmuma 8.3 un 8.4.p. Līdz ar to ApP uzskata, ka izskatāmā apzīmējuma 'EUROGIPS' gadījumā apzīmējumam 'EURO' ir tik nozīmīga loma, ka tā klātbūtne preču zīmē var būt izšķiroša un var noteikt patērētāju izvēli.

13. Apelācijas iesniedzējs uzskata, ka Patentu valde, izvērtējot preču sarakstu, nav ņēmusi vērā apstākli, ka apzīmējums EUROGIPS ir pieteikts reģistrācijai ne tikai uz ģipša izstrādājumiem 19.klasē, bet arī uz citām precēm 1., 6., 7., 8., 9., 17. un 20.klasē, kurām ar ģipša izstrādājumiem nav tiešas saistības. ApP šādam viedoklim var piekrist tiktāl, ciktāl LPV lēmumā nav sīkāk analizēta patērētāju uztvere attiecībā uz precēm, kas pieder būvmateriālu kategorijai, bet no ģipša netiek gatavotas. Jāatzīmē gan, ka visa pieteiktā preču saraksta garumā, pie katras klases ir piebilde, ka preces paredzētas būvniecības nolūkiem. Enciklopēdijās un būvniecības nozares speciālajā literatūrā skaidrots, ka būvniecības preces var būt saistītas ar ģipsi dažādos veidos. Piemēram, ģipsis var tikt izmantots līmvielās kā sastāvdaļa, ar ģipša līmi vai citu veidu mastikām ģipša izstrādājumus pie virsmām pielīmē, savukārt pie koka - piesit ar naglām. Stieģrojošus metāla sietus, stieples vai koka karkasus izmanto kā armatūru, lai mazinātu ģipša izstrādājumu trauslumu. Salaiduma vietām izmanto speciālas papīra vai stiklšķiedras lentes, tērauda profilus, skrūves, špakteļmasas, speciālus darbarīkus (mikserus, kasetes, slīpklučus) u.tml. materiālus vai citas papildierīces (skat. J.Noviks „Jums, individuālie būvētāji”, izd. „Avots”, 1988, 54, 55.lpp.; L.Popovs „Būvmateriāli un būvizstrādājumi”, izd. „Zvaigzne, 1990, 186, 187.lpp.; „Špaktelēšanas rokasgrāmata”, NORGIPS LATVIA, SIA, pieejama Interneta vietnē: <http://www.norgips.lv>; „Latvijas Padomju enciklopēdija”, 3.sēj., GER, 1983, 723, 724.lpp.). Liela daļa no minētajiem būvelementiem ir ietverti izskatāmā apzīmējuma preču sarakstā, tādēļ, ievērojot minēto, ApP uzskata, ka, modelējot apzīmējuma EUROGIPS uztveri attiecībā uz 1., 6., 7., 8., 9., 17. un 20.kl. ietvertajām precēm, tās jāvērtē kā būvmateriāli, kuri var būt saistīti ar ģipsi dažādos veidos un var tikt izmantoti kopā ar ģipsi un ģipša izstrādājumiem ģipša izstrādājumu montēšanas, uzstādīšanas un tml. darbos. Attiecībā uz precēm, kuras nekādā veidā nevar būt saistītas ar ģipsi, ApP piekrīt LPV ekspertes lēmumā citētajam, ka „apzīmējums, kas ir noteiktas nozares termins, nav spējīgs identificēt, individualizēt ar to marķētās preces un pakalpojumus attiecīgajā nozarē” (ApP lēmums Nr. ApP/2005/WO739649 preču zīmes 'CHROMDIET' apelācijas lietā). Bez tam ApP uzskata, ka, ja apzīmējums 'EUROGIPS' tiek lietots uz šādām precēm, tad tas vērtējams kā nepatiess un pat maldinošs apzīmējums.

14. Ievērojot apzīmējuma 'EUROGIPS' uzbūves principu un tajā ietilpstošo elementu semantisko nozīmi, ApP nepārliecina ne apelācijas iesniedzēja apgalvojums, ka apzīmējums 'EUROGIPS' ir fantāzijas radīts vārds, ne arguments, ka tas ir divu vārdu oriģināls savienojums, kuru patērētāji sapratīs tikai gadījumā, ja pārvaldīs vismaz angļu un vācu valodas. No šajā lēmumā iepriekš minētā izriet, ka apzīmējumu, kas tik tieši norāda uz preču veidu, ģeogrāfisko izcelsmi un preču kvalitāti, patērētāji nevar uztvert kā preču zīmi. Tādēļ apzīmējumam 'EUROGIPS' nav atšķirtspējas attiecībā uz preču sarakstā ietvertajām precēm un tas nespēj identificēt viena noteikta uzņēmuma preces citu līdzīgu preču klāstā. Tātad uz izskatāmo apzīmējumu 'EUROGIPS' attiecas LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikums.

15. Tā kā attiecībā uz būvmateriāliem apzīmējums 'EUROGIPS' neatbilst preču zīmei izvirzāmām prasībām, nav juridiski pamatota iemesla tam, lai tiesības lietot šāda rakstura apzīmējumu būtu tikai vienai personai. Ir pietiekams pamats uzskatīt, ka attiecīgajā komercdarbības jomā citiem tirgus dalībniekiem var būt objektīva nepieciešamība lietot šādu apzīmējumu attiecīgo preču raksturošanai, tādēļ tas jāatstāj brīvs vispārējai lietošanai un nav pieļaujama situācija, ka uz to tiek iegūtas izņēmuma tiesības preču zīmes reģistrācijas ceļā. Tādējādi Patentu valdes lēmuma atsaukšanās arī uz LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem, ciktāl runa ir par ģipsi saturošām precēm, ir pamatota.

16. Līdz ar to apelācija ir noraidāma un preču zīme EUROGIPS (pieteik. Nr. M-06-696) atzīstama par neregistrējamu Latvijā.

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* LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem, **nolemj:**

1. noraidīt uzņēmuma KNAUF GIPS KG (Vācija) apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt preču zīmes EUROGIPS (pieteik. Nr. M-06-696) reģistrāciju Latvijā;

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 Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes EUROGIPS (pieteik. Nr. M-06-696) reģistrācijas atteikumu Latvijā.

Saskaņā ar likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 19.panta astotās daļas noteikumiem apelācijas iesniedzējs 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 priekšsēdētājs

/paraksts/

J.Ancītis

ApP sēdes locekļi:

/paraksts/

K.Kropa

/paraksts/

K.Krūmiņš