



Latvijas Republikas Patentu valde

APELĀCIJAS PADOME

Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010, tālr. 67099637, fākss 67099650, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/2011/M-09-1370

LĒMUMS

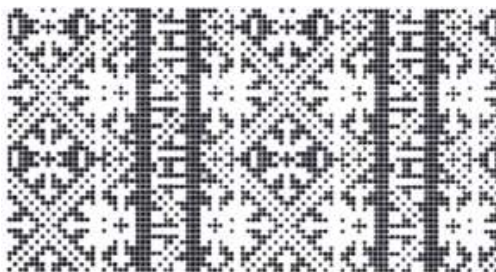
Rīga

2015.gada 9.novembrī

Apelācijas padome (turpmāk - ApP):

ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi - K.Krūmiņš un D.Liberte,
ApP sekretāre - D.Kotlika

2011.gada 27.maijā izskatīja apelāciju, kuru, balstoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" (turpmāk - LPZ) 17.¹ panta pirmo daļu, 2010.gada 8.decembrī zvērināta advokāte, patentpilnvarotā preču zīmju lietās I.Kalnāja-Zelča uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS (Latvija) vārdā iesniegusi par Patentu valdes 2010.gada 6.septembrī pieņemto lēmumu par figurālas preču zīmes (turpmāk – fig., arī – grafiska zīme, ornamenti)



(preču zīmes pieteicējs – uzņēmēj sabiedrība AIR BALTIC CORPORATION, AS (Latvija); pieteik. Nr. M-09-1370; pieteik. dat. - 05.02.2010; 3., 14., 16., 18., 20., 21., 24., 25., 28., 29., 30., 31., 32., 33., 34.klases preces un 35., 41.klases pakalpojumi)

reģistrācijas atteikumu Latvijā.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt Patentu valdes atteikuma lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt pieteikto grafisko preču zīmi (ornamentu) par reģistrējamu Latvijā attiecībā uz visām tās pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem.

ApP sēdē piedalījās:

- uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS pārstāve zvērināta advokāte, patentpilnvarotā preču zīmju lietās I.Kalnāja-Zelča,
- Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamenta Nacionālo zīmju nodaļas vadītāja B.Graube, kas veikusi minētās preču zīmes ekspertīzi.

2011.gada 24.maijā ApP saņemts uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS pārstāves I.Kalnājas-Zelčas pieteikums par noraidījuma izteikšanu Apelācijas padomes sēdes locekļiem

J.Ancītim un D.Libertei. Pārstāve, vadoties no Patentu likuma 25.panta ceturtais daļas noteikumiem, piesaka noraidījumu minētajām personām un lūdz noteikt citu ApP sēdes sastāvu apelācijas par Patentu valdes lēmumu par grafiskas preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrācijas atteikumu Latvijā izskatīšanai.

I. Pirms lietas izskatīšanas pēc būtības ApP izskatīja uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS pārstāves pieteikto noraidījumu Apelācijas padomes sēdes locekļiem J.Ancītim un D.Libertei.

1. Patentu likuma 25.panta ceturtais daļa nosaka, ka ApP sastāvā apelācijas vai iebilduma izskatīšanai nedrīkst iekļaut personu, kas Patentu valdē veikusi attiecīgā pieteikuma iepriekšējo izskatīšanu vai ekspertīzi. ApP loceklis nav tiesīgs piedalīties lietas izskatīšanā, ja viņš ir personiski tieši vai netieši ieinteresēts attiecīgās lietas iznākumā vai ir citi apstākļi, kas rada pamatotas šaubas par viņa objektivitāti. Lietas dalībnieki var pieteikt ApP loceklim noraidījumu. Lēmumu par pieteikto noraidījumu pieņem attiecīgais ApP sastāvs.

2. Pieteikumā par noraidījuma izteikšanu uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS pārstāve norāda, ka apelācijas iesniedzējam ir radušās pamatotas šaubas par ApP locekļu J.Ancīša un D.Libertes objektivitāti, proti:

2.1. saskaņā ar Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 4. un 14.¹ pantu administratīvajā procesā iestāde, pieņemot lēmumus, ievēro objektivitāti; savukārt persona, par kuras objektivitāti var pastāvēt pamatotas šaubas, nepiedalās lēmuma pieņemšanā. Analogas normas ietvertas arī Patentu likuma 25.panta ceturtajā daļā;

2.2. arī Eiropas Cilvēktiesību tiesa (turpmāk – ECT) ir sniegusi Eiropas Cilvēktiesību konvencijas 6.panta pirmajā daļā ietverto procesuālo garantiju, proti, tiesas neatkarības un objektivitātes, skaidrojumu. ECT ir norādījusi, ka neatkarība un objektivitāte ietver ne tikai subjektīvu neatkarību, t.i., neatbilstošu ietekmju neesamību, bet arī objektīvu neatkarību, t.i., izvairīšanos no jebkādam darbībām, kas varētu rosināt legītīmus jautājumus par šādu ietekmju esamību (skat., piemēram, 01.10.1982 sprieduma lietā *Piersack pret Beļģiju* 30.punktu). Cita starpā ECT 29.07.1997 spriedumā lietā *Vorms pret Austriju* ir norādījusi, ka “objektivitāte” parasti nozīmē aizspriedumu neesamību (minētā sprieduma 40.punkts);

2.3. pieteicējam ir kļuvis zināms, ka Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departaments organizē regulāras apspriedes, kurās piedalās departamentā strādājošie eksperti, kā arī departamenta direktore D.Liberte un Patentu valdes vadošais zinātniskais konsultants J.Ancītis, un šajās apspriedēs tiek apspriesti un izvērtēti jautājumi par reģistrācijai pieteikto apzīmējumu reģistrācijas iespējamību un pieņemti atbilstoši lēmumi. Pieteicējam kļuvis zināms, ka arī jautājums par pieteikumā M-09-1370 ietvertā apzīmējuma reģistrējamību vairākkārtīgi ir vērtēts šādās apspriedēs. Tas ļauj pieņemt, ka gan D.Libertei, gan J.Ancītim ir iepriekš izveidojies vērtējums par iespējamību reģistrēt pieteikumā M-09-1370 ietverto apzīmējumu kā preču zīmi. Bez tam, ievērojot šo personu ieņemamos amatus, pastāv iespēja, ka tieši šo personu izteiktais viedoklis ir ietekmējis to, kāda satura lēmums ir pieņemts attiecībā uz pieteikumu M-09-1370;

2.4. ievērojot to, ka tiesību normas aizliedz ApP sastāvā iekļaut personu, kas Patentu valdē veikusi attiecīgā pieteikuma iepriekšējo izskatīšanu vai ekspertīzi, jāsecina, ka arī aktīva dalība šādās apspriedēs pielīdzināma pieteikuma iepriekšējai izskatīšanai un rada šaubas par šo personu objektivitāti, izvērtējot sūdzību par šo pašu personu iepriekš pieņemto lēmumu vai izteikto viedokļu pareizību. D.Liberte un J.Ancītis jau iepriekš ir iepazīlušies ar lietas materiāliem un pieteicēja argumentiem un izteikuši viedokli par pieteikumā M-09-1370 ietvertā apzīmējuma reģistrāciju, kas radis savu atspoguļojumu ekspertīzes lēmumā;

2.5. D.Liberte un J.Ancītis ir vislabāk informēti par to, kāds bijis to darbību raksturs attiecīgajās Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamenta apspriedēs. Tā kā lēmums par pieteikto noraidījumu jāpieņem attiecīgajam ApP sastāvam, tad, pieteicēja ieskatā, ApP sastāva rīcībā ir visa nepieciešamā informācija. Ja tomēr rastos nepieciešamība iegūt papildu informāciju par attiecīgajām apspriedēm, to dalībniekiem un saturu, kā lieciniekus iespējams pieaicināt minētā departamenta darbiniekus.

3. Uzaicināta izteikties par pieteikto noraidījumu, Patentu valdes pārstāve B.Graube, kas veikusi izskatāmās preču zīmes ekspertīzi, atzina, ka ekspertīzes gaitā bija šaubas par grafiskās preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrējamību. Līdz ar to šī zīme tika apspriesta Preču zīmju un dizainparaugu departamenta sanāksmē, kur gan J.Ancītis, gan D.Liberte parasti izsaka savu viedokli. Tomēr pārstāve neatzīst, ka minētās personas būtu ietekmējušas lēmuma pieņemšanu; – pārstāves šaubas par pieteiktā apzīmējuma atbilstību prasībām nemainījās. Departamenta apspriežu gaitā izteiktie viedokļi ir domu apmaiņa un nav saistoši konkrētajam ekspertam, kurš izskata pieteikumu. Netieši ietekmēt to, vai preču zīmi reģistrēt vai nē, var jebkurš viedoklis.

4. Pēc analogijas vadoties no APL 117. panta pirmās daļas 1. un 4. punkta noteikumiem, ApP nolēma pieteikto noraidījumu ApP sēdes locekļiem J.Ancītim un D.Libertei neapmierināt, ņemot vērā, ka minētās personas nav pieņēmušas šā pieteikuma ekspertīzei saistošus lēmumus, un pieteikumā par noraidījumu norādītie apstākļi nevar ietekmēt apelācijas izskatīšanas rezultātu. ApP ir institūcija, kas pašai iestādei dod iespēju kontrolēt savus lēmumus, un likumdevējs ir akceptējis, ka arī apelāciju lietās ApP sēdes sastāvā vairākumā var būt Patentu valdes darbinieki (Patentu likuma 25.panta trešā daļa).

5. Šis procesuālais lēmums ir apstrīdams tikai kopā ar lēmumu, ko ApP pieņem šajā lietā pēc būtības.

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

1. Grafiskā preču zīme (ornaments) (pieteik. Nr. M-09-1370) pieteikta reģistrācijai šādām precēm un pakalpojumiem:

3.klasē - mazgāšanas līdzekļi; parfimērijas izstrādājumi; ēteriskās eļļas; kosmētiskie un matu kopšanas līdzekļi;

14.klasē - cēlmetāli un to sakausējumi, no cēlmetāliem izgatavoti vai ar tiem pārklāti izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs; juvelierizstrādājumi, rotaslietas, dārgakmeņi; pulksteņi;

16.klasē - papīrs, kartons un izstrādājumi no šiem materiāliem, kas nav ietverti citās klasēs; iespaidprodukcija; grāmatu iesiešanas materiāli; fotogrāfijas; rakstāmlietas; kancelejas preces; mācību un uzskates līdzekļi;

18.klasē - āda un ādas imitācijas, izstrādājumi no šiem materiāliem, kas nav ietverti citās klasēs; dzīvnieku ādas, ceļasomas un čemodāni; lietussargi, saulesargi un spieķi;

20.klasē - mēbeles, spoguļi, rāmji; izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, no koka, korķa, niedrēm, meldriem, klūgām, raga, kaula (arī zivju), zilonkaula, vaļa vai bruņurupuča ragvielas, gliemežvākiem, dzintara, perlamutra, jūras putām, šo materiālu aizstājējiem vai no plastmasām;

21.klasē - mājturības un virtuves piederumi, trauki; neapstrādāts vai daļēji apstrādāts stikls (izņemot stiklu celtniecības vajadzībām); izstrādājumi no stikla, porcelāna, fajansa un keramikas, kas nav ietverti citās klasēs;

24.klasē - audumi un tekstilpreces, kas nav ietvertas citās klasēs; gultas un galda pārklāji;

25.klasē - apģērbi, apavi, galvassegas;

28.klasē - spēles un rotaļlietas; eglīšu rotājumi;

29.klasē - gaļa, zivis, mājputni un medījumi; konservēti, saldēti, žāvēti (kaltēti) un termiski apstrādāti augļi un dārzeņi; želejas, ievārījumi, kompoti; olas, piens un piena produkti; pārtikas eļļas un tauki;

30.klasē - kafija, tēja, kakao, cukurs, rīsi, tapioka, sāgo, kafijas aizstājēji; milti un labības produkti, maize, maizes un konditorejas izstrādājumi, saldējums; medus, melases sīrups; raugs, cepamais pulveris, sāls, sinepes; etiķis, garšvielu mērces; garšvielas; pārtikas ledus;

31.klasē - lauksaimniecības, dārzkopības un mežkopības produkcija; svaigi augļi un dārzeņi; sēklas, augi un ziedi; iesals;

32.klasē - alus; minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai;

33.klasē - alkoholiskie dzērieni (izņemot alu);

34.klasē - tabaka; smēķēšanas piederumi; sērkokociņi;

35.klasē - suvenīru, pārtikas preču, apģērbu un aksesuāru, kosmētikas līdzekļu un mājsaimniecības preču mazumtirdzniecības pakalpojumi;

41.klasē - apmācība; izpriecās; sporta un kultūras pasākumi.

2. Patentu valdes 06.09.2010 lēmums atteikt grafiskās preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrāciju Latvijā pamatots ar atzinumu, ka šim apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm un pakalpojumiem (LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts).

Savu lēmumu Patentu valdes pārstāve pamato šādi:

2.1. reģistrācijai pieteikto apzīmējumu var dēvēt par ģeometrisku ornamentu. To veido ģeometriskas figūras, proti, daudzi mazi kvadrātiņi, kas izkārtoti dažādās kombinācijās, un šo apzīmējumu var uzskatīt par kāda etnogrāfiskā ornamenta stilizāciju. Apzīmējums reģistrācijai ir pieteikts melnbaltā krāsu salikumā attiecībā uz 17 preču un pakalpojumu klasēm, tādējādi pretendējot uz plašu tiesiskās aizsardzības apjomu. Reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam nav verbālās daļas, tas neveido un tajā nav ietverti atsevišķi atpazīstami simboli, dabas objekti, priekšmeti u.c. elementi, kuri nodrošinātu preču zīmei augstu atšķirtspēju un kurus patērētājs ir pieradis uztvert kā preču zīmes jeb apzīmējumus, kas kalpo viena uzņēmuma preču un pakalpojumu atšķiršanai no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem;

2.2. nevar piekrist pieteicēja pārstāves apgalvojumam, ka reģistrācijai pieteiktajā rakstā ir divi viegli uztverami simboli. Simboli ir neskaidri un abstrakti, un arī pieteicēja pārstāve pati tos raksturo diezgan aptuveni, proti: "... vienu no kuriem varētu raksturot kā puķīti vai zvaigznīti, bet otrs līdzinās kronim". Ornaments kopumā veido sīku rakstu ar daudzām smalkām, saplūstošām detaļām, kuras ir grūti nosaukt un raksturot. Pats apzīmējums vairāk līdzinās melnbaltam fonam, tajā nav spilgtu elementu, kas padarītu šo rakstu vieglāk uztveramu un iegaumējamu;

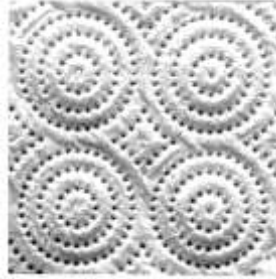
2.3. jāsecina, ka reģistrācijai pieteiktais apzīmējums ir pārāk vispārīgs, lai patērētājs spētu to atcerēties, izdarot atkārtotu pirkumu. Preču zīmes distinktivitātes (atšķirtspējas) jēga ir atšķirt viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm. Patentu valdes ieskatā ornaments vai ornamentāls raksts atzīstams par preču zīmi tikai tad, ja tas spēj pildīt preču zīmes funkciju – atšķirt viena uzņēmuma preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Reģistrācijai pieteiktais ornaments praktiski nav iegaumējams un atpazīstams, tāpēc tas nespēj veikt preču zīmes pamatfunkciju – identificēt ražotāju vai pakalpojuma sniedzēju;

2.4. kā zināms, ornaments pēc būtības ir rotājums, ar to var izrotāt gandrīz jebkuru precī. Reģistrācijai pieteiktajā ornamentā nav nekā tāda, kas ļautu patērētājam to atšķirt no dažādiem rotājumiem, ko ražotāji izmanto preču mākslinieciskajai noformēšanai, nevis īpašnieka identificēšanai. Šis apstāklis kavē vidusmēra patērētāju nekļūdīgi uztvert pieteikto apzīmējumu kā norādi uz preču izcelsmi no konkrēta ražotāja. Jo īpaši tas attiecas uz tādām precēm, kur ornaments ir neatņemama preces dizaina sastāvdaļa un kur preču zīme saplūst ar preces dizainu vai dizaina elementiem (audumi, apģērbi, ādas izstrādājumi, papīra izstrādājumi u.c.);

2.5. nevar piekrist tik vienkāršotai LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnei, ka distinktivitātes trūkums raksturīgs tikai primitīviem grafiskiem apzīmējumiem – aplim, svītrai, rāmītim u.tml. Nedistinktīva ir jebkura preču zīme, kas nespēj identificēt preces ražotāju. Vērtējot ornamentāla raksta atšķirtspēju, jāņem vērā Eiropas Savienības Tiesas (EST; agrāk – Eiropas Kopienu tiesa, EKT) rīkojuma kopsavilkums lietā *Glaverbel pret Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju* (turpmāk – ITSB) (C-445/02 P) par ornamenta jeb raksta iespējām radīt atšķirtspēju. Rīkojuma kopsavilkumā atzīts, ka rakstam, kas attēlots uz preces virsmas, radīt atšķirtspēju ir grūtāk nekā citu kategoriju preču zīmēm: "*Ja Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7.panta 1.punkta b) apakšpunkta nozīmē atšķirtspējas novērtēšanas kritēriji dažādām preču zīmju kategorijām ir vienādi, tad, piemērojot šos kritērijus, šķiet, ka mērķa sabiedrība ne vienmēr vienādi uztver katru no kategorijām, un tādējādi var izrādīties, ka noteiktu kategoriju preču zīmēm ir grūtāk radīt atšķirtspēju nekā citu kategoriju preču zīmēm.*" EST atbalstīja Vispārējās tiesas (VT; agrāk – Pirmās instances tiesa, PIT) atzinumu, ka sabiedrības uztvere ne vienmēr ir vienāda, sastopoties ar apzīmējumu, kuru veido uz preces virsmas izveidots raksts, un vārdisku vai grafisku preču zīmi, kuru veido apzīmējums, kas ir neatkarīgs no preces, ko tas apzīmē. Tiesa uzsvēra, ka tad, ja sabiedrība ir pieradusi nekavējoties uztvert vārdiskas vai grafiskas preču zīmes kā apzīmējumus, kas norāda uz preces komerciālo izcelsmi, tas ne vienmēr būs tā, ja apzīmējums saplūds ar tās preces veidolu, attiecībā uz kuru ir iesniegts pieteikums apzīmējuma reģistrācijai (minētā sprieduma 22.punkts). Tiesa secinājusi, ka raksts, kas veidots no mazām svītriņām, kuras bezgalīgi atkārtojas, saplūst ar pašas preces ārējo veidolu un atspoguļo preces redzamās īpašības. Turklāt tiesa atzīmēja, ka raksta, kura reģistrācijai iesniegts pieteikums, sarežģītās un neparastās īpašības vairāk šķiet tādas, kas piederīgas estētiskai vai dekoratīvai apdarei. Visbeidzot, tiesa uzskatīja, ka raksta vispārējā sarežģītība, kā arī

uzklāšana uz preces ārējās virsmas neļauj ne iegaumēt šī raksta īpašās detaļas, ne to uztvert, vienlaicīgi neuztverot preces raksturīgās īpašības (minētā sprieduma 33.punkts);

2.6. līdzīgi VT ir lēmusi un atšķirtspējas trūkuma dēļ atteikusi arī Kopienas preču zīmes Nr. 002101277 reģistrāciju (lieta T-283/04):



Savukārt ITSB Apelācijas padome šo pašu apsvērumu dēļ ir atteikusi Kopienas preču zīmes Nr. 005166715 reģistrāciju (lieta R 1379/2007-2):



2.7. nevar noliegt, ka ornaments var būt preču zīme, un BURBERRY rūtis tam ir uzskatāms piemērs, taču tādu atpazīstamību, kāda ir [pieteicēja pārstāves norādītajām] BURBERRY un LOUIS VUITTON ornamentālajām preču zīmēm, nevar iegūt pāris mēnešos. Nav korekti reģistrācijai pieteikto apzīmējumu salīdzināt ar visā pasaulē plaši pazīstamām un ilgstoši lietotām preču zīmēm;

2.8. šajā lietā nav pamata piemērot LPZ 6.panta trešās daļas noteikumus, kuri nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumu pamata, ja apzīmējuma lietošanas dēļ tas attiecīgo patērētāju uztverē ir ieguvis atšķirtspēju saistībā ar reģistrācijai pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. Lietā esošie pierādījumi par grafiskās preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) lietojumu apliecina, ka šis ornamentālais raksts tiek lietots kopā ar preču zīmi **LIVE RĪGA** (fig.). Pie tam ornamentals, par kuru iesniegti lietošanas pierādījumi, vizuāli atšķiras no tā, kāds pieteikts reģistrācijai. Iesniegtie materiāli nepierāda ornamentālā raksta saistību ar preču un pakalpojumu sarakstā ietvertajām precēm un pakalpojumiem.

3. Preču zīmes pieteicēja un apelācijas iesniedzēja – uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS pārstāve apelācijas iesniegumā Patentu valdes lēmuma pamatojumiem nepiekrīt un lūdz pieņemt lēmumu reģistrēt pieteikto apzīmējumu visām pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem, minot šādus argumentus:

3.1. pieteicējs nevar piekrist iestādes sniegtajam apstākļu novērtējumam, novērtējuma motivācijai un tiesību normu tulkojumam un uzskata tos par nepamatotiem un paviršiem, pretējiem loģikai, līdzšinējai praksei un juridiskajā literatūrā paustajām atziņām;

3.2. lēmums neatbilst LPZ 13.panta septītās daļas prasībām, kuras nosaka, ka iestāde lēmumu pienācīgi argumentē un pamato ar atsaucēm uz likuma normām. Lēmums ir pamatots pavirši. Nevienu lēmuma teikumā nav nepārprotami norādīts, ka pieteiktajam apzīmējumam trūkst atšķirtspējas, kaut arī reģistrācijas atteikums pamatots ar LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punktu. Turklāt lēmumā nav atsaucies uz normu, kas atklāj atšķirtspējas jēdziena saturu;

3.3. juridiskajā literatūrā norādīts, ka atšķirtspēja ir subjektīvi vērtējama apzīmējuma īpašība, kuras dēļ tas uztverams kā preču zīme, kā zīme, kas norāda uz preces vai pakalpojuma izcelsmi un izpilda preču zīmes funkcijas (Poļakovs G., Rūpnieciskā īpašuma aizsardzība: Skaidrojošā vārdnīca; Rīga, 1999,

130.lpp.). Pieņemts, ka atšķirtspējas trūkst tādiem apzīmējumiem, kuri ar savu saturu ir nesaraunami saistīti ar marķējamo preču dabu (Свядосц Ю.И., Правовая охрана товарных знаков в капиталистических странах: Учебное пособие; стр. 34). EST praksē pieņem, ka minimāls atšķirtspējas līmenis ir pietiekams (Guidelines before the Office of Harmonization in the Internal Market, Part B, April 2008, p. 34);

3.4. Augstākās tiesas apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts, kas attiecas uz gadījumu, kad apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas, ir komentēts, minot piemērus: ļoti vienkārši (elementāri) grafiski apzīmējumi, atsevišķi burti vai cipari, primitīvas, plaši izplatītas iepakojuma formas un citi indiferenti apzīmējumi. Tā kā šis noteikums tieši atspoguļo Padomes 1988.gada 21.decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai (Direktīva 89/104/EEK; šobrīd – Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīva 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificēta versija); turpmāk – Direktīva 2008/95/EK) normas, tā interpretācijā ir jāievēro EST atzinumi. Saskaņā ar EST judikatūru, lai atzītu, ka preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tai ir jāidentificē pieteikto preču izcelsme no noteikta izņēmuma un tādējādi jādod iespēja atšķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm (EST spriedums apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01 un C-55/01 *Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG*, 40.punkts; EST spriedums lietā C-299/99 *Koninklijke Philips Electronics NV vs. Remington Consumer Products Ltd*, 35.punkts). Atšķirtspēja ir jāvērtē attiecībā uz pieteiktajām precēm un pakalpojumiem un no attiecīgo preču un pakalpojumu patērētāju uztveres pozīcijas. Vērtējama ir vidusmēra patērētāja iespējamā uztvere, pieņemot, ka šāds patērētājs ir pietiekami ziņošs, vērīgs un piesardzīgs (EST spriedums apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01 un C-55/01, 41.punkts);

3.5. Patentu valdes 19.04.2010 pieprasījumā tika norādīts, ka pieteiktais apzīmējums atzīstams par etnogrāfiska ornamenta stilizāciju, abstraktu ornamentu, kurā nav nedz pazīstamas ornamentālas kombinācijas, nedz pierasta krāsu salikuma. Tādējādi ir nepārprotami atzīts, ka pieteiktajam apzīmējumam nepiemīt tie trūkumi, kuri juridiskajā literatūrā ir nosaukti kā parastie piemēri LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta piemērošanai, proti, primitīvi vai plaši izplatīti grafiski elementi. Turklāt šajā pieprasījumā faktiski *expressis verbis* tika konstatēts, ka pieteiktais apzīmējums ir pārāk sarežģīts, lai varētu norādīt uz preču vienotu izcelsmi, jo patērētājs to nespējot atcerēties. Uz šo apstākli atkārtoti norādīts apstrīdētajā lēmumā;

3.6. šāds LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta tulkojums, proti, ka apzīmējumam nepiemīt atšķirtspēja, jo tajā nav pazīstamu kombināciju, elementu vai krāsu salikuma, ir pilnīgi pretējs juridiskajā literatūrā sniegtajam šīs normas mērķa aprakstam, tiesu praksē atklātajam normas saturam un iestādes līdzšinējai praksei. Piemēram, no jau minētā Augstākās tiesas apkopojuma ir konstatējams, ka Patentu valde bija reģistrējusi vārdu armēņu rakstībā (reģ. Nr. M 49 223), neuztraucoties, vai patērētājs spēs šo zīmi iegaumēt un atcerēties. Patentu valde ir reģistrējusi arī citas zīmes ar daudziem sarežģītiem elementiem, kurus patērētājs nespētu precīzi atsaukt atmiņā, piemēram, M 45 096 un M 62 316;

3.7. tādējādi lēmumā atkārtotais secinājums, ka patērētājs nespēs pieteikto apzīmējumu iegaumēt un/vai atcerēties, nav pienācīgi pamatots, ir vērtējams kā pārspīlēts un ir pretrunā ar atzīto principu, ka vidusmēra patērētājs atzīstams par pietiekami ziņošu, vērīgu un piesardzīgu;

3.8. lēmuma konstatējumi, ka pieteiktajam apzīmējumam nav verbālās daļas, ka to neveido un tajā nav ietverti atpazīstami simboli, dabas objekti, priekšmeti vai citi elementi, kas nodrošina atšķirtspēju, nav apstiprināti ar atsaucēm uz tiesību normām, tiesu praksi vai juridisko literatūru, kas tos pamatotu;

3.9. Patentu valde ir noraidījusi pieteicēja viedokli, ka ornamentālajā rakstā ir divi viegli uztverami simboli, vienu no kuriem var raksturot kā puķīti vai zvaigznīti, bet otrs līdzinās kronim. Pieteicējs piekrīt, ka varbūt nav pamata tos dēvēt par simboliem, tomēr tas nemaina faktu, ka vismaz divi elementi ir saskatāmi. Tas, ka šiem elementiem nav konkrēta nosaukuma (jumis vai tml.), nenozīmē, ka tie ir neskaidri vai nav uztverami; varbūt katrs patērētājs tos uztvers vai sauks citādi, atbilstoši savai iztēlei vai asociācijām. Pieteicējam nav zināma tāda prakse, kas liecinātu, ka abstraktiem elementiem vai apzīmējumiem ir zemāks atšķirtspējas līmenis; tieši pretēji – abstraktas preču zīmes vienmēr vērtē kā tādas, kam ir augstāks atšķirtspējas līmenis;

3.10. Patentu valdes norādītais, ka ornaments kopumā veido sīku rakstu ar daudzām smalkām, saplūstošām detaļām, kuras grūti nosaukt un raksturot, nepamatoti piešķir šim subjektīvajam

novērtējumam objektīvo realitāti atspoguļojošas informācijas statusu. Apgalvojums, ka apzīmējums līdzinās melnbaltam fonam bez spilgtiem dominējošiem elementiem, kas padarītu šo rakstu vieglāk uztveramu, ir pretrunā ar iepriekš apgalvoto, ka ornamentā ietvertie simboli ir neskaidri un abstrakti, – tāpat simboli tomēr pastāv;

3.11. kā absolūti nepamatots jāvērtē iestādes atzinums, ka pieteiktajā ornamentā nav nekā tāda, kas patērētājam ļautu to atšķirt no dažādiem rotājumiem, ko citi ražotāji izmanto preču mākslinieciskai noformēšanai, nevis īpašnieka identificēšanai. Jāsecina, ka Patentu valde vispār nav šo apzīmējumu salīdzinājusi ar precēs izmantotiem rotājumiem un nav norādījusi uz piemēriem, kas pamatotu šādu viedokli. Iestāde arī nav varējusi pamatot, kāpēc no šāda salīdzinājuma būtu konstatējams, ka pieteiktajam apzīmējumam trūkst atšķirtspējas un attiecībā uz kādām precēm vai pakalpojumiem;

3.12. Patentu valde vairākkārt norādījusi, ka pieteiktais apzīmējums uzskatāms par etnogrāfiskā ornamenta stilizāciju, kaut arī citviet minēts, ka tas ir abstrakts ornaments. Šāds secinājums ir neloģisks un nepamatots. Salīdzinot kaut dažus etnogrāfisko ornamentu piemērus ar pieteikto apzīmējumu, pieteicēja ieskatā, ir nešaubīgi konstatējams, ka šis apzīmējums atšķiras, piemēram, no Latvijas raksturīgajiem ornamentiem, tāpat kā tie atšķiras viens no otra (apelācijas iesniegumā ilustrācijai ietverti daži latviešu ornamentu piemēri);

3.13. patērētājam nav precīzi jāiegaumē preču zīme vai jāspēj to atkārtot. Vispārpieņemtais preču zīmju līdzības novērtēšanas princips, ko var piemērot arī šim nolūkam, paredz, ka patērētājs zīmi uztver kopumā un atceras tās kopiespaidu, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izaisa savstarpējas asociācijas un var ietekmēt patērētāju uztveri. Pieteiktā apzīmējuma raksts ir pietiekami viegli uztverams un atsaucams atmiņā, lai spētu patērētājam norādīt uz marķēto preču vienotu izcelsmi. Patentu valde nav pierādījusi, ka pieteiktais apzīmējums vai tam sajaucami līdzīgi apzīmējumi tiktu lietoti tik plaši (un konkrētām precēm vai pakalpojumiem), ka patērētājs nespētu atšķirt ar pieteikto apzīmējumu marķētās preces vai pakalpojumus no citām līdzīgām precēm vai pakalpojumiem;

3.14. ņemot vērā iepriekš minēto, šāds attiecīgās normas tulkojums atzīstams par līdzšinējās prakses maiņu, kas, atbilstoši administratīvā procesa principiem, iestādei ir jāpamato, bet tas nav darīts;

3.15. kā absolūti nepamatota jāvērtē iestādes lēmumā ietvertā norāde, ka izskatāmais apzīmējums ir pieteikts melnbaltā krāsu salikumā uz 17 preču/pakalpojumu klasēm, pretendējot uz plašu tiesiskās aizsardzības apjomu. Tās jēga attiecīgajā kontekstā vispār nav saprotama, bet vēlāk tiek izvēsta, norādot, ka reģistrācijas gadījumā tās īpašnieks iegūtu izņēmuma tiesības uz jebkuru ornamentālu rakstu jebkurā krāsu salikumā. Patentu valde uzskata, ka nav juridiski pamatota iemesla, lai tiesības lietot ornamentālu rakstu būtu tikai vienai personai.

Pirmkārt, šādi apsvērumi nav relevanti LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta sakarā. Apzīmējuma lietošanas nepieciešamība komercdarbībā ir faktors, kas attiecas LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punktu, bet ar šo normu netiek pamatots apstrīdētais atteikums.

Otrkārt, pieņēmums, ka īpašnieks iegūtu izņēmuma tiesības uz jebkuru ornamentālu rakstu jebkurā krāsu salikumā, ir nepamatots un kļūdainš, balstīts uz jau aplūkoto absurdo pieņēmumu, ka pieteiktais apzīmējums nav atšķirams no citiem ornamentāliem rakstiem.

Treškārt, izņēmuma tiesību apjomu nosaka LPZ 4.panta piektās, sestās, septītās, astotās un devītās daļas un 5.panta noteikumi, un katrs preču zīmes īpašnieka mēģinājums aizliegt tai līdzīga apzīmējuma lietošanu komercdarbībā ir piekritīgs tiesai (iebildumu procesā – kvazitiesas institūcijai – Patentu valdes ApP), bet nav pakļaujams izvērtēšanai zīmes reģistrācijas pieteikuma ekspertīzes procesā. Attiecīgās institūcijas strīda gadījumā noteiks izņēmuma tiesību apjomu, tāpēc nav pamata uzskatīt, ka reģistrējot šo apzīmējumu kā preču zīmi, citām personām vairs nebūtu tiesisku iespēju komercdarbībā labā ticībā lietot ornamentālus rakstus. Turklāt tiesību normās nav ietverts pienākums Patentu valdei – nodrošināt šādas iespējas saglabāšanu;

3.16. Augstākās tiesas apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” norādīts, ka katrs gadījums jāvērtē individuāli un, kā tas izriet no atšķirtspējas definīcijas, ne tikai atkarībā no apzīmējuma paša īpašībām, bet noteikti – ciešā sakarā ar precēm vai pakalpojumiem, kuriem zīme pieteikta. Arī ApP atzinusi, ka apzīmējuma atšķirtspēja jāizvērtē, aplūkojot apzīmējuma raksturīgo īpašību kopumu, attiecībā uz pieteiktajām precēm un pakalpojumiem. Neraugoties uz minēto praksi,

lēmumā nav veikts pieteiktā apzīmējuma atšķirtspējas izvērtējums attiecībā uz pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem;

3.17. lēmumā norādīts, ka tā kā pieteiktais apzīmējums ir ornamenti, bet ornamenti būtībā ir rotājums, šis apstāklis kavē patērētāju apzīmējumu uztvert kā norādi uz preču izcelsmi no konkrēta ražotāja; jo īpaši tas attiecas uz tām precēm, kur ornamenti ir neatņemama preces dizaina sastāvdaļa un kur preču zīme saplūst ar preces dizainu vai dizaina elementiem (audumi, apģērbi, ādas izstrādājumi, papīra izstrādājumi u.c.). Iepriekšējā pieprasījumā pat bija apgalvots, ka patērētāji šādu apzīmējumu neuztvers kā preču zīmi, bet kā atsevišķu piedāvājumā esošu preces paraugu.

No tā var konstatēt, ka nepareizi tiek tulkota preču zīmes definīcija. Preču zīme nav mākslīgs elements, kas tiek pievienots precei, tas nav kā virsraksts romānam vai kā nosaukums veikalam, – šāda izpratne par preču zīmi ir kļūdaina. Kā minēts definīcijā, preču zīme ir “apzīmējums, kuru lieto”, turklāt ne tikai preču iesaiņojumā, uz etiķetēm vai citā precei piestiprinātā informatīvā paziņojumā, bet arī uz pašām precēm un tostarp kā preces dizaina elementu. Definīcija neprasa, lai veids, kādā preču zīme lietota, ļautu patērētājam nekļūdinīgi secināt, ka attiecīgais dizaina elements ir preču zīme, bet lai tas individualizētu precī tā, lai tā tiktu atšķirta no analogām precēm un garantētu, ka precēm ar vienādu dizaina elementu ir vienāda izcelsme;

3.18. jau atbildot uz Patentu valdes pieprasījumu, pieteicējs tika norādījis uz plašu starptautisko praksi, no kuras redzams, ka dažādi grafiskie elementi, citstarp lietoti kā preces dizaina elements, ļauj nekļūdinīgi atšķirt viena ražotāja preces no citām un garantēt vienādi marķēto preču izcelsmes identiskumu (apelācijas iesniegumā ietvertas ilustrācijas: piemēri ar ornamentiem un grafiskiem simboliem, kas aizsargāti kā preču zīmes, it īpaši attiecībā uz apģērbiem, apaviem, galvassegām, apģērba piederumiem, somām, kosmētiku, rotaslietām, bērnu ratiņiem). Šo piemēru sakarā Patentu valde tikai norāda, ka tā nenoliedz, ka ornamenti var kalpot par preču zīmi, un BURBERRY rūtis esot tam piemērs, uzsver, ka tādu atpazīstamību, kāda ir BURBERRY un LOUIS VUITTON ornamentālajām preču zīmēm, nevar iegūt pāris mēnešos, un uzskata, ka nav korekti reģistrācijai pieteikto apzīmējumu salīdzināt ar visā pasaulē plaši pazīstamām un ilgstoši lietotām preču zīmēm. Tas liecina, ka Patentu valde nav sapratusi, kāpēc šie piemēri tika pievienoti. To mērķis nekad nav bijis pierādīt, ka preču zīmes var būt arī grafiskas, jo to jau paredz LPZ 3.panta 2.apakšpunkts, bet gan – pierādīt, ka preču zīme ir apzīmējums, kas tiek lietots, lai atšķirtu viena ražotāja preces no citām, un neatkarīgi no tā, vai patērētājs asociē šo apzīmējumu ar kādu atmiņā palikušu priekšstatu par to, kas ir preču zīme (etiķete, uzraksts vai tml.), vai vienkārši atšķir preces, piemēram, ar lēcošo pumu (neatkarīgi no tā, vai patērētāja uztverē tā ir puma, kaķis, lauva vai tīģeris), no citām analogām precēm, turklāt, izdarot atkārtotu pirkumu, prezumē, ka attiecīgi marķētā prece būs ar tādu pašu izcelsmi, kaut arī, iespējams, neko nezina par ražotāju, tā atrašanās vietu, nosaukumu vai tml.;

3.19. pieteicēja ieskatā, ja kas ir nekorekti, tad tas, ka tam jāsakaras ar elementāras izpratnes trūkumu par preču zīmes būtību no Patentu valdes puses. Nav starpības, vai tiek lietota plaši pazīstama preču zīme, vai jauns un oriģināls ornamenti, – kā vienā, tā otrā gadījumā tie patērētājam garantē marķēto preču vai pakalpojumu vienoto izcelsmi;

3.20. lēmumā norādīts, ka, vērtējot ornamentālā raksta distinktivitāti, Patentu valde ņemusi vērā EST rīkojuma kopsavilkumu lietā *Glaverbel pret ITSB* (C 445/02 P) par ornamenta jeb raksta iespējām radīt atšķirtspēju, kur atzīts, ka rakstam, kas attēlots uz preces virsmas, radīt distinktivitāti ir grūtāk nekā citu kategoriju preču zīmēm.

Pieteicēja ieskatā, pirmkārt, lēmumā būtu jālieto terminoloģija, kuras saturs ir atklāts spēkā esošās tiesību normās. Termina “distinktivitāte” saturu lēmums pienācīgi neatklāj, un Patentu valde nav sasaistījusi lēmumā nosauktos kritērijus ar LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punktu, pamatojoties uz kuru pieteiktajam apzīmējumam tiek atteikta reģistrācija.

Otrkārt, nav skaidrs, kāda nozīme pieteiktā apzīmējuma sakarā ir citētajam EST rīkojumam, ņemot vērā, ka pieteikumā ietvertā informācija neliecina par to, ka pieteiktais apzīmējums būtu attēls uz preces virsmas, kā tas ir EST rīkojumā;

3.21. lēmumā nav paskaidrots arī, kādā sakarā Patentu valde ir atsaukusies arī uz diviem lēmumiem par Kopienas preču zīmēm, vienīgi minot, ka arī to reģistrācija atteikta distinktivitātes trūkuma dēļ;

3.22. pieteicēja ieskatā, pieteiktais apzīmējums ir oriģināls, tajā nav izmantoti vispārpieņemti vai plaši lietoti elementi, tomēr tas rada asociācijas ar etnogrāfiskiem ornamentiem. Apzīmējumu veidojošie elementi nav izkārtoti haotiski, bet gan noteiktā, atkārtotā secībā. Tajā viegli izšķirami vairāki elementi, kas veido apzīmējuma zīmējumu jeb rakstu. Pieteicējs uzskata, ka Patentu valde nepamatoti atzinusi, ka apzīmējumam nepiemīt atšķirtspēja pašam par sevi vai attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm;

3.23. pamatojoties uz LPZ 6.panta trešo daļu, pieteicējs, kaut būdams pārliecināts par to, ka pieteiktajam apzīmējumam piemīt atšķirtspēja, iesniedza pierādījumus, kas liecina, ka pieteiktais apzīmējums ir kļuvis atpazīstams kā preču zīme ievērojamai Latvijas patērētāju daļai, it sevišķi potenciālajiem konkurentiem un sadarbības partneriem, vēl pirms reģistrācijas pieteikuma datuma. Literatūrā ir atzīts, ka līdz ar starptautiskās tirdzniecības un moderno tehnoloģiju izaugsmi pēdējos gadu desmitos preču zīme var kļūt pazīstama un pat patiesi slavena burtiski vienā brīdī. Preču zīmes var iegūt pasaules slavu vēl pirms tam, kad ar šīm zīmēm marķētās preces vai pakalpojumi kļūst pieejami attiecīgajā valstī. Šo pierādījumu sakarā jāpaskaidro, ka pieteicējs un nodibinājums “Rīgas tūrisma attīstības birojs” ir savstarpēji vienojušies par preču zīmju saimes (ieskaitot izskatāmo zīmi) kopīgu izmantošanu komercdarbībā, atbilstoši LPZ 26.panta noteikumiem. Saskaņā ar LPZ 23.panta sesto daļu, – “ja preču zīmi lieto ar tās īpašnieka piekrišanu, uzskata, ka zīmi izmanto tās īpašnieks”, ir jāatzīst, ka pieteiktais apzīmējums lietots ar pieteicēja atļauju un tādējādi ir uzskatāms, ka to lietojis pats pieteicējs.

4. ApP sēdē Patentu valdes pārstāve atkārtoti uzsver, ka pieteiktā apzīmējuma raksturs ir tāds, kas patērētājiem neļauj droši identificēt vienu tirgus dalībnieku. Var piekrist, ka patērētājam nav jāiegaumē viss apzīmējums un tā detaļas, apziņā jānokopē tās, taču ir jāspēj atšķirt to no citiem ornamentiem. Tāda iespēja būtu ticamāka, ja apzīmējumā, piemēram, būtu izmantots konkrēts krāsu salikums.

5. Paskaidrojumos ApP sēdē apelācijas iesniedzēja pārstāve papildus uzsver:

5.1. Patentu valdes lēmumam piemīt galvenokārt procesuāli trūkumi, un apelācijas iesniedzējs uz tiem tika detalizēti norādījis apelācijas iesniegumā;

5.2. pievienotajos pierādījumos citstarp atspoguļojas diskusija par izstrādāto preču zīmi, kas plaši izskanēja Latvijas sabiedrībā un tika atspoguļota presē un citos masu saziņas līdzekļos, kaut arī diskusija norisa relatīvi neilgu laika posmā – 3–4 mēnešus pirms izskatāmā preču zīmes pieteikuma. Publikācijās redzams, ka šis apzīmējums netika lietots kā ornaments, bet gan kā preču zīme. Sadarbības partneri jau ir iepazinuši šo zīmi. Apzīmējums ir redzams Rīgas lidostā, uz reklāmas stendiem, uz kartēm, precēm, kas tiek izmatotas kā suvenīri, Ziemassvētku eglītēs u.c.;

5.3. pieteiktais apzīmējums demonstrē tā autoru svaigu, radošu pieeju. Iesniegtie materiāli rāda, kā apzīmējums tika izvēlēts. Apzīmējums nav etnogrāfiskā ornamenta tieša kopija, tas ir stilizēts, līdz ar to – atšķirtspējīgs;

5.4. pieteicējs vēlas aizsargāt ornamentālo rakstu kopumā, lai arī tas tiek izmantots dažādos veidos, arī fragmentu veidā, lai daudzveidīgi atgādinātu patērētājiem par attiecīgo preču un pakalpojumu vienoto komerciālo izcelsmi. Piemēros redzams, ka izmantota tiek lielākā daļa no pieteiktā ornamenta.

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

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

2. Patentu valdes lēmums atteikt grafiskās preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrāciju Latvijā ir pamatots ar atsauci uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem. 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. Saskaņā ar LPZ 1.panta 6.punktā sniegto definīciju atšķirtspēja ir apzīmējuma raksturīgo īpašību kopums, kas nodrošina iespēju atšķirt ar šo apzīmējumu marķētās kāda uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem; apzīmējuma atšķirtspējas vērtējums ir atkarīgs ne tikai no paša apzīmējuma rakstura, bet arī no patērētāju uztveres un attiecīgo preču vai pakalpojumu rakstura.

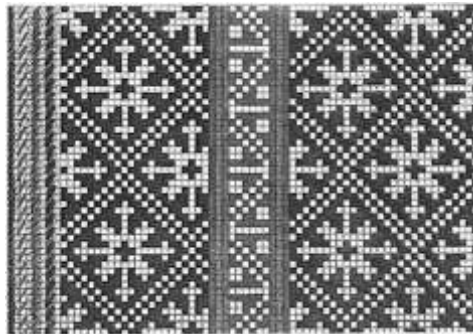
4. Augstākās tiesas veiktais tiesu prakses apkopojums “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” gadījumam “trūkst jebkādas atšķirtspējas” ilustrē ar piemēriem: ļoti vienkārši (elementāri) grafiski apzīmējumi (aplis, svītra, taisnstūra etiķetes rāmītis), atsevišķi burti vai cipari, primitīvas, plaši izplatītas iepakojuma formas (taisnstūra formas kārbas; parastas formas pudele) un citi indierenti apzīmējumi, kas patērētājiem nevar izraisīt priekšstatu, ka tie identificē preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Augstākā tiesa uzsver, ka katrs gadījums jāvērtē individuāli un, kā tas izriet no atšķirtspējas definīcijas, ne tikai atkarībā no apzīmējuma paša īpašībām, bet ciešā sakarā ar precēm vai pakalpojumiem, kuriem zīme pieteikta vai reģistrēta, un sakarā ar attiecīgo patērētāju iespējamo uztveri. Tas, kas vienā gadījumā var būt pārāk primitīvs apzīmējums, lai patērētāju uztverē saistītos ar konkrētu komersantu un radītu preču zīmes iespaidu, citai preču vai pakalpojumu grupai var izrādīties pietiekami spilgts un atmiņā paliekošs (“Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi”; 2007/2008; 14., 15.lpp.; vietnē <http://at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi/civiltiesibas/>).

5. LPZ ir iekļautas tiesību normas, kas izriet no Direktīvas 2008/95/EK (agrāk – Direktīva 89/104/EEK; skat. LPZ ietvertu informatīvo atsauci uz Eiropas Savienības direktīvām) LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts tieši atspoguļo minētās direktīvas 3.(1)(b) panta noteikumus, līdz ar to šīs LPZ normas piemērošanas sakarā ievērojama EST dotā attiecīgo direktīvas normu interpretācija.

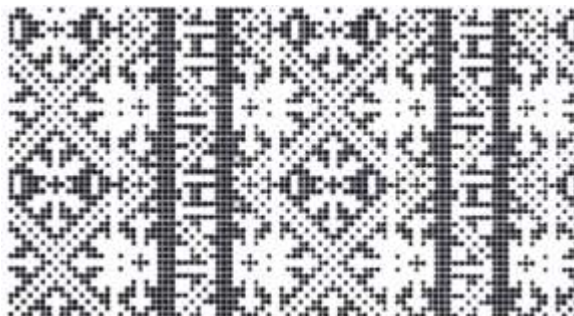
Lai varētu atzīt, ka preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tai ir jāidentificē pieteikto preču izcelsme no viena noteikta uzņēmuma un tādējādi jādod iespēja atšķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm (EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01, *Linde AG, Winward Industries Inc.,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

6. ApP konstatē, ka pieteiktais apzīmējums, visticamāk, ir atvasināts no konkrēta, literatūrā atrodamā latviešu etnogrāfiskā ornamenta. Runa ir par ģeometrisku ornamentu, kādi ir īpaši raksturīgi latviešu tekstiliju (audumu, adījumu) vai pinumu rotājumā, un to uzskatāmi ilustrē šāds salīdzinājums:

a) cimdu raksts no Talsu apriņķa, 19.gs. otrā puse (Slava M., *Latviešu rakstainie cimdi*; izd. Zinātne, Rīga, 1990; 50.lpp., 102.att.):



b) pieteiktais apzīmējums:



7. Šo attēlu salīdzinājumā var konstatēt noteiktu raksta detaļu sakritības. ApP pieņem, ka pieteiktais apzīmējums ir veidots, no konkrētā cimdu raksta mehāniski izslēdzot vai tam pievienojot atsevišķas raksta joslas jeb rūtiņu rindas. Tādējādi iegūts relatīvi indiferents ornaments, kas vienlaikus ir līdzīgs konkrētajam etnogrāfiskā raksta piemēram (var konstatēt sakritīgas rūtiņu rindas) un vienlaikus no tā atšķiras, jo tajā ir grūtāk saskatāmas konkrētā ornamenta komponentes.

Etnogrāfiskajā literatūrā aprakstītā Māras krusta zīme (Krustu krusts, sarežģītākajos paveidos saukts arī – Austras koks, Saules koks, Saules krusts, Saules rats, Saules ritenis; – skat. Krūmiņa I., Zīme. Raksts. Nozīme; apgāds “Zvaigzne ABC”, bez g. un v. norādes; 44.–46.lpp.; Celms V., Latvju raksts un zīmes; Folkloras informācijas centrs, Rīga, 2008; 94., 153., 164.–166.lpp.) pieteiktajā apzīmējumā ir zaudējusi vienu vai vairākas horizontālajā asī izvietoto rūtiņu rindas vai šajā asī esošos elementus, un krusta motīvs tajā ir grūtāk saskatāms. No divkārši simetriskas (divās asīs simetriskas) zīmes tā pārveidota par vienkārši simetrisku (vienā asī simetrisku). No apelācijas iesnieguma noprotams, ka pārstāve šo raksta elementu sauc par puķīti vai zvaigznīti.

Ornamenta laukumu šķērsojošā raksta joslas ar līkloču motīvu (Māras līklocis; Krūmiņa I., Zīme. Raksts. Nozīme; apgāds “Zvaigzne ABC”, bez g. un v. norādes; 24.–26.lpp.; Celms V., Latvju raksts un zīmes; Folkloras informācijas centrs, Rīga, 2008; 143., 167.–169.lpp.) daļēji nosedz Māras krusta ritmisko atkārtojumu atsevišķas rindas. Daļēji aizsegte raksta elementi salīdzinājumā ar cimdu raksta Māras krusta zīmēm šķiet stipri lielāki un gaišāki, jo ir papildināti ar atsevišķām gaišu rūtiņu joslām. Šie vienkārši simetriskie elementi pieteiktajā apzīmējumā veido izplūdušas, mazāk skaidras zīmes, kurās nevar saskatīt Māras krustu vai Saules ratu, bet kuras atgādina, piemēram, visai nenoteiktu eglītes vai cita auga motīvu. No apelācijas iesnieguma noprotams, ka pārstāve šo elementu sauc par kroni.

ApP ieskatā, arī jau minētās šķērsjoslas ir papildinātas ar atsevišķām gaišajām rūtiņām, un tādējādi līklocis tajās kļuvis mazāk uzskatāms.

8. Var piekrist apsvērumam, ka šādi pārveidots, sākotnēji pietiekami specifiskais ornaments ir kļuvis visai indiferents (neiedarbīgs, neaktīvs); vidusmēra patērētājam tajā ir grūtāk saskatīt raksturīgus elementus, kuri palīdzētu šo apzīmējumu atpazīt starp citiem. Skaidrojot LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punktu, Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojums “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” gadījumu, kad apzīmējumam “trūkst jebkādas atšķirtspējas”, ilustrē ar piemēriem: ļoti vienkārši (elementāri) grafiski apzīmējumi (aplīs, svītra, taisnstūra etiķetes rāmītis), atsevišķi burti vai cipari, primitīvas, plaši izplatītas iepakojuma formas (taisnstūra formas kārba; parastas formas pudele) un citi indiferenti apzīmējumi (ApP pasvītrojums), kas patērētājiem nevar izraisīt priekšstatu, ka tie identificē preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi (“Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi”; 2007/2008; 14.lpp.; vietnē <http://at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi/civiltiesibas/>). Konkrētais gadījums neattiecas uz elementāriem grafiskiem apzīmējumiem, bet gan uz “citiem indiferentiem apzīmējumiem”. Var piekrist Patentu valdes lēmumā minētajam, ka pieteiktajā ornamentā ietvertie elementi ir mazāk konkrēti, izplūduši, un ornamentals kopumā ir visai neskaidrs, to grūti aprakstīt un raksturot. Ar sākotnējo Talsu apriņķa cimdu rakstu un citiem etnogrāfiskiem motīviem to galvenokārt vieno atveidojuma paņēmieni, proti, melnbaltu vai krāsainu rūtiņu raksts, kādu izmanto latviešu etnogrāfisko ornamentu (latvju rakstu) atveidošanai jau kopš to pētniecības sākuma posma, un it sevišķi kopš Riharda Zariņa “Latvju rakstiem”, ko izdeva Valstspapīru spiestuve (1924—1931). Šāds apzīmējums visdrīzāk, attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem, tiks uztverts kā fons kaut kam raksturīgākam vai kā papildinošs rotājums.

9. Minētais apsvēruma (par izskatāmo apzīmējumu kā iespējamu fonu vai rotājumu) vistiešāk attiecas uz tādām pieteikumā ietvertajām precēm kā audumi un tekstilpreces (24.klase), apģērbi un galvassegas (25.klase), ādas izstrādājumi, somas (18.klase) un izstrādājumi no papīra un kartona (16.klase). Tomēr to var attiecināt arī uz eglīšu rotājumiem (28.klase), juvelierizstrādājumiem, rotaslietām (14.klase), dekoratīviem un mājturības priekšmetiem no dažādiem citiem materiāliem (20. un 21.klase) u.tml. precēm. Prakse rāda, ka, it īpaši pēdējos gados, dažādu tūristiem, kas apmeklē Latviju, un citiem ieinteresētiem patērētājiem adresētu suvenīru un tiem radniecīgu preču ražošana bieži vien orientējas uz nacionālās ornamentikas pastiprinātu izmantošanu preču noformējumā. Nevar izslēgt, ka nacionālo ornamentu izmantošana var kļūt arvien populārāka arī citās jomās, piemēram, pārtikas produktu, bezalkoholisko un alkoholisko dzērienu un alus noformējumā vai sporta un kultūras pasākumu pavaddokumentācijā un reklāmā, kā arī šādus pasākumus pavadošajos izstrādājumos (T-krekli, cepurītes, šalles, sporta fanu ekipējums, prezentācijas un atbalsta materiāli). Tādējādi ir jāatzīst, ka ir noteikts

pamats pieņēmumam, ka reģistrācijai pieteikto apzīmējumu potenciāli var izmantot kā rotājumu vai fonu plašā preču un pakalpojumu jomā, un tad tas var tikt uztverts galvenokārt kā noformējuma elements, nevis kā preču zīme.

10. Tādējādi ApP piekrīt, ka reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam (pieteik. Nr. M-09-1370) trūkst atšķirtspējas LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, jo tas ir relatīvi indifferents apzīmējums.

11. ApP konstatē, ka apelācijas iesniedzēja pārstāves argumenti pret Patentu valdes 06.09.2010 lēmumu ne viscaur ir mērķtiecīgi un lietišķi. Kaut arī var piekrist, ka Patentu valdes lēmums ne visos aspektos ir pilnīgi precīzs un izsmelšošs pamatots, ApP ieskatā, tas neatceļ un nepadara nebūtiskus galvenos tajā ietvertos argumentus. ApP atzīmē, ka apelācijas iesnieguma tēzes dažviet robežojas ar pieņēmumiem, kas ir tikai šķietami juridiski pamatoti, vai ar virspusīgām frāzēm par apzīmējuma piemērotību reģistrācijai.

11.1. Apelācijas iesniedzējs apgalvo, ka lēmumā nav nepārprotami norādīts, ka pieteiktajam apzīmējumam trūkst atšķirtspējas, kaut arī reģistrācijas atteikums tiek pamatots ar LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punktu. ApP atzīmē, ka tas konkrētā lēmuma apsvēruma, ka pieteiktajam apzīmējumam trūkst atšķirtspējas, neapšaubāmi izriet no lēmuma atsauces uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem un no lēmuma kopējā konteksta.

11.2. Var piekrist, ka atšķirtspēja ir subjektīvi vērtējama apzīmējuma īpašība. Tai pašā laikā ApP atzīmē, ka gan EST, gan Latvijas tiesu, gan Patentu valdes un ApP praksē ir uzkrāta būtiska pieteikto apzīmējumu atšķirtspējas izvērtēšanas pieredze; par to citstarp liecina arī Augstākās tiesas veiktais tiesu prakses apkopojums "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi".

11.3. Konkrētajā gadījumā pieteiktais apzīmējums ir piemērs nevis primitīvam vai plaši izplatītam grafiskam attēlam, kas pieteikts reģistrācijai, bet gan indifferenta apzīmējuma pieteikumam. Apelācijas iesniedzēja motīvs, ka pieteiktajam apzīmējumam nepiemīt tie trūkumi, kuri juridiskajā literatūrā ir nosaukti kā parastie piemēri LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta piemērošanai, proti, primitīvi vai plaši izplatīti grafiski elementi, nevar atspēkot Patentu valdes lēmumā norādīto, ka šāda tipa apzīmējumi (ornamenti) vidusmēra patērētājam tikai ar grūtībām var saistīties ar konkrētu pieteicēju, arī ņemot vērā apstākli, ka vidusmēra patērētājs ir jāuzskata par pietiekami zinošu, vērīgu un piesardzīgu.

11.4. Apstākli, ka Patentu valdes lēmumā atsevišķās vietās runāts nevis par apzīmējuma "atšķirtspēju", kas ir LPZ lietotais un skaidrotais termins, bet par "distinktivitāti", var atzīt par formālu neprecizitāti, tomēr tas nevar būt pamats, lai noraidītu lēmuma motivāciju, arī tāpēc, ka personām, kuru profesionālā darbība norit preču zīmju aizsardzības jomā (arī profesionāliem patenpilnvarotajiem), ir pilnīgi skaidrs, ka šie jēdzieni ir tuvi vai pat atzīstami par sinonīmiem.

11.5. Apelācijas iesniegumā minēti piemēri, kad Patentu valde ir reģistrējusi apzīmējumus, kuri Latvijas patērētāju vairākuma uztverē nevar darboties kā preču zīmes, piemēram, vārdu armēņu rakstībā (reģ. Nr. M 49 223), "neuztraucoties par to, vai patērētājs spēs šo zīmi iegaumēt un atcerēties". ApP ieskatā, minētie piemēri nekādi neattaisno konkrētā pieteikuma reģistrāciju. Patentu valdes praksē var būt kļūdas; uz to nepārprotami norāda arī Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojums "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi", kur šis piemērs sniegts (minētā apkopojuma 35.–36.lpp.; vietnē <http://at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi/civiltiesibas/>).

11.6. Apelācijas iesnieguma motīvs, ka abstrakti apzīmējumi vienmēr vērtējami kā tādi, kam ir augstāks atšķirtspējas līmenis, ir tikai iesniedzēja pieņēmums. Kā jau konstatēts, tas ir atkarīgs gan no paša apzīmējuma rakstura, gan patērētāju uztveres, gan konteksta ar pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem. Konkrētajā gadījumā izšķiroša ir nevis pieteiktā motīva abstrakcijas pakāpe, bet gan tā uztvere no patērētāju puses: vai tas spēj veikt preču zīmes funkciju un kalpot kā konkrētu komersantu identificējošs apzīmējums.

11.7. ApP neuzskata par nepieciešamu pieteikto apzīmējumu salīdzināt ar konkrētiem precēs izmantotiem rotājumiem. ApP ieskatā, ir pietiekami konstatēt, ka pieteiktajam apzīmējumam ir pārāk maz pazīmju, kas ļautu patērētājam to asociēt ar pieteicēju, tā precēm un pakalpojumiem. To var konstatēt, kaut vai, piemēram, salīdzinājumā ar šā paša pieteicēja līdzīgu apzīmējumu, kurš tika reģistrēts (pieteik. Nr. M-09-1369; reģ. Nr. M 64 187):



ApP ieskatā, lai gan abos pieteiktajos ornamentos ir izmantota viena un tā pati ornamenta struktūra un elementi, reģistrētais ornamentālais motīvs, salīdzinājumā ar atteikto, ir būtiski papildināts, jo tas vienlaikus satur arī apgrieztu tumši-gaišo laukumu attiecību (attēla lejasdaļā) un īpašu, joslās mainīgu krāsu salikumu. Šādi raksturīgi papildu elementi ļauj pieņemt, ka attiecīgais ornaments var palikt patērētāju atmiņā, lai no jauna saskaroties ar to saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, tas spētu darboties preču zīmes funkcijā.

12. Apelācijas iesniedzējs uzskata, ka ir iesniedzis pierādījumus, kas liecina, ka pieteiktais apzīmējums ir kļuvis atpazīstams kā preču zīme vēl pirms reģistrācijas pieteikuma datuma. Tādējādi Patentu valde nedrīkst atteikt šā apzīmējuma reģistrāciju arī tā iemesla dēļ, ka tas ir ieguvis atšķirtspēju saskaņā ar LPZ 6.panta trešās daļas noteikumiem.

13. LPZ 6.panta trešā daļa nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz šā panta pirmās daļas 2., 3. vai 4.punkta noteikumu pamata, kā arī nevar atzīt par spēkā neesošu uz šo pašu noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem.

14. ApP konstatē, ka pieteicēja iesniegtie materiāli galvenokārt attiecas uz tēmu “jaunais Rīgas zīmols LIVE RĪGA”, tā izstrādi un diskusiju sabiedrībā par tā izveides apstākļiem.

14.1. Iesniegtajos materiālos, kas attiecas uz laikposmu 2009.gada nogalē un 2010.gada sākumā, redzama preču zīme **LIVE RĪGA** (fig.) (reģ. Nr. M 61 997)



un tās varianti, kā arī lietojuma paraugi uz izstrādājumiem, kas attiecas uz tūrismu. ApP ieskatā, šie materiāli rada iespaidu, ka tie ir zīmola izstrādātāja piedāvājumi un eksperimentāli paraugi, ne tik daudz reāls lietojums saistībā ar precēm vai pakalpojumiem. Tomēr vairāki materiāli (it īpaši – ko pieteicējs iesniedzis pieteikuma Nr. M-09-1369 lietā) attiecas uz šo motīvu izmantojumu kopā ar svešvalodu tekstiem, visticamāk – kaimiņvalstu presē. Zīme **LIVE RĪGA** (fig.) šajos materiālos parādīta arī ar papildinājumiem, kuros izmantots izskatāmā ornamenta motīvs, tomēr galvenokārt – kā blakus elements, papildinājums vai rotājums. Ilustrācijai te daži piemēri:



Cits piemērs, reāls izstrādājums – prospekts “What to do in Riga? April-June 2011” (šeit – prospekta vāks un viens no atvērumiem):



14.2. ApP ieskatā, šie piemēri liecina, ka izskatāmais ornaments ir ticis izmantots (lielāku vai mazāku fragmentu, platāku vai šaurāku joslu veidā, dažādos krāsu salikumos), taču vienmēr kopā ar preču zīmi **LIVE RĪGA** (fig.) (reģ. Nr. M 61 997) un galvenokārt – kā papildinājums vai dekoratīva apmale, rotājums, pārsvarā – iespieddarbos (16.klases preces), arī tādos, kas izdoti saistībā ar tūrisma vai kultūras pasākumiem (41.klase). No piemēriem gan nav uztverams, ka tas būtu izmantots kā preču zīme (noteikta komersanta identifikācijai), un nekādi nevar konstatēt, ka patērētājiem šis ornaments varētu saistīties ar izskatāmās zīmes pieteicēju AIR BALTIC CORPORATION, AS.

14.3. Apelācijas iesniegumā minēts, ka zīmi pēc savstarpējas vienošanās vai licences ir izmantojis nodibinājums “Rīgas tūrisma attīstības birojs”. Apstākļi kopumā tomēr nekādi nepierāda, ka pieteiktais apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz konkrētām precēm un pakalpojumiem. Atsauksmās uz LPZ 23.panta sesto daļu šeit ir nevietā, jo minētais noteikums (“ja preču zīmi lieto ar tās īpašnieka piekrišanu, uzskata, ka zīmi izmanto tās īpašnieks”) attiecas uz preču zīmes faktiskas izmantošanas pierādījumu izvērtēšanu, nevis uz pierādījumiem par atšķirtspējas iegūšanu ar apzīmējuma lietošanu. Nav pamata apgalvot, ka patērētāji ir ieguvuši priekšstatu, ka šis ornaments ir konkrēta komersanta (AIR BALTIC CORPORATION, AS) preču zīme.

14.4. Šādu patērētāju iegūtu priekšstatu tomēr nevar izsecināt arī no tādiem lietojuma piemēriem, kuros pieteiktais apzīmējums ticis izmantots uz izstrādājumiem, kas ir tiešāk (vai mazāk tieši) saistīti ar pieteicēja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, aviopasažieru pārvadāšanu, un kuros tas bijis redzams

vienlaikus gan ar zīmi **LIVE RĪGA** (fig.) (reģ. Nr. M 61 997), gan ar apelācijas iesniedzēja zīmi **airBaltic** (fig.) (reģ. Nr. M 56 602) (mitrā salvetē; Rīgas plāns):



ApP ieskatā, arī šajos piemēros nav iespējams konstatēt izskatāmā ornamentālā motīva lietojumu, kas būtu nostiprinājis patērētāju priekšstatu par to kā preču zīmi. Vienlaikus šie piemēri demonstrē tādu uzskatāmu ornamenta un izstrādājuma kopskatu, kāds, iespējams, varēja tikt pieteikts preču zīmes reģistrācijai (izstrādājums ar ornamentālu joslu vai apmali).

15. Apsverot visus izskatāmās apelācijas lietas apstākļus kopumā, ApP secina, ka Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem ir pamatota.

IV. Ņemot vērā šā lēmuma II un III daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 17.¹ un 19.panta noteikumiem par apelācijām un to izskatīšanu un pamatojoties uz 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem, **nolemj:**

1. noraidīt uzņēmēj sabiedrības AIR BALTIC CORPORATION, AS apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt figurālas preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrāciju Latvijā;

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 figurālas preču zīmes (ornamenta) (pieteik. Nr. M-09-1370) reģistrācijas atteikumu Latvijā.

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 priekšsēdētājs

/paraksts/

J.Ancītis

ApP sēdes loceklis:

/paraksts/

K.Krūmiņš

/paraksts/

D.Liberte