

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

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

Apelācijas lietu šifrs:
ApP/2011/WO 963 464
ApP/2011/WO 921 697

LĒMUMS

Rīga

2013.gada 13.martā

Apelācijas padome (turpmāk - ApP):

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

2011.gada 16.decembrī izskatīja apelāciju iesniegumus, kurus, balstoties uz 1999.gada likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" (turpmāk - LPZ) 17.¹ panta pirmo daļu un 39.panta sesto daļu, 2011.gada 17.augustā patentpilnvarotā preču zīmju lietās I.Poļaka uzņēmēj sabiedrības TAPIS SAINT MACLOU (Francija) vārdā iesniegusi par Latvijas Republikas Patentu valdes lēmumiem par preču zīmju **HOME MARKET**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība TAPIS SAINT MACLOU (Francija); reģ. Nr. WO 963 464; reģ. dat. - 31.03.2008; bāzes reģistrācijas dati – FR, 07.03.2008, 07 3 528 575; vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. - 03.02.2010; starptautiskajā reģistrā izdarītā ieraksta datums (Starptautiskā biroja paziņojuma attiecinājuma valstu preču zīmju iestādēm datums) – 08.04.2010; 19.kl. preces)

un **HOME MARKET**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība TAPIS SAINT MACLOU (Francija); reģ. Nr. WO 921 697; reģ. dat. - 07.12.2006; bāzes reģistrācijas dati – FR, 24.11.2006, 06 3 435 335; vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. - 03.02.2010; starptautiskajā reģistrā izdarītā ieraksta datums (Starptautiskā biroja paziņojuma attiecinājuma valstu preču zīmju iestādēm datums) – 15.04.2010; 4., 11., 20., 21., 24., 26., 27. un 28.kl. preces)

starptautisko reģistrāciju teritoriālo attiecinājumu uz Latviju aizsardzības atteikumiem.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt Patentu valdes aizsardzības atteikuma lēmumu pamatojumam, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumus un atzīt preču zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) par spēkā esošām Latvijā attiecībā uz visām to reģistrācijās ietvertajām precēm.

ApP sēdē piedalījās uzņēmēj sabiedrības TAPIS SAINT MACLOU pārstāve patentpilnvarotā preču zīmju lietās I.Poļaka un Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamenta vecākā eksperte M.Egle, kas veikusi minēto preču zīmju ekspertīzi.

Ņemot vērā, ka zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) ir identiskas un atšķiras tikai to preču saraksti, ApP ar apelāciju iesniedzēja pārstāves piekrišanu nolēma apvienot abu apelāciju izskatīšanu vienā lietvedībā.

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

1.1. Preču zīme **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) starptautiski, arī attiecībā uz Latviju, reģistrēta kā vārdiska zīme šādām 19.klases precēm: „nemetāliski sienu segumi celtniecībai, būvkoki,

koka paneli, nemetāliskas sienas flīzes celtniecībai, nemetāliskas grīdas flīzes, nemetāliskas plātnes ielu segumam, nemetāliski paneli sienu apšūšanai, parkets, parketa dēļi, nemetāliski grīdas segumi, koka (ceļu) segumi, nemetāliski griesti, caurspīdīgi segumi, luminiscējoši segumi, nemetāliskas bruģakmens plāksnes, mākslīgais akmens”.

1.2. Preču zīme **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) starptautiski, arī attiecībā uz Latviju, reģistrēta kā vārdiska zīme šādām precēm:

- 4.klasē: „sveces”,
- 11.klasē: „gaismekļi (apgaismošanas ierīces)”,
- 20.klasē: „neliela izmēra mēbeles, dekoratīvie spoguļi, mēteļu pakaramie, apģērbu pakaramie, kārbas atvilktnēm, mākslas darbi no koka, korķa, niedrēm, meldriem, klūgām, raga, kaula (arī zivju), perlamutra, jūras putām, šo materiālu aizstājējiem vai no plastmasām, gleznu rāmji; grozi, ne no metāla, dīvanu spilveni, spilveni, pagalvi”,
- 21.klasē: „vannas istabas piederumi, proti, bērnu vannas (pārnēsājamas), skūšanās otas, skūšanās otu turētāji, zobu suku, elektriskas zobu suku, kosmētikas piederumi, neelektriski piederumi grima noņemšanai, dezodoratori personiskām vajadzībām, matu ķemmes ar retiem zariem, tualetes papīra padevējaparāti, ūdens ierīces zobu un smaganu skalošanai, abrazīvi sūkļi ādas beršanai, tualetes sūkļi, sūkļu turētāji, pūderslotiņas, tualetes piederumu komplekti, ķemmes, elektriskās ķemmes, futrāļi ķemmēm, ziepju turētāji, dvieļu turētāji, ne no cēlmetāliem, pūdernīcas, ne no cēlmetāliem, smaržu pulverizatori, ziepju trauki, ziepju dozatori, kosmētikas suku, tualetes piederumi, smaržu izsmidzinātāji, atkritumu tvertnes, vannas un kopšanas līdzekļu dozatori, suku (izņemot otas), ķemmes un sūkļi, mājturības un virtuves piederumi un tilpnes, izņemot izgatavotos no cēlmetāliem, galda piederumi, ne no cēlmetāliem, porcelāna izstrādājumi, glazēti māla izstrādājumi, mākslas priekšmeti no stikla, vāzes, glāzes, svečturi, ne no cēlmetāliem”,
- 24.klasē: „veļa māsaimniecības nolūkiem, gultas veļa, tekstilizstrādājumi vannas istabai, galdauti, tekstilizstrādājumi virtuvei, aizkari, tilla aizkari, mēbeļaudumi, audumi ar uzkarsumu, mēbeļu pārvalki no auduma, galda pārklāji, audumi tekstilizstrādājumiem; piederumi gultu pārklāšanai, proti, dūnu segas, segas, matraču pārvalki, galdauti un salvetes; gultas un vannas istabas tekstilizstrādājumi, kas paredzēti bērniem (izņemot apģērbus)”,
- 26.klasē: „mākslīgie augi un ziedi”,
- 27.klasē: „paklāji, kājslauķi, mašas”,
- 28.klasē: „egļišu rotājumi”.

2. Sākotnējie Patentu valdes lēmumi atteikt preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) aizsardzību Latvijā pieņemti 13.01.2011. Zīmju īpašnieka pārstāves I.Pojakas motivētas atbildes uz šiem atteikumiem Patentu valdē saņemtas 03.05.2011.

Patentu valdes lēmumi atteikt preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) reģistrāciju Latvijā pieņemti 18.05.2011. Apelācijas par šiem lēmumiem iesniegtas 17.08.2011. 13.12.2011 apelāciju iesniedzēja pārstāvei nosūtīti pielikumi 18.05.2011 Patentu valdes ekspertīzes lēmumiem.

3. Patentu valdes lēmumi atteikt preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) aizsardzību Latvijā balstīti uz slēdzienu, ka apzīmējumam **HOME MARKET** trūkst atšķirtspējas, jo attiecīgie patērētāji šo apzīmējumu attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm uztvers kā aprakstošu apzīmējumu - norādi, ka attiecīgās preces ir paredzētas iekšējam tirgum vai mājas labiekārtošanas vajadzībām vai tās ir izgatavojuši individuāli ražotāji mājās (LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkts).

Lēmumi pamatoti ar šādiem apsvērumiem:

3.1. apzīmējums **HOME MARKET** sastāv no vārdiem „home” un „market”. „Home” tulkojumā no angļu valodas nozīmē „māja; mājas; iekšējs; iekšzemes” (skat. *Z.Belzēja un autoru kolektīvs, Angļu-latviešu vārdnīca, 5.izdevums. Cēsis, Design & Printing Services, 483.lpp.*), un pie šī vārda ir dots piemērs „home market” – „iekšzemes tirgus”. Savukārt vārds „market” tulkojumā no angļu valodas nozīmē „tirgus; noiets; tirdzniecība; pārdošana” (skat. *turpat, 609.lpp.*), un arī pie šī vārda ir dots piemērs „home market” – „iekšējais tirgus”;

3.2. tirgus ir publiska vieta, laukums, kur pērk un pārdod mazumtirdzniecības preces (skat. *D.Guļevska un autoru kolektīvs, Latviešu valodas vārdnīca. R., Avots, 2006, 1098.lpp.*). Tirgus („market”)

ir arī process, kurā pircēji un pārdevēji vienojas par preču pirkšanas un pārdošanas nosacījumiem, īstenojot savu vēlmi pirkt vai pārdot noteiktus labumus par noteiktām cenām, un kurš konkurences veidā nodrošina līdzsvaru (skat. *K.Krēsliņš, Ekonomikas un finanšu vārdnīca. R., NORDEN AB, 2003, 358.lpp.*). „Home market” (ekonomikā) – iekšējais tirgus – preču un pakalpojumu plūsma valsts iekšienē (skat. *A.Purviņš, Biznesa leksikas skaidrojošā angļu-latviešu vārdnīca. R., Avots, 2003, 208.lpp.*). Iekšzeme – „home country” – katras valsts teritorija, uz kuru attiecas tās muitas noteikumi (skat. *R.Grēviņa un autoru kolektīvs, Ekonomikas skaidrojošā vārdnīca. R., Zinātne, 2000, 178.lpp.*);

3.3. ņemot vērā iepriekšminēto, Latvijas patērētājs apzīmējumu **HOME MARKET** visdrīzāk uztvers kā „iekšzemes tirgus”, „iekšējais tirgus”, „mājrāzotāju tirgus”. Norāde, ka preces paredzētas iekšējam tirgum, var parādīties, piemēram, uz preču iepakojuma kastēm noliktavā;

3.4. preces, kas ietvertas preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) preču sarakstos, var tikt ražotas iekšējam vai iekšzemes tirgum vai arī būt individuālu ražotāju darbi, līdz ar to apzīmējumam **HOME MARKET** trūkst atšķirtspējas, un tā ir arī aprakstoša (paskaidrojoša) norāde, kuru var lietot komercdarbībā. Neraugoties uz to, ka šim vārdu salikumam ir vairākas nozīmes, neviena no tām nav tāda, kas varētu kalpot par preču zīmi kādam konkrētam uzņēmumam, turklāt minētajam apzīmējumam ir terminoloģisks raksturs;

3.5. apzīmējums **HOME MARKET** var tikt uztverts arī ar nozīmi „tirgus, kur var iegādāties preces mājas labiekārtošanas vajadzībām”, proti, patērētājs varētu uztvert, ka, apmeklējot tirdzniecības vietu ar šādu paskaidrojošu uzrakstu, viņš varēs iegādāties preces mājāsaimniecībai. Šādu iespēju palielina apstākļi, ka Latvijā lielveikalos, lai norādītu uz mājāsaimniecībai paredzētām precēm, mēdz lietot arī apzīmējumu HOME, piemēram, tā tas tiek lietots lielveikalā SPICE HOME;

3.6. preču zīmes atšķirtspēja ir jānovērtē attiecībā uz tām precēm un pakalpojumiem, kuriem tiek prasīta tās aizsardzība, un atkarībā no tā, kā to uztver attiecīgā sabiedrības daļa, kas sastāv no vidusmēra šo preču un pakalpojumu patērētājiem, kas ir labi informēti, vērīgi un uzmanīgi. Vidusmēra informēts, vērīgs un uzmanīgs Latvijas patērētājs samērā labi zina angļu valodu, prātis iztulkot vārdisko apzīmējumu **HOME MARKET** latviešu valodā, kā arī sapratīs tā aprakstošo un terminoloģisko nozīmi;

3.7. lietā nav pierādījumu par uzņēmējsabiedrības TAPIS SAINT MACLOU vārdiskas preču zīmes **HOME MARKET** tādu lietojumu Latvijā, kas ļautu secināt, ka apzīmējums **HOME MARKET** tā izmantošanas rezultātā ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

4. Apelāciju iesniedzēja - uzņēmējsabiedrības TAPIS SAINT MACLOU pārstāve apelāciju iesniegumos un paskaidrojumos ApP sēdes gaitā Patentu valdes lēmumu pamatojumiem nepiekrīt, pretstatot tiem šādus argumentus:

4.1. Patentu valde nav ņēmusi vērā, ka preču zīme **HOME MARKET** ir reģistrēta kā radošs izteiciens, uz to ir jāskatās un tā jāuztver kopumā kā viens veselums, neanalizējot katra vārda nozīmi atsevišķi;

4.2. lai arī katram no vārdiem „home” un „market” ir nozīme („home” tulkojumā no angļu valodas nozīmē „māja, dzimtene, dzimtā vieta, patversme”, bet „market” - „tirgus, noiets, tirdzniecība, pārdošana, pieprasījums, pārtikas veikals”; skat. www.letonika.lv (aplūkots 02.05.2011)), vārdu savienojumam **HOME MARKET** nav viennozīmīgas nozīmes latviešu valodā – to var uztvert gan kā „mājas tirgus”, gan „mājas tirdzniecība”, gan „patversmes pārdošana”. Katrs Latvijas patērētājs to var uztvert savādāk atbilstoši savām angļu valodas zināšanām un individuālajai stila izjūtai. Tātad apzīmējumu **HOME MARKET** droši var uzskatīt par oriģinālu izteicienu, ko veidojis preču zīmju pieteicējs;

4.3. apzīmējums **HOME MARKET** nenorāda uz precī un tās iezīmēm, tas nav ierastais preču veida vai to iezīmju aprakstīšanas paņēmiens. Vārdus **HOME MARKET** kopumā parasti nelieto tirdzniecībā vai komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgās preces. Līdz ar to šim apzīmējumam piemīt atšķirtspēja. Mājāsaimniecības un dekorēšanas preces un apdares materiālus veikalos piedāvā, reklamējot tos ar kvalitātes īpašībām, lietojumu, krāsu vai izmēriem, nevis piederību kādam iekšējam tirgum. Tirgus ir zināms – tā ir vieta, kur precī var nopirkt. Tāpēc neticams liekas apgalvojums, ka patērētājs varētu domāt, ka viņam tiek piedāvātas kāda individuāla ražotāja preces vai ka tās nāk no iekšzemes tirgus, vai ir paredzētas iekšzemes tirgum. Izteiciens **HOME MARKET** ir bezmērķīgs attiecībā uz mājāsaimniecības un dekorēšanas precēm un apdares materiāliem. Līdz ar to šis nav apzīmējums,

kuru var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču veidu, kvalitāti, daudzumu vai lietojumu, bet gan uzņēmuma specifiska preču zīme;

4.4. nevar uzskatīt, ka netieši norādošām preču zīmēm viennozīmīgi trūkst atšķirtspējas. Tāpat nav tādu noteikumu, ka preču zīmes ir jāveido no izdomātiem un citādi neparastiem vārdiem. Atšķirtspējas neesamība nevar rasties tikai no secinājuma, ka izvērtējamai zīmei trūkst fantāzijas elementa vai tā neizskatās neparasti vai uzkrītoši (skat. Vispārējās tiesas (turpmāk – VT; agrāk – Pirmās instances tiesa) spriedumu lietā T-87/00; *Bank für Arbeit und Wirtschaft AG vs. Lekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes un dizainparaugi) (turpmāk - ITSB)* [2001] (EasyBank)). Lai konstatētu zīmes atšķirtspēju, nav nepieciešams secināt, ka zīme ir oriģināla vai fantastiska (skat. VT spriedumu lietā T-360/00; *Dart Industries Inc. vs. ITSB* [2002] (UltraPlus));

4.5. Patentu valdes lēmumā norādīts, ka apzīmējums **HOME MARKET** neiezīmē vienu ražotāju, jo to var lietot jebkurš attiecīgo preču ražotājs, lai uz savu preču iepakojuma norādītu preces piederību kādam no analizētajiem tirgiem, un tādēļ attiecīgais apzīmējums būtu jāatstāj brīvs citu tirgus dalībnieku izmantošanai. Šim viedoklim nevar piekrist, jo, ciktāl runa ir par vārdiskām preču zīmēm, tad te preču zīmju, kas varētu tikt izmantotas, loks ir plašs – aprakstošas, netieši norādošas un izdomātas zīmes. Tādēļ princips, ka apzīmējums jāatstāj brīvs citu tirgus dalībnieku izmantošanai, nav jāpiemēro vārdisku preču zīmju atšķirtspējas ekspertīzē. Ja zīme ir spējīga atšķirt pieteicēja preces no citu tirgus dalībnieku precēm, tad ekspertīzei nevajadzētu turpināties;

4.6. jāņem vērā, ka apzīmējums **HOME MARKET** ir pieteikts reģistrācijai precēm, nevis šo preču tirdzniecības pakalpojumiem;

4.7. gan Latvijā reģistrēto preču zīmju datu bāzē, gan Kopienas preču zīmju datu bāzē ir daudz reģistrāciju, kas ietver vārdus **HOME** un **MARKET**. Tas norāda arī uz to, ka citiem tirgus dalībniekiem netiks nodarīts kaitējums, ja preču zīme **HOME MARKET** tiks reģistrēta. Apzīmējuma **HOME MARKET** izmantošanas izņēmuma tiesības neradīs nekādus šķēršļus konkurentiem veicināt savu preču noietu, izmantojot kādu no zīmes komponentiem kādās citās kombinācijās. Kopienas preču zīmju datu bāzē ir atrodamas vairāk kā 200 vārdiskas preču zīmes, kas reģistrētas attiecībā uz 4., 11., 20., 21., 24., 26., 27. un/vai 28. preču klasi un ietver vārdu „home”, kā arī 20 vārdiskas preču zīmes, kas reģistrētas tām pašām preču klasēm un ietver vārdu „market” (apelācijām ir pievienots preču zīmju saraksts un attiecīgas izdrukas no Kopienas preču zīmju datu bāzes CTM-ONLINE). Tātad katram preču zīmes īpašniekam ir jāpanāk savs oriģināls risinājums, lai patērētājs to zinātu un atpazītu saistībā ar tās īpašnieku;

4.8. Latvijā ir reģistrēta vesela rinda vārdisku preču zīmju, kuras ietver vārdus **HOME** un **MARKET** un kurām nepiemīt lielāka atšķirtspējas pakāpe kā apzīmējumam **HOME MARKET**, proti, **ICA HOME** (reģ. Nr. M 61 443), **OTILIE HOME** (reģ. Nr. M 60 999), **THE HOME IN YOUR POCKET** (reģ. Nr. M 49 560), **SWEETHOME** (reģ. Nr. M 54 871), **HSN HOME SHOPPING NETWORK** (reģ. Nr. M 41 137), **HOME DEPOT** (reģ. Nr. M 46 972), **HOME BOX OFFICE** (reģ. Nr. M 33 694), **MAXIMUS CAPITAL MARKETS** (reģ. Nr. M 61 150), **PHOTOMARKET** (reģ. Nr. M 56 069), **SPORTMARKET** (reģ. Nr. M 56 553), **FOTOMARKET** (reģ. Nr. M 56 068), **MAKSIMARKET** (reģ. Nr. M 48 983), **T-MARKET** (reģ. Nr. M 56 096), **REKLAMARKET** (reģ. Nr. M 52 449) un **BLOOMBERG MARKETS** (reģ. Nr. M 54 655);

4.9. svarīgi ir arī tas, ka preču zīme **HOME MARKET** ir reģistrēta valstīs, kur pamatvaloda ir angļu valoda, proti, Īrijā un Lielbritānijā. Zīme reģistrēta arī Čehijas Republikā, Dānijā, Katarā, kā arī Eiropas Savienībā (reģ. Nr. WO 1 049 582; 2.klases precēm un 35., 37.klases pakalpojumiem). Tātad šajās valstīs apzīmējums **HOME MARKET** netiek uzskatīts par aprakstošu;

4.10. ņemot vērā iepriekšminēto, kā arī to, ka apzīmējums **HOME MARKET** nav saprotams ar kādu konkrētu nozīmi latviešu valodā un tādējādi vidusmēra patērētājs to var uztvert kā oriģinālu preču zīmi, preču zīme **HOME MARKET** būtu jāatzīst par reģistrējamu Latvijā.

5.1. Atbildot uz apelāciju iesniedzēja argumentu, ka apzīmējums **HOME MARKET** ir radošs izteiciens, Patentu valdes pārstāve norāda, ka apzīmējums **HOME MARKET** ir ar konkrētu nozīmi un neveido stilistisku figūru, kura kādam dzīves faktam uz analogijas pamata piekārto tēlainu izteicienu, resp., nav konstatējama alūzijas iespēja.

5.2. Atbildot uz apelāciju iesniedzēja argumentu, ka Latvijā ir reģistrēta vesela rinda preču zīmju, kas ietver vārdus **HOME** un **MARKET**, Patentu valdes pārstāve norāda, ka neviena no uzskaitītajām preču zīmēm nav identiska šajā lietā izskatāmajam apzīmējumam, līdz ar to neviena no tām nevar kalpot par precedentu.

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

1. No lietu materiāliem var konstatēt, ka apelācijas iesniegtas saskaņā ar LPZ un starptautiskās reģistrācijas noteikumos paredzēto kārtību, tādējādi ir pamats tās izskatīt pēc būtības.

2. Patentu valdes lēmumi atteikt preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) aizsardzību Latvijā pamatoti ar atsaucēm uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.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.

LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkts nosaka, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kas sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem vai norādēm, kuras var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, daudzumu, lietojumu (funkcionālo uzdevumu), vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi, preču izgatavošanas vai pakalpojumu sniegšanas laiku vai citas preču vai pakalpojumu īpašības.

3. LPZ ir iekļautas tiesību normas, kas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificēta versija) (agrāk - Padomes 1988.gada 21.decembra Pirmā direktīva 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai, turpmāk tekstā – Preču zīmju direktīva) (skat. LPZ ietverto 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 - minētās direktīvas 3.(1)(c) panta noteikumus, līdz ar to šo LPZ noteikumu piemērošanas sakarā ievērojama Eiropas Savienības tiesas (turpmāk – EST; agrāk – Eiropas Kopienų tiesa) dotā attiecīgo direktīvas normu interpretācija.

3.1. 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 (skat. 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* [2003]) 40.punktu un EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-299/99 (*Koninklijke Philips Electronics NV v Remington Consumer Products Ltd* [2002] (Philips)) 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. 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* [2003]) 41.punktu).

3.2. Direktīvas 3.(1)(c) panta mērķis ir saistīts ar sabiedrības interesēm, proti, 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. EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 (*Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) vs. Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger* [1999] (Chiemsee)) 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. EST sprieduma lietā C-191/01 P (*ITSB vs. Wm. Wrigley Jr. Company* [2003] (DOUBLEMINT)) 32.punktu).

4. Preču zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) pieteiktas dažādām precēm, kas paredzētas mājokļa remontam, mājas labiekārtošanai un dekorēšanai, dažādiem virtuves un mājturības piederumiem, kā arī vannas istabas priekšmetiem. Arī tās preču zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) 19.klases preču sarakstā ietvertās preces, kuras tieši nav paredzētas mājas iekštelpu labiekārtošanai (piemēram, mākslīgais akmens, bruģakmens

plāksnes, plātnes ielu segumam), var tikt izmantotas, iekārtojot virtuvi, priekšnamu, izbūvējot terasi vai celiņu uz māju.

Visas minētās faktiski ir plaša patēriņa preces, ar kurām saskarē kā to pircējs vai patērētājs var nonākt jebkurš Latvijas vidusmēra patērētājs, kurš nolēmis labiekārtot savu māju vai veikt tajā nelielu remontu. Jāpiekrīt viedoklim, ka Latvijas vidusmēra patērētājs ir labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs un pārvalda latviešu un zināmā mērā arī krievu un angļu valodas. Attiecībā uz 19.klases precēm par relevantajiem patērētājiem jāuzskata arī speciālisti, piemēram, celtniecības inženieri, kuru zināšanas konkrētajā jomā mēdz būt padziļinātas.

5. Apzīmējums **HOME MARKET** veidots no diviem nosacīti patstāvīgiem vārdiem – **HOME** un **MARKET**. Tāpēc ApP atzīst par pareizu, ka šī apzīmējuma aizsardzības spēja vispirms tiek analizēta pa daļām, bet pēc tam tiek novērtēts viss apzīmējums kopumā.

6. Vārds „home” tulkojumā no angļu valodas nozīmē „māja; dzimtene, dzimtā vieta; patversme”, arī „mājas-; iekšējs” (skat. www.letonika.lv (aplūkots 02.05.2011)). Kā piemēri vārda „home” lietošanai šajā šķirklī citu starpā doti arī vārdu savienojumi „home economics” (latviski – „mājturība”) un „home market” (latviski – „iekšzemes tirgus”). Savukārt vārds „market” nozīmē „tirgus; noiets; tirdzniecība, pārdošana; pieprasījums; pārtikas veikals” (skat. turpat).

ApP uzskata, ka attiecīgie Latvijas patērētāji noteikti sapratīs abu minēto vārdu nozīmi, jo tie abi ietverti arī nelielās vārdnīcās – piemēram, izdevumā *V.Kuzina, 3000 latviešu sarunvalodas biežāk lietotie vārdi ar tulkojumu krievu, vācu un angļu valodā* (R., Valsts valodas centrs, 1998., 126. un 236.lpp.) Šajā vārdnīcā ietverta vārda „home” nozīme „māja” un vārda „market” nozīme „tirgus”, tātad tā arī visticamāk Latvijas vidējais patērētājs uztvers abus šos vārdus.

7. Uzņēmumi mēdz piedāvāt preces mājai. Piemēram, tirgotāja K-RAUTA preču katalogā, kas pieejams mājas lapā <http://www.k-rauta.lv> (aplūkots 03.03.2013), atrodama sadaļa „preces mājai”. Tas pats attiecas uz tirdzniecības centru GALLERIA RIGA – arī tā mājas lapā <http://galleriariga.lv/lv/veikali> (aplūkots 03.03.2013) kā viena no veikalu kategorijām norādīta „preces mājai”. Šajos veikalos var iegādāties plašu preču klāstu – „sākot no ziediem un avīzēm, līdz pat elektroprecēm un interjera priekšmetiem” (tā norādīts GALLERIA RIGA mājas lapā). Arī tirgotāja BŪVNICĪBAS ABC mājas lapā <http://www.buvniecibas-abc.lv/instrumenti/preces-majai/> (aplūkots 03.03.2013) preču katalogā izdalīta kategorija „preces mājai”.

8. Lai norādītu, ka veikalā tiek tirgotas mājokļa remontam vai labiekārtošanai paredzētas preces, tirgotāji kopā ar savu preču zīmi mēdz izmantot apzīmējumu **HOME**. Piemēram, Spānijas uzņēmums ZARA bez apģērbu veikaliem izveidojis arī dažādu mājas labiekārtošanai paredzētu preču veikalu ķēdi ar nosaukumu ZARA HOME (skat. <http://www.zarahome.com/webapp/wcs/stores/servlet/home/zarahomees/es/zarahomees> (aplūkots 16.12.2011)). Apzīmējumu **HOME** lieto arī Latvijas komersanti – piemēram, tirdzniecības centrā SPICE (Rīgā, Lielirbes ielā 29) izveidots lielveikals SPICE HOME, kurā var iegādāties mēbeles un interjera preces, gaismas ķermeņus, mājas tekstilu, traukus, virtuves piederumus u.tml. preces (skat. <http://www.spicehome.lv/lv/veikali/mebeles-un-interjers/> (aplūkots 16.12.2011)). „Spice Home ir tirdzniecības centra Spice satelītcentrs, kas atklāts 2007.gada novembrī (agrākais Spice Home nosaukums - Mēbeļu un interjera centrs Spice). Šis ir lielākais specializētais mājas preču veikals Baltijas valstīs. Vairāk nekā 20 000 kvadrātmetru platībā zem viena jumta ir apvienoti 38 mājas lietu veikali.” (skat. <http://www.spicehome.lv/lv/par-uznemumu/> (aplūkots 03.03.2013)).

9. Ņemot vērā iepriekš minēto, ApP uzskata, ka Latvijas vidusmēra patērētājs, kurš ne pārāk perfekti pārzina angļu valodas gramatiku, apzīmējumu **HOME MARKET** saistībā ar reģistrācijai pieteiktajām precēm var uztvert ar nozīmi „mājai paredzētu preču tirgus”, „mājai paredzētu preču tirdzniecība”, „mājai paredzētu preču pārdošana”, „vieta, kur iegādāties preces mājas iekārtošanai” vai tml. ApP uzskata, ka Latvijas patērētājs sapratīs vārdu salikuma **HOME MARKET** nozīmi, taču var arī nezināt, vai tieši šādu vārdu salikumu lieto pareizā angļu valodā. Latvijas patērētāja uztverē vārdu **HOME** un **MARKET** apvienojums nav nekas vairāk kā tā sastāvdaļu summa, un šie vārdi neveido kādu oriģinālu vai tēlainu izteicienu.

10. Savukārt, piemēram, preču piegādātāji, kuri preces redz nevis veikalos un tirdzniecības vietās, bet gan preču katalogos un noliktavās, un kuri zināmos apstākļos arī var tikt uzskatīti par attiecīgajiem patērētājiem, kā arī inženieri, kas uzņēmuma interesēs izvēlas būvmateriālus, vārdu

salikumu **HOME MARKET** saistībā ar attiecīgajām precēm var uztvert arī ar nozīmi „iekšzemes tirgus” vai „iekšējais tirgus”, proti, kā norādi, ka attiecīgās preces kaut kādu iemeslu dēļ (valoda, kultūras vai reliģiskās tradīcijas vai tml.) paredzētas noietam iekšējā tirgū.

11. Apelāciju iesniedzējs norāda, ka jāņem vērā, ka apzīmējums **HOME MARKET** ir pieteikts precēm, nevis šo preču tirdzniecības pakalpojumiem. ApP uzskata, ka šis apstāklis vēl nenozīmē, ka apzīmējums **HOME MARKET** tik tiešām tiks izmantots vienīgi attiecīgo preču, nevis to tirdzniecības pakalpojumu marķēšanai. Ilgus gadus pasaules praksē tirdzniecības pakalpojumus neuzskatīja par pakalpojumiem Starptautiskās preču un pakalpojumu klasifikācijas (Nicas klasifikācijas) izpratnē. Līdz ar to komersanti, kuri vēlējās aizsargāt savu veikalu preču zīmes, bija spiesti tās reģistrēt precēm, kuras tika tirgotas vai bija paredzētas tirgot šajos veikalos.

Par to, ka šis varētu būt līdzīgs gadījums, netieši norāda fakts, ka preču zīme **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 1 049 582) starptautiski, arī attiecībā uz Eiropas Savienību, ir pieteikta cita starpā arī dažādu mājas iekārtošanas preču mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumiem 35.klasē. Bez tam no Interneta vietnē [https://fr.wikipedia.org/wiki/Saint-Maclou_\(enseigne\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Saint-Maclou_(enseigne)) (aplūkots 12.03.2013) pieejamās informācijas izriet, ka uzņēmējsabiedrība TAPIS SAINT MACLOU ir tirgotājs, nevis preču ražotājs.

12. Līdz ar to, novērtējot apzīmējumu **HOME MARKET** kopumā, ApP uzskata, ka, ciktāl runa ir par mājas remontam un labiekārtošanai paredzētām precēm, pastāv ļoti liela iespēja, ka Latvijas patērētāji apzīmējumu **HOME MARKET** uztvers nevis kā sugestīvu apzīmējumu, bet gan tikai un vienīgi kā norādi par to, kādas jomas preces viņiem tiek piedāvātas. Šis apzīmējums kopumā pietiekami skaidrā un nepārprotamā veidā (un nevis asociatīvi) norāda uz to, ka tiek piedāvātas mājas iekārtošanai vai, zināmos apstākļos, iekšējam tirgum paredzētas preces.

13. Līdz ar to ApP secina, ka pastāv iespēja, ka apzīmējumu **HOME MARKET** var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču veidu un lietošanas nolūku, līdz ar to tas nespēj veikt preču zīmes funkciju - norādīt uz komerciālo izcelsmi no kāda konkrēta uzņēmuma. Tātad Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem ir pamatota. Apzīmējumam **HOME MARKET** piemīt pietiekami tieša un konkrēta saikne ar attiecīgajām precēm, kas ļauj konkrētajai sabiedrības daļai nekavējoties un bez papildu pārdomām uztvert attiecīgo preču aprakstu vai kādu no preču īpašībām.

14. Vārdiskai preču zīmei, kas apraksta preču vai pakalpojumu īpašības, šī iemesla dēļ neizbēgami nav atšķirtspējas attiecībā uz šīm pašām precēm vai pakalpojumiem (skat. EST sprieduma lietā C-363/99 (*Koninklijke KPN Nederland NV vs. Benelux-Merkenbureau* [2004] (Postkantoor)) 86.punktu). Tātad Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem ir pamatota.

ApP nepiekrīt apelāciju iesniedzēja apgalvojumam, ka princips, ka apzīmējums jāatstāj brīvs citu tirgus dalībnieku izmantošanai, nebūtu jāpiemēro vārdisku preču zīmju atšķirtspējas novērtēšanā. Kā jau minēts iepriekš, katrai personai ir jābūt brīvai iespējai lietot attiecīgās preces vai pakalpojumus raksturojošus apzīmējumus.

15. Šajā lietā nav nozīmes apelāciju iesniedzēja argumentam, ka preču zīme **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) ir reģistrēta Īrijā, Lielbritānijā, Čehijas Republikā, Dānijā, Katarā un Eiropas Savienībā. ApP nav zināmi apsvērumi, kas tikuši ņemti vērā, reģistrējot šo apzīmējumu minētajās teritorijās.

Lēmumu par konkrētā apzīmējuma aizsargāšanu Latvijā nevar ietekmēt citu valstu reģistrācijas. Jāņem vērā, ka apzīmējuma aizsardzības izvērtējuma pamatā var būt attiecīgā apzīmējuma uztveres īpatnības konkrētajā valstī, kas ir atkarīgas no šā apzīmējuma primārās nozīmes, tā izmantošanas veida, ilguma, apjoma u.tml. Tādējādi pat identiskas zīmes reģistrācijas fakts vienā valstī pats par sevi nevar būt par pamatu apzīmējuma reģistrācijai citā valstī.

16. Šajā lietā nav nozīmes arī apelāciju iesniedzēja argumentam, ka Latvijā ir reģistrēta vesela rinda vārdisku preču zīmju, kas ietver vārdus **HOME** un **MARKET**, kurām nepiemīt lielāka atšķirtspējas pakāpe kā apzīmējumam **HOME MARKET**.

ApP uzskata, ka apzīmējumiem **ICA HOME** (reģ. Nr. M 61 443), **OTILIE HOME** (reģ. Nr. M 60 999), **THE HOME IN YOUR POCKET** (reģ. Nr. M 49 560), **SWEETHOME** (reģ. Nr. M 54 871), **HSN HOME SHOPPING NETWORK** (reģ. Nr. M 41 137), **MAXIMUS CAPITAL MARKETS** (reģ. Nr. M 61 150), **T-MARKET** (reģ. Nr. M 56 096), **REKLAMARKET** (reģ. Nr. M 52 449) un **BLOOMBERG MARKETS** (reģ. Nr. M 54 655) neapšaubāmi piemīt lielāka atšķirtspējas pakāpe nekā apzīmējumam **HOME MARKET**.

Tas pats attiecas arī uz preču zīmi **HOME DEPOT** (reģ. Nr. M 46 972), jo tā reģistrēta reklāmai, darījumu vadīšanai, apgādei ar uzturu, ārstnieciskajai aprūpei u.c. pakalpojumiem, preču zīmi **HOME BOX OFFICE** (reģ. Nr. M 33 694), jo tā reģistrēta filmām un izklaides pakalpojumiem, kā arī preču zīmēm **PHOTOMARKET** (reģ. Nr. M 56 069) un **FOTOMARKET** (reģ. Nr. M 56 068), jo tās reģistrētas alkoholiskajiem dzērieniem.

17. Lietā nav pierādījumu par uzņēmējdarbības TAPIS SAINT MACLOU vārdiskas preču zīmes **HOME MARKET** tādu lietojumu Latvijā, kas ļautu secināt, ka apzīmējums **HOME MARKET** tā izmantošanas rezultātā ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 17.¹ un 19. panta noteikumiem par apelācijām un to izskatīšanu un pamatojoties uz 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt uzņēmējdarbības TAPIS SAINT MACLOU apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt starptautiski reģistrētās preču zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) aizsardzību Latvijā;

2. noraidīt uzņēmējdarbības TAPIS SAINT MACLOU apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt starptautiski reģistrētās preču zīmes **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) aizsardzību Latvijā;

3. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar starptautiski reģistrēto preču zīmju **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 963 464) un **HOME MARKET** (reģ. Nr. WO 921 697) aizsardzības atteikumu Latvijā.

Saskaņā ar likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 19.panta astotās daļas noteikumiem apelācijas iesniedzējs (preču zīmes īpašnieks) 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/

D.Liberte

/paraksts/

K.Krūmiņš