

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

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

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/2012/M-11-210

LĒMUMS

Rīga

2013.gada 9.janvārī

Apelācijas padome (turpmāk - ApP):

ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi - D.Liberte un A.Pāže,
ApP sekretāre - D.Kotlika

2012.gada 6.jūlijā izskatīja apelācijas iesniegumu, kuru, balstoties uz 1999.gada likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" (turpmāk - LPZ) 17.¹panta pirmo daļu, 2012.gada 5.martā uzņēmuma ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA (Šveice) vārdā patentpilnvarotā preču zīmju lietās L.Fjodorova iesniegusi par Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk - Patentu valde) 2011.gada 5.decembrī pieņemto lēmumu par preču zīmes **Fitch**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmums ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA; pieteik. Nr. M-11-210; pieteikums ir Kopienas preču zīmes Nr. 0888140 daļēja konversija; pieteik. dat. - 22.03.2006; 18.kl. preces un 35.kl. pakalpojumi)

reģistrācijas atteikumu 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes; mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi”.

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

ApP sēdē piedalījās:

- apelācijas iesniedzēja – uzņēmuma ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA pārstāve patentpilnvarotā preču zīmju lietās L.Fjodorova;
- Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamenta vadošā eksperte I.Korte, kas veikusi minētās preču zīmes ekspertīzi.

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

1. Vārdiskā preču zīme **Fitch** reģistrācijai Latvijā pieteikta kā Kopienas preču zīmes Nr. 0888140 (pieteik. dat. 22.03.2006) daļēja konversija attiecībā uz 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes; mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi; lietussargi” un 35.klases pakalpojumiem „uzņēmumu pārvalde un vadība; biroja darbi; preču reklamēšana; reklāmas paraugu izplatīšana; preču un pakalpojumu izsoļu rīkošana; tirgus izpēte”.

2. Patentu valde 05.12.2011 pieņēmusi lēmumu atteikt preču zīmes **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) reģistrāciju Latvijā daļai no pieteikumā ietvertajām 18.klases precēm, proti, ādas izstrādājumiem, kas nav ietverti citās klasēs (jo īpaši siksnām, somām, kastītēm), maziem ādas izstrādājumiem, jo īpaši naudas makiem, kabatas portfeļiem un atslēgu maciņiem.

3. Minētais Patentu valdes lēmums balstīts uz slēdzienu, ka apzīmējums **Fitch** attiecībā uz ādas izstrādājumiem tiks uztverts kā aprakstošs apzīmējums, kas norāda, ka attiecīgās preces vai to daļas ir no seskādas, līdz ar to tam trūkst atšķirtspējas (LPZ 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkts). Savukārt seskādu aprakstoša apzīmējuma lietojums attiecībā uz izstrādājumiem, kuri nav no seskādas vai kuru daļas nav no seskādas, var maldināt patērētājus par preču raksturu (LPZ 6.panta pirmās daļas 7.punkts). Lēmums pamatots ar šādiem apsvērumiem:

3.1. vārds „fitch” tulkojumā no angļu valodas nozīmē „seskāda” (skat. Angļu-latviešu vārdnīcu vietnē www.letonika.lv , arī Britu enciklopēdiju (*The New Encyclopaedia Britannica*, 4.sējums. *Encyclopaedia Britannica, Inc*, 2005, 802.lpp.) un *Merriam-Webster* Interneta vārdnīcu (<http://www.merriam-webster.com/dictionary/fitch>)). Minētās vārdnīcas nav ne profesionālas, ne specifiskas, un tajās nav norādes uz to, ka vārds „fitch” būtu vecvārds;

3.2. ņemot vērā to, ka kažokzvēri nav izplatīta sarunvalodu tēma, var piejaut, ka sarunvalodas vārdnīcās nav minēts ne tikai sesks, bet arī citi kažokzvēri (piemēram, šinšila, polārlapsa vai ūdele). Tādēļ nevar uzskatīt, ka vārda „fitch” neesamība angļu-latviešu sarunvalodas vārdnīcā liecina par to, kā patērētāji šo vārdu uztvertu saistībā ar reģistrācijai atteiktajām precēm;

3.3. veicot preču zīmes ekspertīzi, tiek ņemta vērā relevanto patērētāju uztvere, t.i., ne tikai Latvijas vidusmēra patērētāja uztvere, bet arī informēto ieinteresēto personu (piemēram, tirgotāju, preču piegādātāju) uztvere. Savukārt Latvijas vidusmēra patērētāja, kas šodien nav labi informēts par angļu valodas vārda „fitch” nozīmi, uztvere var mainīties, pieaugot informētības līmenim sakarā ar to, ka var mainīties regulējums attiecībā uz informāciju, kas ir jānorāda par precī, mode vai citi apstākļi;

3.4. var droši apgalvot, ka apzīmējums **Fitch** saistībā ar ādas izstrādājumiem (siksniņām, somām, kastītēm) un maziem ādas izstrādājumiem (naudas makiem, kabatas portfeliem un atslēgu maciņiem) tiks uztverts kā aprakstošs apzīmējums, proti, kā norāde uz to, ka šie izstrādājumi vai to daļas ir no seskādas. Vienam īpašniekam nedrīkst piešķirt tiesības uz apzīmējuma **Fitch** izmantošanu, jo kā preču materiālu aprakstošu apzīmējumu to var lietot komercdarbībā jebkurš uzņēmējs, kas ražo līdzīgus izstrādājumus. Tātad uz apzīmējumu **Fitch** attiecas LPZ/99 6. panta pirmās daļas 3. punkta nosacījumi;

3.5. patērētāji neuztvers apzīmējumu **Fitch** kā vienu konkrētu uzņēmumu identificējošu apzīmējumu. Aprakstošam apzīmējumam atšķirtspēju var piešķirt izteiksmīgs burtu grafiskais izpildījums vai papildelementi - figurāls elements vai tāds vārdisks apzīmējums, kam piemīt atšķirtspēja. Pietiektais apzīmējums **Fitch** ir vārdiska zīme bez atšķirtspējīgiem papildelementiem, tādēļ tas nevar pildīt preču zīmes galveno funkciju - nodrošināt atšķirību viena uzņēmuma precēm no citu uzņēmumu precēm. No patērētāju uztveres viedokļa apzīmējumam **Fitch** piemīt tikai aprakstošs raksturs un līdz ar to trūkst preču zīmei nepieciešamās atšķirtspējas LPZ/99 6. panta pirmās daļas 2. punkta izpratnē;

3.6. runājot par LPZ/99 6. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumu piemērošanu, jāpievērš uzmanība tam, ka šīs normas 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. Bez tam, kā tas izriet no Eiropas Kopienu tiesas (EKT; tagad – Eiropas Savienības tiesa) atzinumiem lietā C-191/01 P (*Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM) vs. Wm. Wrigley Jr. Company* [2003] (Doublemint)), 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 izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašības (skat. šai sakarā arī EKT lietu C-265/00 (*Campina Melkunie BV vs. Benelux-Merkenbureau* [2004] (Biomild)), 35.-38. punkts);

3.7. sesks ir kažokzvērs (skat. attiecīgo šķirkli Latvijas padomju enciklopēdijas 8.sējumā; GER, R., 1986., 678.lpp.), un kažokzvēru ādu izmanto arī preču, kurām atteikta preču zīmes reģistrācija, ražošanā. Tātad arī seskādu var izmantot šo preču ražošanai. Ņemot vērā to, ka vārds „fitch” tiek lietots komercdarbībā kažokzvēru ādas apzīmēšanai (skat., piem., ASV Kažokādas komisijas tīmekļa vietni <http://www.furcommission.com/?s=fitch>, Interneta vārdnīcu *Wikipedia* http://en.wikipedia.org/wiki/European_Polecat, Interneta rokasgrāmatu *eHow* http://www.ehow.com/facts_6387136_fitch_.html, kažokādas izstrādājumu veikala *FurBoutique* tīmekļa vietni <http://www.furboutiquedenver.com/guide.htm>, kažokādas izstrādājumu veikala *Sir Charles Online Store* tīmekļa vietni <http://www.luxuryfurcoatsandgifts.com/Animals/fitch.html>, kažokādas izstrādājumiem

veltītu tīmekļa vietni *furs.com* adresē <http://174.36.112.119/resources/price.php>), šo apzīmējumu var izmantot arī minēto preču aprakstīšanai;

3.8. patērētājiem, kas iegādājas izstrādājumus no kažokādas, ir svarīgi zināt, no kāda kažokzvēra ādas tie ir izgatavoti. Par to, ka kažokādas veids patērētājiem ir būtisks preču izvēles kritērijs, var spriest pēc tā, ka uzņēmēji, informējot patērētājus par kažokādas izstrādājumiem, norāda, no kādas kažokādas šie izstrādājumi ir gatavoti. Internetā pieejamos preču katalogos tiek piedāvātas gan ūdeļādas somiņas (skat. http://www.alibaba.com/product-free/11954232/Mink_Bag.html), gan trušādas maciņi (skat. <http://leatherad.blogspot.com/2010/12/rabbit-fur-wallet.html>), gan leoparda ādas jostas (tīmekļa vietnē <http://www.stylecaster.com>), gan kastītes ar vilka ādas dekoru (skat. <http://lupagreenwolf.deviantart.com/art/Wolf-fur-box-1-201857611>);

3.9. nevar uzskatīt, ka patērētāji pieteikto apzīmējumu **Fitch** uztvers tikai kā pieteicēja preču zīmi. Kā to liecina, piem., uzņēmuma ABERCROMBIE & FITCH veikala tīmekļa vietnē redzamais, pieteicējs patērētājiem ir zināms ar preču zīmi **ABERCROMBIE & FITCH**, ko saīsina kā **A&F**, nevis **Fitch**. Tādēļ patērētāji nesaistīs apzīmējumu **Fitch** ar pieteicēju;

3.10. pieteiktā apzīmējuma reģistrējamību nevar ietekmēt identiskas zīmes reģistrācijas fakts citā valstī. Kā tas jau daudzkārt atzīmēts Patentu valdes un Patentu valdes Apelācijas padomes lēmumos, katrā valstī var būt atšķirīga pieeja preču zīmes reģistrācijas absolūto atteikumu pamatojumu piemērošanā, turklāt jāņem vērā, ka apzīmējuma reģistrējamības pamatā var būt attiecīgā apzīmējuma uztveres īpatnības konkrētajā teritorijā, kas ir atkarīgas no šā apzīmējuma primārās nozīmes, tā lietojuma saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, izmantošanas ilguma un apjoma u.tml.

4. Apelācijas iesniedzēja - uzņēmuma ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA pārstāve apelācijas iesniegumā Patentu valdes lēmuma pamatojumiem nepiekrīt, pretstatot tiem šādus argumentus:

4.1. apzīmējuma kā preču zīmes reģistrācija vienmēr tiek lūgta precēm vai pakalpojumiem, kas minēti reģistrācijas pieteikumā. Tādējādi preču zīmes atšķirtspēja ir jāvērtē, pirmkārt, saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, kuriem reģistrācija tiek lūgta, un, otrkārt, saistībā ar konkrētās sabiedrības daļas uztveri (EKT sprieduma lietā C-299/99 (*Koninklijke Philips Electronics NV vs. Remington Consumer Products Ltd.* [2002] (Philips)) 59.punkts un EKT sprieduma lietā C-104/01 (*Libertel Groep BV vs. Benelux-Merkenbureau* [2003] (Libertel)) 75.punkts);

4.2. tāpat Latvijas Republikas Patentu valdē pieteiktas preču zīmes reģistrācijas gaitā jāvērtē Latvijas Republikas vidusmēra patērētāja uztvere:

4.2.1. valsts valoda Latvijā ir latviešu valoda, un liela daļa Latvijas iedzīvotāju pārvalda krievu valodu. Tomēr Latvijas vidusmēra patērētāja angļu valodas zināšanu līmenis nav augstāks par sarunvalodas līmeni – maz ticams, ka tas ir tāds, lai saprastu tik specifiska angļu valodas vārda kā „fitch” nozīmi. Šis vārds nav atrodams angļu-latviešu sarunvalodas vārdnīcās, bet tikai profesionālās un specifiskās vārdnīcās;

4.2.2. vārds „fitch” nav uzskatāms par internacionālu, un Latvijas vidusmēra patērētājam tas nerada nekādas asociācijas ar vārdiem latviešu vai krievu valodā;

4.2.3. Patentu valdes eksperts faktiski piekrīt tam, ka vārds „fitch” nav sarunvalodas vārds, taču tik un tā izdara secinājumu, ka „var droši apgalvot, ka apzīmējums **Fitch** uz daļu no 18.klasē [...] pieteiktajām precēm tiks uztverts kā aprakstošs apzīmējums”;

4.2.4. Patentu valde atsaucas uz vārdnīcām – 2007.gada Angļu-latviešu vārdnīcu, kurā apkopoti 85 000 šķirkļu un 175 000 tulkotu leksikas vienību, 2005.gada Britu enciklopēdiju, kas izdota 15.redakcijā, kā arī uz *Merriam-Webster* Interneta vārdnīcu. Nav sagaidāms, ka Latvijas vidusmēra patērētājs pārvaldītu šajā apjomīgajā vārdnīcā un ārvalstu enciklopēdijās apkopoto vārdu krājumu. Tāpēc fakts, ka vārds „fitch” ir atrodams šajos specifiskajos izdevumos, neatsver argumentu, ka Latvijas vidusmēra patērētājs neuztver šī vārda nozīmi angļu valodā. Savukārt Patentu valdes atsaucei uz Latvijas padomju enciklopēdijas 8.sējumu, kurā skaidrots, kas ir sesks, nav nekādas nozīmes, jo vērtējamais vārds ir „fitch”, nevis „sesks”;

4.2.5. Patentu valdes lēmumā norādīts uz to, ka, veicot preču zīmes ekspertīzi, tiek ņemta vērā ne tikai Latvijas vidusmēra patērētāju, bet arī informēto ieinteresēto personu (piemēram, tirgotāju, preču piegādātāju) uztvere. Apelācijas iesniedzējs tomēr uzskata, ka nav pamata secināt, ka angļu valodas vārda „fitch” nozīmi uztvers ieinteresētās personas. Vēl vairāk – būdami profesionāli konkrētajā jomā, tie vislabāk atpazīs preču materiālu, ņemot vērā produkta izcelsmi, ražotāju, nozares praksi. Tādēļ pat tad, ja tirgotājs vai preču piegādātājs saprastu šī angļu valodas vārda nozīmi, viņš to tomēr uztvertu kā preču zīmi, nevis aprakstošu norādi;

4.2.6. par tikpat hipotētisku un tāpēc vērā neņemamu uzskatāms arī Patentu valdes apgalvojums, ka Latvijas vidusmēra patērētāja, kas šodien nav labi informēts par angļu valodas vārda „fitch” nozīmi, uztvere var mainīties, pieaugot informētības līmenim sakarā ar to, ka var mainīties regulējums attiecībā uz informāciju, kas ir jānorāda par precī, mode vai citi apstākļi. Ja mainīties regulējums attiecībā uz informāciju, kas ir jānorāda par precī, tad, ņemot vērā, ka Latvijas Republikā valsts valoda ir latviešu valoda, regulējums neskar apzīmējuma „fitch” kā preču zīmes lietojumu. Savukārt apstākļi, kas var ietekmēt Latvijas vidusmēra patērētāja angļu valodas zināšanas, ir ļoti hipotētiski. Atbilstoši Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas interpretācijai personas tiesības uz preču zīmi ir personas tiesības uz īpašumu. Tiesības uz īpašumu var ierobežot, ja pastāv publiska interese, kuras aizstāvība ir svarīgāka par konkrētās personas tiesībām. Šādam ierobežojumam jābūt ar leģitīmu mērķi, kas ir balstīts uz objektīvi pamatotiem apsvērumiem, nevis hipotētiskiem pieņēmumiem, kuru iestāšanās nākotnē nav prognozējama pat ar minimālu noteiktību;

4.2.7. EKT lietā C-421/04 (*Matratzen Concord AG vs. Hukla Germany SA* [2006] (*Matratzen Concord*)) ir atzinusi, ka:

- lai novērtētu, vai nacionālajai zīmei nepiemīt atšķirtspēja vai arī tā apraksta preces vai pakalpojumus, kuriem iesniegts reģistrācijas pieteikums, jāņem vērā ieinteresēto personu uztvere, proti, uztvere tirdzniecībā, un/vai samērā informēta, uzmanīga un apdomīga minēto preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētāja uztvere teritorijā, attiecībā uz kuru iesniegts reģistrācijas pieteikums;
- iespējams, ka starp dalībvalstīm pastāvošu lingvistisku, kultūras, sociālu vai ekonomisku atšķirību dēļ preču zīme, kurai nepiemīt atšķirtspēja vai kas apraksta preces vai pakalpojumus vienā dalībvalstī, tāda nav citā dalībvalstī;
- tāpat Padomes 1988.gada 21.decembra Pirmā direktīva 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai (tagad - Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīva 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (Kodificēta versija); turpmāk – Preču zīmju direktīva) neiestājas pret to, ka dalībvalstī kā nacionāla preču zīme tiek reģistrēts vārds, kas aizgūts no citas dalībvalsts valodas, kurā tam nepiemīt atšķirtspēja vai kurā tas apraksta preces vai pakalpojumus, kuriem iesniegts reģistrācijas pieteikums, ja vien ieinteresētās personas dalībvalstī, kurā reģistrācijas pieteikums ir iesniegts, nevar identificēt šī vārda nozīmi;

4.2.8. šādos gadījumos būtu jāseko, piemēram, Spānijas tiesu praksei, kas no svešvalodām aizgūtus vārdus uzskata par patvaļīgiem, kaprīzes dēļ radītiem vai pilnībā izdomātiem, vismaz tad, ja tajos nav saskatāma līdzība ar spāņu valodas vārdu, kas ļautu domāt, ka vidusmēra patērētājs zina to nozīmi vai ka tie valsts tirgū būtu ieguvuši faktisku nozīmi (skat. EKT sprieduma lietā C-421/04 (*Matratzen Concord AG vs. Hukla Germany SA* [2006] (*Matratzen Concord*) 12.punktu);

4.3. novērtējot preču zīmes atšķirtspēju, tā ir jāvērtē saistībā uz pieteiktajām precēm, bet ierastā angļu valodā vārdu „fitch” neizmanto attiecībā uz 18.klases precēm, kurām pieteikta preču zīmes **Fitch** reģistrācija:

4.3.1. mūsdienu angļu valodā, lai apzīmētu vārdus „sesks” un „seskāda”, tiek lietoti vārdi „polecat” un attiecīgi „polecat fur”. Kā liecina Oksfordas vārdnīca (*Oxford Dictionaries Online*, skat. <http://oxforddictionaries.com/definition/fitch>), vārds „fitch” ir vecvārds. Līdz ar to pat tā sabiedrības daļa, kas padziļināti pārvalda angļu valodu, vārdu „fitch” uztvers kā atšķirtspējīgu, jo ierastā valodā to neizmanto saistībā ar attiecīgajām precēm un to būtiskajām īpašībām;

4.3.2. nepastāv saistība starp apzīmējumu „fitch” un 18.klases precēm - ādas izstrādājumiem, kas nav ietverti citās klasēs (jo īpaši siksnām, somām, kastītēm), maziem ādas izstrādājumiem, jo īpaši naudas makiem, kabatas portfeliem un atslēgu maciņiem, jo minētās preces netiek ražotas no seskādas un to apzīmēšanai netiek izmantots apzīmējums „fitch”. Tas, ka jostu un maku ražošanā netiek izmantota seskāda, patērētājam ir tikpat pašsaprotami kā tas, ka šādu preču ražošanā netiek izmantota peļu, kurmjū vai putnu āda;

4.3.3. tiesību normā noteiktais, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kas sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem vai norādēm, kuras var izmantot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgās preces vai pakalpojumus, ir jāinterpretē, ņemot vērā normālas komercdarbības praksi, kurā saprātīgi sagaidāms konkrēto vārdu lietojums, taču šo ierobežojumu nevar attiecināt uz tādiem apzīmējumiem, kuru lietojums komercdarbībā attiecībā uz konkrētajām precēm var būt tikai hipotētisks. Patentu valde ir atradusi atsevišķas eksotiskas preces, piemēram, leoparda ādas jostu un kastīti, kuras izgatavošanā izmantots lietots vilka ādas mētelis, tomēr tas nevar ietekmēt argumentu, ka attiecīgās preces neizgatavo no „fitch”;

4.3.4. precēm, kurām pieteikta preču zīme **Fitch**, parasti tiek pievienota norāde „dabīgā āda”, „ādas imitācija” vai cita veida apzīmējums, neidentificējot konkrētu dzīvnieku, kura āda tikusi izmantota. Līdz ar to nav pamata secināt, ka patērētāji apzīmējumu **Fitch** uztvers kā aprakstošu, jo šāds apzīmējums netiktu izmantots komercdarbībā, lai aprakstītu preci, pat tad, ja hipotētiski prece no šāda materiāla tiktu ražota;

4.3.5. arī tad, ja hipotētiski pieņemtu, ka siksnas, somas, kastītes, naudas makus, kabatas portfeļus un atslēgu maciņus var ražot no seskādas, tā būtu uzskatāma par ekskluzīvu un neierastu preci, kuru iegādājoties, patērētājs vēltītu pastiprinātu uzmanību tam, lai noskaidrotu, vai apzīmējums **Fitch** ir domāts kā preces materiāla apzīmējums vai preču zīme;

4.3.6. apzīmējumu „fitch” kombinācijā ar attiecīgo preču nosaukumiem angļu valodā Interneta meklētājprogramma *Google* atrod vienīgi saistībā ar apelācijas iesniedzēju ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA (kā tā firmas elementu). Patentu valdes ApP savos lēmumos vairākkārt ir atzinusi, ka preču zīmes plaša pazīstamība ārvalstīs mūdienu apstākļos nevar neatstāt iespaidu uz Latvijas sabiedrības informētību par to. Līdz ar to Latvijas sabiedrība jau ir informēta, ka **Fitch** ir preču zīme, nevis norāde, kas varētu raksturot preci;

4.4. ka apzīmējums **Fitch** ir atšķirtspējīgs un nav aprakstošs vai maldinošs, pierāda arī tas, ka preču zīmes **Fitch** reģistrācija ir spēkā citās valstīs:

4.4.1. preču zīme **Fitch** (kā Kopienas preču zīmes konversija) 18.klases precēm ir reģistrēta Zviedrijā, Dānijā, Spānijā, Portugālē, Francijā, Lielbritānijā, Īrijā, Polijā, Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs. Tā reģistrēta arī Turcijā un Krievijas Federācijā (kā starptautiski reģistrētās preču zīmes WO 888 140 attiecinājums);

4.4.2. ņemot vērā, ka lielākā daļa minēto valstu ir Eiropas Savienības dalībvalstis, kuru nacionālajās tiesībās ir ieviesta Preču zīmju direktīva, tiesību normas visās šajās jurisdikcijās būtu jāpiemēro vienādi. Tādējādi nebūtu pamata preču zīmes **Fitch** aizsardzību ierobežot Latvijā, ja vien te nepastāv specifiski, no citām dalībvalstīm atšķirīgi apstākļi;

4.4.3. Patentu valdes lēmumā nav norādīts, kuri apstākļi Latvijā ir tie, kas ļauj izdarīt atšķirīgus secinājumus no tiem, kādus izdarījušas citu Eiropas Savienības dalībvalstu iestādes. Ja preču zīmes īpašnieka tiesības tiek ierobežotas, nenorādot atšķirīgos, konkrētajai dalībvalstij specifiskos apstākļus, tiek deformēti Preču zīmju direktīvas mērķi;

4.5. uz to, ka apelācijas iesniedzējs savā komercdarbībā izmanto preču zīmi **Fitch**, norāda gan fakts, ka preču zīme ir reģistrēta gan virknē Eiropas Savienības dalībvalstu, gan arī kā Kopienas preču zīme 25. klases precēm „apģērbi, ieskaitot adītus, austus un ādas apģērbus sievietēm, vīriešiem un bērniem, it īpaši virsdrēbes, apakšveļa, sporta apģērbi; apavi, ieskaitot zābakus un čības”. Tātad lešķējā tirgus saskaņošanas birojs, vērtējot šīs preču zīmes atšķirtspēju Eiropas Savienībā, tajā skaitā valstīs, kurās angļu valoda ir valsts valoda, ir atzinis, ka apzīmējums **Fitch** spēj pildīt preču zīmes funkciju. Nav pamata secināt, ka 18.klases preču izgatavošanā seskādu izmanto vairāk nekā to 25.klases preču izgatavošanā, kurām zīme **Fitch** reģistrēta kā Kopienas preču zīme. Nav pamata arī secināt, ka tieši Latvijas vidusmēra patērētājs vai ieinteresētās personas apzīmējumu **Fitch** uztvertu kā maldinošu vai aprakstošu;

4.6. preču zīmes pieteicējs (apelācijas iesniedzējs) piekristu zīmes **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) 18.klases preču saraksta sašaurināšanai, pievienojot tam norādi „izņemot preces, kas izgatavotas no seskādas”.

5.1. Atbildot uz apelācijas iesniedzēja pārstāves argumentu, ka Oksfordas vārdnīca (*Oxford Dictionaries Online*, skat. <http://oxforddictionaries.com/definition/fitch>) liecina, ka vārds „fitch” ir vecvārds, Patentu valdes pārstāve norāda, ka ieraksts šajā vārdnīcā liecina, ka novecojis ir vārda „fitch” lietojums seska, nevis seskādas apzīmēšanai.

5.2. Atbildot uz apelācijas iesniedzēja pārstāves argumentu, ka siksnas, somas, kastītes, naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi netiek ražoti no seskādas, Patentu valdes pārstāve norāda, ka Interneta vietnē <http://www.sibtaiga.ru> pie kažokādas maciņa attēla atrodama norāde „кошелёк из меха хорька” (tulkojumā no krievu valodas – „seskādas maciņš”).

5.3. Atbildot uz apelācijas iesniedzēja pārstāves priekšlikumu ierobežot preču sarakstu, pievienojot tam norādi „izņemot preces, kas izgatavotas no seskādas”, Patentu valdes pārstāve norāda, ka ar šādu ierobežojumu nevar novērst preču zīmes maldinošo raksturu.

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka 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.

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.

LPZ 6.panta pirmās daļas 7.punkts nosaka, ka kā preču zīmes neregistrē apzīmējumus, kas var maldināt patērētājus par preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi u. tml.

3. LPZ ir iekļautas tiesību normas, kas izriet no Preču zīmju direktīvas (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, 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 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. EKT sprieduma 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 EKT 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. EKT sprieduma 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, 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) 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. EKT sprieduma lietā C-191/01 P (*Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) vs. Wm. Wrigley Jr. Company* [2003] (Doublemint)) 32.punktu).

4. Vārdiskās preču zīmes **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) reģistrāciju Patentu valde atteikusi 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes;

mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeļi un atslēgu maciņi". Tie ir izstrādājumi, ar kuriem saskarē kā to pircējs vai lietotājs var nonākt jebkurš Latvijas vidusmēra patērētājs. Jāpiekrīt viedoklim, ka Latvijas vidusmēra patērētājs ir labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs un pārvalda latviešu un zināmā mērā arī krievu un angļu valodas.

ApP piekrīt Patentu valdes pārstāves viedoklim, ka, novērtējot preču zīmes reģistrējamību Latvijā, jāņem vērā ne tikai vidusmēra patērētāju uztvere, bet arī informētu ieinteresēto personu (piemēram, tirgotāju un preču piegādātāju) uztvere. Šādas ieinteresētās personas parasti preču un to izejvielu nosaukumus zina ne tikai savas valsts valodā, bet arī to valstu valodās, kur attiecīgās preces tiek ražotas vai no kurām tās tiek iepirktas, un valodās, kuras biežāk nekā citas tiek izmantotas starptautiskajā komunikācijā.

5. Apzīmējums **Fitch** reģistrācijai pieteikts kā vārdiska zīme. Tātad šī apzīmējuma uztveri nevar ietekmēt kādi preču zīmē ietverti vārdiski vai grafiski papildelementi.

6. Vārdam „fitch” latviešu valodā nav nozīmes, bet tulkojumā no angļu valodas tas nozīmē „seskāda” (skat. Angļu-latviešu vārdnīcu vietnē www.letonika.lv un Tildes datorvārdnīcu, arī Britu enciklopēdiju (*The New Encyclopaedia Britannica*, 4.sējums. *Encyclopaedia Britannica, Inc*, 2005, 802.lpp.) un *Merriam-Webster* Interneta vārdnīcu (<http://www.merriam-webster.com/dictionary/fitch>)). Šajā lietā nav nozīmes apelācijas iesniedzēja apgalvojumam, ka Oksfordas vārdnīcā (*Oxford Dictionaries Online*, skat. <http://oxforddictionaries.com/definition/fitch>) norādīts, ka vārds „fitch” ir vecvārds. Ieraksts šajā vārdnīcā liecina, ka novecojis ir vārda „fitch” lietojums seska (dzīvnieka), nevis seskādas (par ko ir runa šajā apelācijas lietā) apzīmēšanai.

7. Kā liecina norāde preču sarakstā, visas preces, kurām atteikta apzīmējuma **Fitch** reģistrācija, ir ādas izstrādājumi. Visas šīs preces - siksnas, somas, kastītes, naudas maki, kabatas portfeļi un atslēgu maciņi, - var tikt izgatavotas ne tikai no ādas (ar to saprotot ādu bez apmatojuma), bet arī no kažokādas, tostarp no seskādas. Par to liecina, piemēram:

- Interneta vietnē <http://www.sibtaiga.ru> pie kažokādas maciņa attēla atrodamā norāde „кошелёк из меха хорька” (tulkojumā no krievu valodas – „seskādas maciņš”),

- sludinājumu portālā **SS.LV** atrodamais dabīgas seskādas somiņas piedāvājums (skat. <http://www.ss.lv/msg/lv/clothes-footwear/accessories/woman-s-small-bags/poix.html>), aplūkots 04.07.2012),

- no lapsādas gabaliņiem un seskādas pagatavotas somiņas attēls ar attiecīgām norādēm angļu („Bag of fox fur pieces and fitch” - no lapsādas gabaliņiem un seskādas pagatavota soma) un vācu („Fuchsstücken- und Iltisfell, aus getragenen Pelzen umgestaltete Tasche” - no lietotām kažokādām (lapsādas gabaliņiem un seskādas) pagatavota soma) valodās Interneta vietnē http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Bag_of_fox_fur_pieces_and_fitch.jpg (aplūkots 05.07.2012).

Kā tas redzams no pēdējā piemēra, angļu valodas tekstā tieši apzīmējums „fich” tiek izmantots, lai norādītu uz to, ka atsevišķas somas daļas ir izgatavotas no seskādas.

8. Tātad apzīmējumu **Fitch** var izmantot un arī izmanto komercdarbībā, lai apzīmētu ādas izstrādājumu (arī siksnu, somu, kastīšu, naudas maku, kabatas portfeļu un atslēgu maciņu) īpašības, proti, norādītu izejmateriālu, no kura ir pagatavots attiecīgais izstrādājums vai kādas tā daļas.

9. ApP piekrīt apelācijas iesniedzēja teiktajam, ka vārds „seskāda” un līdz ar to arī tā angļu valodas analogs „fitch” nav sarunvalodas (proti, vienkāršākā, ikdienas vārdu krājuma) vārdi. Taču tam šajā lietā nav izšķirošas nozīmes, jo brīdī, kad Latvijas patērētājs būs nolēmis, piemēram, kādā Interneta veikalā meklēt un pēc tam arī nopirkt kādu kažokādas izstrādājumu, viņš tomēr apskatīsies, kā katru no kažokādām (vai vismaz viņam interesējošās) nosauc angļu vai, piemēram, krievu valodā.

10. Nav šaubu, ka patērētājam nepietiek ar to, ka viņš zina, ka soma vai maciņš ir izgatavots no kažokādas. Patērētājam ir svarīgi zināt, tieši no kādas ādas (vilkādas, trušādas, ūdeļādas, seskādas vai kādas citas) attiecīgais izstrādājums ir pagatavots. To apzinās arī uzņēmēji un pārdevēji, preču katalogos norādot, no kādas ādas attiecīgais izstrādājums ir darināts (skat., piemēram, Patentu valdes lēmumam pievienoto informāciju par to, ka Internetā pieejamos preču katalogos tiek piedāvātas gan ūdeļādas somiņas (skat. http://www.alibaba.com/product-free/11954232/Mink_Bag.html), gan trušādas maciņi (skat. <http://leatherad.blogspot.com/2010/12/rabbit-fur-wallet.html>), gan leoparda ādas jostas

(tīmekļa vietnē <http://www.stylecaster.com>), gan kastītes ar vilka ādas dekoru (skat. <http://lupagreenwolf.deviantart.com/art/Wolf-fur-box-1-201857611>)).

11. Var piekrist apelācijas iesniedzēja apgalvojumam, ka uz precēm, kas pieejamas Latvijas veikalos, norādēm par to sastāvu ir jābūt latviešu valodā. Taču, kā jau minēts iepriekš, dažkādas izstrādājumus Latvijas patērētāji var iegādāties ne tikai parastos galantērijas preču, somu vai tml. veikalos, bet arī internetveikalos, kur informācija par precēm var būt norādīta dažādās valodās, tostarp arī angļiski.

12. ApP apšaubā apelācijas iesniedzēja argumentu, ka no seskādas ražotas siksnas, somas, kastītes, naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi būtu jāuzskata par ekskluzīvu un neierastu precī, kuru iegādājoties, patērētājs velta pastiprinātu uzmanību tam, lai noskaidrotu, vai apzīmējums **Fitch** ir domāts kā preces materiāla apzīmējums vai preču zīme. Iegādājoties preces, pircēji parasti nevelta pastiprinātu uzmanību tam, lai noskaidrotu, vai kāds uz preces (saistībā ar precī) atrodams apzīmējums ir domāts kā preces materiāla apzīmējums vai preču zīme.

Bez tam apstāklis, ka kādas preces ir ekskluzīvas vai neierastas, neatceļ nepieciešamību apzīmējumu, kas apraksta šīs preces, paturēt brīvu vispārējai lietošanai.

13. Ņemot vērā visu iepriekšminēto, ApP uzskata, ka nozīmīga daļa Latvijas patērētāju reģistrācijai pieteikto apzīmējumu **Fitch** saistīs ar konkrētā izstrādājuma izejmateriālu, proti, uzskatīs, ka attiecīgais izstrādājums vai tā daļas ir no seskādas. Tātad vārdiskais apzīmējums **Fitch** ir apzīmējums, kas lielākajai patērētāju daļai radīs asociācijas, kādas - nevis kuras personas ražotas - preces tiek piedāvātas. Tātad attiecībā uz ādas izstrādājumiem šis apzīmējums neatbilst preču zīmei izvirzāmām prasībām un ar tā palīdzību nevar atšķirt viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm. Ievērojot šos apsvērumus, nav juridiski pamatota iemesla tam, lai tiesības lietot šāda rakstura apzīmējumu būtu tikai vienai personai vai, citiem vārdiem sakot, ka personai būtu tiesības attiecīgajā jomā aizliegt citiem lietot šo vai tam tuvu apzīmējumu. Ir pietiekams pamats uzskatīt, ka attiecīgajā komercdarbības jomā citiem tirgus dalībniekiem ir objektīva nepieciešamība lietot šādu apzīmējumu attiecīgo preču raksturošanai, tādēļ tam ir jābūt brīvam vispārējai lietošanai. Tātad nav pieļaujama situācija, ka uz šo apzīmējumu tiek iegūtas izņēmuma tiesības preču zīmes reģistrācijas ceļā.

14. Līdz ar to ApP secina, ka Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem ir pamatota.

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

16. Ņemot vērā, ka ādas izstrādājumus (arī siksnas, somas, kastītes, naudas makus, kabatas portfeļus un atslēgu maciņus) ir iespējams izgatavot no seskādas, apzīmējuma **Fitch** lietošana saistībā ar ādas izstrādājumiem, kas nav izgatavoti no seskādas, var maldināt patērētājus par attiecīgo preču īpašībām. Tātad ir pamatota arī Patentu valdes lēmuma atsaukšanās uz LPZ 6.panta pirmās daļas 7.punkta noteikumiem.

17. Attiecībā uz apelācijas iesniedzēja pārstāves priekšlikumu ierobežot preču sarakstu, pievienojot tam norādi „izņemot preces, kas izgatavotas no seskādas”, ApP piekrīt Patentu valdes pārstāves viedoklim, ka ar šādu ierobežojumu nevar novērst preču zīmes maldinošo raksturu.

18. Šajā apelācijas lietā nav ņemams vērā apelācijas iesniedzēja arguments, ka apzīmējums **Fitch** kā preču zīme reģistrēts Zviedrijā, Dānijā, Spānijā, Portugālē, Francijā, Lielbritānijā, Īrijā, Polijā, Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs, Turcijā un Krievijas Federācijā. Katrā valstī var pastāvēt savi konkrēti iemesli, kādēļ attiecīgais apzīmējums ir vai nav reģistrējams kā preču zīme.

Kā liecina Interneta resursā WIKIPEDIA pieejamā informācija (skat. http://en.wikipedia.org/wiki/Abercrombie_%26_Fitch, aplūkots 04.01.2013), uzņēmumam ABERCROMBIE & FITCH ir veikali gan Zviedrijā un Dānijā, gan Spānijā un Francijā, gan Lielbritānijā, Īrijā un Vācijā, gan arī Beļģijā un Nīderlandē, tātad valstīs, kur preču zīme **Fitch** ir reģistrēta. Turpretim lietā nav nekādu ziņu par uzņēmuma ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA preču zīmes **Fitch**

(pieteik. Nr. M-11-210) izmantošanu vai reklāmu Latvijā. Ar to vien, ka preču zīme tikusi izmantota ārvalstīs, nepietiek, lai neapšaubāmi apgalvotu, ka patērētāji apzīmējumu **Fitch** uzskatīs par preču zīmi, nevis norādi par preces raksturu. Pie tam vismaz tajos piemēros, kas atspoguļoti Interneta resursā WIKIPEDIA, apzīmējums **Fitch** nav izmantots viens pats, bet gan tikai kā apzīmējuma **Abercrombie & Fitch** daļa.

Bez tam Latvijas patērētāju no minēto valstu patērētājiem (vismaz lielas daļas) atšķir tas, ka latvieši kā nelielas nācijas pārstāvji ir atvērtāki svešvalodām nekā tādu lielu nāciju pārstāvji, kuru valodās runā desmitiem un pat simtiem miljonu cilvēku.

19. Apelācijas iesniedzējs norāda, ka personas tiesības uz preču zīmi ir personas tiesības uz īpašumu, kuras var ierobežot tikai tad, ja pastāv publiska interese, kuras aizstāvība ir svarīgāka par konkrētās personas tiesībām. ApP uzskata, ka šajā gadījumā tāda publiska interese pastāv, proti, vienam īpašniekam nedrīkst piešķirt izņēmuma tiesības uz apzīmējuma **Fitch** izmantošanu, jo kā preču izžejmateriālu aprakstošu apzīmējumu to var lietot komercdarbībā jebkurš uzņēmējs, kas ražo attiecīgus izstrādājumus. To, ka Preču zīmju direktīvas 3.(1)(c) panta mērķis ir sabiedrības intereses, ir atzinusi arī EKT (skat. sprieduma 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, sprieduma lietā C-363/99 (*Koninklijke KPN Nederland NV vs. Benelux-Merkenbureau* [2004] (Postkantoor)) 54.punktu un sprieduma lietā C-104/01 (*Libertel Groep BV vs. Benelux-Merkenbureau* [2003] (Libertel)) 52.punktu).

20. Līdz ar to, apsverot visus izskatāmās apelācijas lietas apstākļus kopumā, ApP secina, ka uzņēmuma **ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA** apelācija ir noraidāma un preču zīme **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) atzīstama par neregistrējamu Latvijā 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes; mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi”.

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., 3. un 7.punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt uzņēmuma **ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SA** apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt preču zīmes **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) reģistrāciju Latvijā 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes; mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi”;

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 preču zīmes **Fitch** (pieteik. Nr. M-11-210) reģistrācijas atteikumu Latvijā 18.klases precēm „ādas izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, jo īpaši siksnas, somas, kastītes; mazi ādas izstrādājumi, jo īpaši naudas maki, kabatas portfeli un atslēgu maciņi” un šīs preču zīmes atzīšanu par reģistrējamu 18.klases precēm „lietussargi” un 35.klases pakalpojumiem „uzņēmumu pārvalde un vadība; biroja darbi; preču reklamēšana; reklāmas paraugu izplatīšana; preču un pakalpojumu izsoļu rīkošana; tirgus izpēte”.

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 loceklis:	/paraksts/	D.Liberte
	/paraksts/	A.Pāže