

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

Citadeles ielā 7/70, Rīgā, LV-1010; tālruni: 67099 600, 67099 637, 67099 610
fakss: 67 099 650; e-pasts: valde@lrpv.gov.lv; http://www.lrpv.gov.lv

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/2013/M-11-455

LĒMUMS

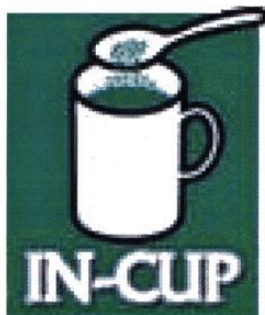
Rīga

2014. gada 7. februārī

Apelācijas padome (turpmāk – ApP):

ApP sēdes priekšsēdētāja – D. Liberte,
ApP sēdes locekļi – J. Ancītis un K. Krūmiņš,
ApP sekretāre – L. Veidemane

2013. gada 25. oktobrī izskatīja apelāciju, kuru, balstoties uz likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk – LPZ) 17.¹ panta pirmo daļu, 2012. gada 19. septembrī uzņēmēj sabiedrības MERRILD KAFFE A/S (Dānija) vārdā iesniegusi patentpilnvarotā Ņ. Dolgicere par Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk - LPV) 2012. gada 18. jūnijā pieņemto lēmumu par preču zīmes **IN-CUP** (figurāla zīme, turpmāk – fig.)



(preču zīmes pieteicējs – uzņēmēj sabiedrība MERRILD KAFFE APS (Dānija) (agrākais nosaukums – MERRILD KAFFE A/S (Dānija); pieteik. Nr. M-11-455; pieteik. dat. - 04.04.2011; 30. kl. preces)

reģistrācijas atteikumu Latvijā.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV atteikuma lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt ekspertīzes lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi **IN-CUP** (fig.) par reģistrējamu Latvijā attiecībā uz tās pieteikumā ietvertajām precēm.

ApP sēdē piedalījās apelācijas iesniedzēja – uzņēmēj sabiedrība MERRILD KAFFE APS (Dānija) pārstāve patentpilnvarotā Ņ. Dolgicere.

LPV pārstāvis - Preču zīmju un dizainparaugu departamenta vecākais eksperts A.Lazarevs, kas veicis minētās preču zīmes ekspertīzi, sakarā ar darbavietas maiņu sēdē nepiedalījās.

I. Izskatot apelācijas lietas dokumentus un materiālus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. Kombinētā preču zīme **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) pieteikta reģistrācijai Latvijā 04.04.2011 attiecībā uz 30. klases precēm – kafijas ekstrakti; šķīstošā kafija; kafija; kafija filtru iepakojumā; kafijas dzērieni, arī ar pienu; kafijas aizvietotāji; kakao un kakao dzērieni; šokolāde un šokolādes ekstrakti pulvera, granulu vai šķidrā veidā; graudaugu izstrādājumi, kas ietverti šajā klasē; augļu tējas; cukurs; garšvielas vai garšaugi, vai to kombinācijas; tēja; tējas dzērieni; lapu tēja; zāļu tēja; tējas ekstrakti; šķīstošā tēja; tējas aizstājēji; tējas uzlējumi; kaltēti augi un to maisījumi augu tēju pagatavošanai; zāļu tēja ar žāvētiem augļiem; uzlējumi nemedicīniskiem nolūkiem, arī zāļu uzlējumi un novārījumi nemedicīniskiem nolūkiem.

Zīmi veido zaļas krāsas taisnstūris, kurā ietverti baltas krāsas vārdiskie un grafiskie elementi. Taisnstūra apakšpusē ietverts vārdiskais apzīmējums "IN-CUP", kas veidots nedaudz stilizētiem burtiem baltā krāsā ar pelēkas krāsas kontūru. Virs vārdiskā apzīmējuma attēlota krūze un karote, no kuras birst kādas vielas graudi. Krūze un karote attēlota baltā krāsā ar melnu kontūru, savukārt krūzē esošā viela, un viela birst, - zaļā krāsā.

2. LPV 18.06.2012 lēmums atteikt preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) reģistrāciju, kas pieņemts ar atsauci uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, balstās uz atzinumu, ka pieteiktajam apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm, jo zīme sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem, kurus var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču veidu. Savu lēmumu LPV pamato šādi:

2.1. preču zīme **IN-CUP** (fig.) pieteikta 30. klases precēm, kuras ir uzskatāmas par plaša patēriņa precēm. Ņemot vērā Eiropas Savienības Tiesas (EST, agrāk – Eiropas Kopienu tiesa, EKT) judikatūrā noteikto, pieteiktā preču zīme **IN-CUP** (fig.) jāvērtē attiecībā uz labi informētu, uzmanīgu un apdomīgu vidusmēra patērētāju (*Vispārējās tiesas (VT, agrāk – Pirmās instances tiesa, PIT) spriedums lietā T-258/09, 68. punkts*). Konkrētajā lietā preču zīme jāvērtē attiecībā uz Latvijas patērētāju, kas pietiekami pārvalda angļu valodu, jo kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes informācija – 339 949 fiziskas personas 2000. gada tautas skaitīšanā norādījušas, ka prot angļu valodu (<http://www.data.csb.gov.lv>). Katru gadu skolās personas, kas apgūst angļu valodu, ir ievērojami vairāk nekā personas, kuras apgūst citas svešvalodas (izņemot krievu). Līdz ar to personu loks, kas prot angļu valodu, visticamāk, ik gadu ir palielinājies;

2.2. pieteiktā preču zīme sastāv no vārdiska apzīmējuma "IN-CUP" baltā krāsā uz zaļa fona un piktogrammas "krūze ar karoti". Krūze un karote ir attēlota baltā krāsā ar melnu kontūru uz zaļa fona un zaļu vielu krūzē un uz karotes. Vārdiskais apzīmējums "IN-CUP" tiks uztverts kā angļu vārds (prepozīcija) "in", kas "vietas nozīmē norāda uz - [...] atrašanos iekšpusē vai kā robežās" (*Angļu – latviešu vārdnīca; R., "Avots", 2007, 530. lpp.*), un vārds (lietvārds) "cup", kas latviešu valodā nozīmē "tase; kauss; pokāls; kausiņš" (*Angļu – latviešu vārdnīca; R., "Avots", 2007, 246. lpp.*), arī "krūzīte" (*Akadēmiskā terminu datubāze; http://termini.lza.lv*). Tādējādi angļu valodas vārdu kopa "in-cup" tulkojuma latviešu valodā kā "tasē". Savukārt piktogramma "krūze ar karoti" patērētājam ir viegli uztverama un tā norāda, ka kāda viela ar karoti tiek bēta krūzē. Informatīvajās zīmēs, ko patērētājs var ikdienā redzēt, piktogrammas nozīme sakrīt ar paskaidrojošā teksta nozīmi vai piktogramma papildina paskaidrojošo tekstu. Tātad, ievērojot, ka pieteiktajā preču zīmē ir ietverta krūzes piktogramma un ka latviešu valodas vārda "tase" sinonīms ir "krūze" (*Latviešu valodas sinonīmu vārdnīca; R., "Avots", 1998, 832. lpp.*), var pieņemt, ka patērētājs angļu valodas vārdu kopu "in-cup" var uztvert (iztulkot) latviešu valodā arī kā "krūzē". Jāatzīmē, ka angļu valodas vārda "cup" sinonīms ir vārds "mug" (latviski – "krūze"; *skat. http://dictionary.reverso.net/english-synonyms/cup*);

2.3. vārdiskais apzīmējums "in-cup"/"incup" norāda uz noteiktu dzērienu veidu, proti, tie ir dzērieni, kurus var pagatavot tieši tasē. To apliecina, piemēram, globālajā tīmeklī atrodamie piemēri:
 - "[...] in-cup beverages" ([...] dzērieni, kas pagatavojami tieši tasē; *Brupac Drinks & Machine Company Limited, http://www.brupac.co.uk*);
 - "The beauty of in-cup hot drink beverages is that they are already in the cup, all you have to do is JUST ADD HOT WATER" ("Dzērienu, kas pagatavojami tieši tasē, skaistums ir tas, ka tie jau ir tasē, viss, kas jums ir jādara, ir tikai pievienot karstu ūdeni"; *Brupac Drinks & Machine Company Limited, http://www.brupac.co.uk/7oz-incup-vending-hot-drinks.html*);
 - "Our incup drinks come in foil-wrapped sleeves to ensure freshness" ("Mūsu dzērieni, kas pagatavojami tieši tasē, ir folijas iesaiņojumā, lai nodrošinātu svaigumu"; *Pioneer Vending, http://www.pioneervending.co.uk/Incup-Drinks(611207).htm*);
 - "Buy in-cup drinks [...]" ("Pērciet dzērienus, kas pagatavojami tieši tasē [...]"; *CoffeeBuyer, http://www.coffeebuyer.co.uk/mall/departmentspage.cfm/thecoffeebuyer/217285/1/IN-CUP-DRINKS*).

Tādējādi vārdiskais apzīmējums "IN-CUP" nav atzīstams par izgudrotu vai neparastu vārdu un tam piemīt attiecīgās preces veidu aprakstoša nozīme. Pieteiktās preču zīmes **IN-CUP** (fig.) preču raksturs ir tāds, ka dzērienu no tām var pagatavot tieši krūzē vai lietot tās kopā ar kādām citām precēm, lai dzērienu no tām pagatavotu tieši krūzē. Līdz ar to arī pieteiktās zīmes **IN-CUP** (fig.) gadījumā apzīmējums "IN-CUP" norāda, ka preces ir sagatavotas tā, lai tās varētu sagatavot patērēšanai tieši tasē (krūzē);

2.4. informatīvās piktogrammas pārsvarā tiek lietotas, lai informētu par noteiktu darbību vai noteiktu objektu, un tās tiek izpildītas viegli uztveramā grafiskā noformējumā. Pieteiktajā zīmē piktogramma "krūze ar karoti" sastāv no parasta karotes un krūzes attēlojuma un norāda uz kādas vielas

bēršanu ar karoti krūzē, tā ir izpildīta viegli uztveramā grafiskā noformējumā. Līdz ar to patērētāji to uztvers kā informatīvu norādi par attiecīgo preču pielietojumu, proti, ka preces var pagatavot patērēšanai tieši krūzē. Informatīvās piktogrammas bieži tiek papildinātas ar vārdiskiem apzīmējumiem, lai precizētu to saturu un panāktu, ka personas piktogrammu uztver pēc iespējas vienādi. Arī pieteiktā preču zīme **IN-CUP** (fig.) kopumā tiks uztverta kā informatīva piktogramma, kuras saturs ir precizēts ar vārdiskajiem apzīmējumiem. Līdz ar to visiem pieteiktās preču zīmes elementiem ir attiecīgās preces aprakstošs raksturs;

2.5. atbildot uz ekspertīzes pieprasījumu, zīmes **IN-CUP** (fig.) pieteicējs iesniedza savus pretargumentus, norādot, ka pieteiktā preču zīme ir figurāla (kombinēta), tā ir krāsaina, tajā ir gan oriģināli grafiski elementi, gan vārdiski elementi, un krūzē attēlotā zaļā viela ir netradicionāla un nekādi nesaistās ar pieteiktās preču zīmes pieteikumā minētajām precēm. Tomēr ekspertīzē ir secināts, ka pieteiktajā zīmē visvieglāk būs uztverama piktogramma "krūze ar karoti" un vārdiskais apzīmējums "IN-CUP", savukārt zaļā krāsa tikai izceļ minētos, aprakstošos apzīmējumus, padarot tos patērētājam vieglāk ieraugāmus un uztveramus. Patērētāji ir pieraduši, ka vārdiskie apzīmējumi tiek bieži atveidoti uz kontrastējoša fona, šajā gadījumā tie ir vārdiskie un grafiskie elementi baltā krāsā uz zaļa fona;

2.6. attiecībā uz pieteicēja minētajiem faktiem par citām Latvijā 30. preču klasē spēkā esošām līdzīga rakstura preču zīmēm ekspertīze norāda, ka lielākā daļu pieteicēja norādīto zīmju ir reģistrētas tāpēc, ka to informatīvā funkcija ir tikai sekundāra, savukārt preču zīmes **Mocca** (fig.) (reģ. Nr. WO 622 174) un **Cappuccino** (fig.) (reģ. Nr. WO 622 175) nav spēkā Latvijā;

2.7. preču zīmes pieteicējs uzskata, ka LPV nav ņēmusi vērā pieteicēja tiesiskās palāvības principu, jo atteikta preču zīme **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) ir līdzīga tā paša pieteicēja preču zīmei **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123), kas savukārt ir reģistrēta.

Šajā sakarā ekspertīze paskaidro, ka EST ir atzinusi, ka lēmumu tiesiskums ir jāvērtē, pamatojoties uz Padomes 2009. gada 26. februāra regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi, kā to ir interpretējušas Savienības tiesas, nevis uz leikšējā tirgus saskaņošanas biroja (ITSB) agrāko lēmumu praksi, un prasītāja nevar pamatoti apgalvot, ka ITSB, reģistrējot preču zīmi CTM Nr. 3958154, ir tai sniedzis solījumus attiecībā uz to, ka pieteiktā preču zīme ir reģistrējama" (*VT (PIT) spriedums lietā T-232/10, 79. un 80. punkts*).

Ievērojot iepriekš minēto, lēmuma tiesiskumu nevar vērtēt, pamatojoties uz agrāko Patentu valdes praksi, un pieteicējs nevar pamatoti apgalvot, ka Patentu valde, reģistrējot preču zīmi **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123), ir tam sniegusi solījumu (skaidrs iestādes izteikums) attiecībā uz to, ka pieteiktā preču zīme ir reģistrējama;

2.8. nav nozīmes tam apstāklim, ka pieteiktā preču zīme ir reģistrēta Lietuvas Republikā, jo Patentu valdei nav saistoša citu valstu attiecīgo iestāžu prakse;

2.9. pieteicējs norāda, ka saskaņā ar LPZ 6. panta trešo daļu pieteiktā preču zīme lietošanas dēļ patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm. Atbildot uz ekspertīzes pieprasījumu, pieteicējs ir minējis, ka tieši "Merrild Kaffe" uzsāka patērētājiem piedāvāt speciāli maltu kafiju, kas pagatavojama tieši tasē, un kopš 2002. gada izmantoja reģistrēto preču zīmi **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123). Pieteicējs arī minējis, ka nav šaubu par kafijas "Merrild" plašo pazīstamību patērētāju vidū, jo tieši šī kafija ar preču zīmi **IN-CUP** sastāda 70% no visas pieteicēja pārdotās kafijas Latvijā. Tomēr minētie apgalvojumi nav pamatoti ar attiecīgiem pierādījumiem. Interneta vietnē <http://www.merrildlabdariba.lv/lv/> ir redzams, ka pieteicējs labdarības projektā "Mēs Jūs atceramies!" piedāvā laimēt kafiju, kas marķēta ar pieteikto preču zīmi, bet no šīs informācijas nav noprotami kafijas apjomi, kas izdalīti laimētājiem. Pieteicējs nav iesniedzis nekādas citas ziņas par izmantotajiem līdzekļiem projektā "Mēs Jūs atceramies!" vai citās informatīvās darbībās, tai skaitā reklāmā, vai pa attiecīgās kafijas tirgus daļu u.tml., lai spriestu par pieteicēja veikto darbību radīto ietekmi uz patērētāju uztveri. Tāpēc nav pierādīts, ka pieteiktā preču zīme lietošanas dēļ patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

3. Apelācijas iesniedzēja - uzņēmēj sabiedrības MERRILD KAFFE APS pārstāve LPV lēmuma pamatojumam nepiekrīt un apelācijas iesniegumā tam pretstata šādus argumentus:

3.1. preču zīme **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) atteikta, pamatojoties uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, kas nosaka, ka kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. Tomēr ekspertīzes lēmuma pamatojumā norādīts, ka apzīmējumam nav atšķirtspējas tādēļ, ka tas ir aprakstošs, kas savukārt atbilst LPZ 6. panta pirmās daļas 3. punkta pamatojumam. Saskaņā ar EST judikatūru katrs

Regulas (Padomes regulas Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi) 7. panta 1. punktā uzskaitītais atteikuma pamatojums ir neatkarīgs no citiem un tas ir jāizvērtē atsevišķi (*EST (EKT) prejudiciālais nolēmums lietā C-304/06, 43. - 54. punkts*);

3.2. apgalvojot, ka pieteiktā zīme sastāv vienīgi no aprakstoša rakstura apzīmējumiem, jāpieņem, ka pieteiktā zīme – figurālais apzīmējums "IN-CUP" ir nepieciešams citiem tirgus dalībniekiem, lai norādītu uz preču īpašībām. LPV ekspertīzes lēmumā šāda secinājuma nav, tas arī būtu absurds, jo neatbilstu godīgas komercprakses principiem gadījumā, ja šo apzīmējumu izmantotu arī citi komersanti, kā arī tiktu pārkāptas autortiesības, jo apzīmējuma autoram, kas ir ieguldījis savu intelektuālo darbu šī apzīmējuma tapšanā (vai tā tiesību pārņemējam), ir tiesības aizliegt šī darba izmantošanu. Tieši uzņēmums "Merrild Kaffee" bija pirmais, kas uzsāka patērētājiem piedāvāt īpaši malto kafiju, kas pagatavojama tieši tasē;

3.3. LPV lēmumā nav ietverts pamatojums, kāpēc patērētāji, redzot pieteikto figurālo apzīmējumu "IN-CUP", neatšķirs attiecīgās preces no citu uzņēmumu precēm. Patērētāji pieteikto zīmi neuztvers kā piktogrammu, jo šī zīme ir izpildīta vairākās krāsās, burtiem ir pelēka kontūra, karotes kāts ir attēlots ārpus taisnstūra kontūras, un zīmē ietvertie elementi – burti, krūze un karote ir telpiski. Pieteiktā zīme netiks uztverta arī kā lietošanas instrukcija, jo parādīt, kā pagatavot, piemēram, kafiju, nav iespējams ar vienu attēlu. Pieteiktajā zīmē krūze jau ir piepildīta, bet kafiju, it īpaši maltu, krūzē ber, pirms tā ir piepildīta ar ūdeni. Pat tad, ja patērētāji zīmē ietverto attēlu uztvertu kā piktogrammu, atbilstoši LPZ 3. pantam preču zīmi var veidot jebkurš apzīmējums, kuru var grafiski attēlot, un likumā nav arī citu punktu, kas aizliegtu piktogrammu reģistrēt kā preču zīmi;

3.4. apstākļi, ka eksperts saista reģistrācijai pieteikto apzīmējumu ar ceļa zīmēm, apliecina to, ka apzīmējums ir viegli pamanāms un pievērš uzmanību, turklāt tas ir oriģināls, jo ceļa zīmēm līdzīgi apzīmējumi nav ierasti pārtikas preču marķēšanā. Līdz ar to nav pamata apgalvot, ka pieteikto apzīmējumu veido parasts karotes un krūzes atveidojums;

3.5. tas, ka figurālai preču zīmei ir arī informatīva nozīme, neizslēdz tās reģistrāciju. Par to liecina vairākas preču zīmju reģistrācijas, kurām ir arī informatīva funkcija (M 64 767, WO 1 068 767, WO 772 937, WO 1 009 195, WO 1 027 685, WO 810 484, WO 793 933, WO 872 332, WO 622 174 un WO 622 175);

3.6. šajā lietā var ņemt vērā arī tādu VT (PIT) secinājumu, ka minimāla atšķirtspēja ir pietiekama, lai radītu šķērsli absolūtā atteikuma pamatojuma piemērošanai (*VT(PIT) spriedums lietā T-88/00, 34. punkts*);

3.7. preču zīmes pieteicējam pieder preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123) reģistrācija, kurā ir arī ietverts vārdiskais apzīmējums "IN-CUP" un attēls ar krūzīti un karoti. Jaunā preču zīme **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) tika pieteikta, jo uzņēmums "MERRILD KAFFE" nolēma aizvietot plaši lietoto un patērētājiem labi zināmo preču zīmi ar jaunu, nedaudz mainītu preču zīmi. Administratīvā procesa likuma 10. pantā noteikts, ka privātpersona var paļauties, ka iestādes rīcība ir tiesiska un konsekventa. LPV, reģistrējot preču zīmi **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123), ir paudusi viedokli attiecībā uz šāda veida apzīmējumu reģistrācijas pieļaujamību. Tādējādi pieteicējs paļāvās, ka LPV reģistrēs arī nedaudz pārveidoto preču zīmi **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455). Nevar piekrist LPV eksperta apgalvojumam, ka šai lietai ir analogija ar VT izskatīto lietu T-232/10, jo tajā apstrīdētais ITSB lēmums bija uzskatāms par kļūdu, kas izskaidrojams, ka ITSB eksperti ir no dažādām valstīm, līdz ar to zināšanu līmenis par kādas valsts vēsturiskajiem apstākļiem varētu atšķirties. VT (PIT) ir arī secinājusi, ka vienlīdzīgas attieksmes princips ir pārkāpts vienīgi tad, ja līdzīgās situācijās attieksme ir atšķirīga vai ja atšķirīgās situācijās attieksme ir vienāda (*VT (PIT) spriedums lietā T-304/02, 96. punkts*);

3.8. pieteiktā preču zīme ir reģistrēta arī Lietuvā (pievienota izdruka no Lietuvas Patentu biroja preču zīmju datu bāzes ar preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. 64871) reģistrācijas datiem).

4. ApP sēdē apelācijas iesniedzēja pārstāve papildus min šādus argumentus:

- eksperts nav ņēmis vērā, ka starp apzīmējumiem "IN" un "CUP" ir defise, līdz ar to šis apzīmējums jāuztver kā viens vārds;
- pieteiktajā zīmē īpatnējs ir tas, ka krūzē ir attēlota zaļas krāsas kafija, kas ir neparasti, līdz ar to šādai krāsai attiecībā uz pieteiktajām precēm piemīt atšķirtspēja;
- ar pieteikto apzīmējumu tiek marķēta īpaši smalki malta kafija, kas ir organiska, turklāt tā ir apstrādāta ar tvaiku, līdz ar to šo kafiju nav nepieciešams apliet ar 100 grādu karstu ūdeni;
- pieteiktā preču zīme ir reģistrēta gan Lietuvā, gan arī Igaunijā;

- pieteiktā zīme atsevišķi tiek izmantota reklāmā, bet uz produkcijas tā tiek lietota kopā ar preču zīmi "MERRILD";
- pieteiktās zīmes izmantošana uzsākta 2010. gadā.

II. Apelācijas izskatīšanas rezultātā Apelācijas padome **secināja**:

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.

3. Novērtējot pieteiktās preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) uztveri saistībā ar precēm, kurām tā pieteikta – pamatā dažādu veidu dzērieniem, ApP atzīst, ka LPV ekspertīzes motīvi ir daļēji pamatoti.

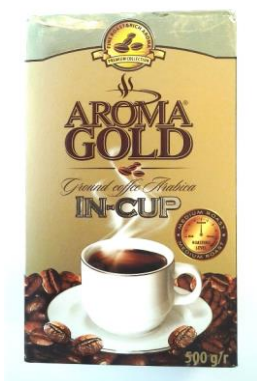
3.1. Apzīmējuma "IN-CUP" veidojošie elementi "in" un "cup", kurus savieno defise, pieder vienkāršai angļu valodas leksikai, kuru nozīme ir viegli uztverama arī patērētājiem ar vidējām vai pat elementārām angļu valodas zināšanām. ApP uzskata ka, neatkarīgi no tā, vai patērētāji apzīmējumu "cup" no angļu valodas latviski tulko "tase" vai "krūze", tie angļu valodas vārdkopu "in-cup" uztvers ar nozīmi "tasē" vai "krūzē". Pretēji apelācijas iesniedzēja pārstāves viedoklim ApP uzskata, ka defise, kas savieno attiecīgos vārdus, nemaina apzīmējuma semantisko saturu, proti, ja patērētājs saprot apzīmējuma "IN CUP" nozīmi, nav pamata domāt, ka apzīmējumu "IN-CUP" viņš uztvers ar kādu citu nozīmi vai kā mākslīgi darinātu jaunvārdu.

3.2. No ekspertīzes gaitā pievienotajiem materiāliem pārsvarā izriet, ka uzņēmumi, kuri specializējas kafijas vai citu kafijas produktu, arī tējas ražošanā, izmanto apzīmējumu "IN-CUP"/"IN CUP"/"INCUP", lai raksturotu noteiktu dzērienu veidu, proti, ka attiecīgais dzēriens ir pagatavojams tieši krūzē/tasē. Dažos piemēros apzīmējums "IN-CUP" raksturo arī tāda veida dzērienus, kad dzērienam nepieciešamās sastāvdaļas jau ir krūzē, un, lai dzērienu varētu baudīt, patērētājam ir tikai jāielej krūzē karsts ūdens.

Arī ApP, veicot vārdkopas "IN-CUP" meklējumu Internetā, ieguva šādu informāciju:

- uzņēmums SIA "Daisena Latvia" Latvijā izplata dažādu veidu kafiju ar nosaukumu "AROMA GOLD", un viens no piedāvātajiem produktiem ir kafija "AROMA GOLD IN-CUP", kas tiek raksturota kā maltā kafija "In-cup", kas ir īpaši piemērota pagatavošanai tieši tasē (skat. <http://www.daisena.lt/?id=82> un http://www.delfi.lv/sievietem/competitions/photo_video/piedalies-aroma-gold-konkursa-un-baudi-gardu-un-aromatisku-kafiju.d?id=43863024);
- uzņēmuma "Löfbergs Lila" (kas ir viens no lielākajiem kafijas ražotājiem Ziemeļvalstu reģionā), produkcijas klāstā ir kafija "Löfbergs Lila MEDIUM ROAST IN-CUP", un tā tiek raksturota kā īpaši smalka kafija pagatavošanai tieši krūzē (skat. <http://www.lofbergslila.com/lv/>);
- uzņēmuma "Gustav Paulig Ltd" (kura kafijas produkcija ir pazīstama ar zīmolu "Paulig") Interneta mājaslapā ir aprakstītas kafijas pagatavošanas metodes, starp kurām ir minēta kafijas pagatavošanas metode "kafija tasītē" (http://www.paulig.lv/lv/par_kafiju/kafijas_pagatavosana/kafija_tasite).

No lietas materiāliem izriet, ka arī uz pieteiktās zīmes kafijas iepakojuma ir minēts, ka šī kafija ir īpaši smalka maluma un var tikt pagatavota tieši krūzītē, un tās īpašais malums veicina ātru aromāta un izteiktas, pilnīgas kafijas garšas veidošanos un kafijas biežumu nosēšanos tasītes dibenā.



3.3. Iepriekšējā apakšpunktā minētie piemēri liecina, ka vārdisko apzīmējumu "IN-CUP" aprakstošā nozīmē izmanto vairāki uzņēmumi, it īpaši kafijas ražotāji, līdz ar to šis apzīmējums ir nepieciešams komercdarbībā visiem tiem komersantiem, kas darbojas attiecīgajā pārtikas nozarē. ApP arī pieņem, ka šāds apzīmējums varētu būt nepieciešams ne tikai kafijas ražotājiem, bet arī citu dzērienu ražotājiem, ja attiecīgais dzēriens ir tāds, kuru var pagatavot krūzē/tasē vai arī, lai norādītu, piemēram, ka attiecīgā dzēriena sastāvdaļas jau iepildītas krūzē.

ApP kritiski vērtē apelācijas iesniedzēja argumentu, kas minēts atbildē uz LPV pieprasījumu, ka tieši uzņēmums "Merrild Kaffe" bija pirmais, kas uzsāka patērētājiem piedāvāt īpaši malto kafiju, kas pagatavojama tieši tasē. Šis apgalvojums lietā nav pierādīts ar attiecīgiem dokumentiem. Taču pat ja pieņem, ka Latvijas teritorijas ietvaros tas tā varētu arī būt, ApP uzskata, ka, visticamāk, citur pasaulē, it īpaši angļu valodas valstīs šis apzīmējums ir ticis jau iepriekš izmantots. ApP ņem vērā, ka kafiju vāra pēc dažādām metodēm, no kurām parastākā ir tā, ka kafijai uzlej vārošu ūdeni un ļauj nedaudz ievilkties (*Latviešu konversācijas vārdnīca; 8. sēj. R., Grāmatu apgādniecība A. Gulbis, 1932.-1933., 14873. sleja*). Šī metode patērētājiem nav nekas jauns, un, zinot, ka noteikti kāda daļa patērētāju izmanto šo kafijas pagatavošanas metodi, kafijas ražotāji, visticamāk, ir saskatījuši iespēju piedāvāt tāda rakstura kafiju, kas būtu piemērotāka šim paņēmienam.

Līdz ar to ApP piekrīt ekspertīzes secinājumam, ka Latvijas patērētāji vārdisko apzīmējumu "IN-CUP" uztvers kā dzēriena veidu aprakstošu norādi, tādējādi uz šo elementu izņēmuma tiesības attiecināt nav pieļaujams.

3.4. Novērtējot pieteiktās zīmes **IN-CUP** (fig.) pārējos, figurālos elementus, ApP secina, ka:

3.4.1. attiecībā uz dzērieniem, it īpaši, kafiju un tēju, tādi elementi kā krūze (vai tase) un karote ir uzskatāmi par pamata piederumiem, lai varētu baudīt attiecīgo dzērienu, un nav šaubu, ka dzērienu ražotāji uz iepakojumiem bieži izmanto minēto piederumu attēlus. Līdz ar to, lai patērētājs varētu atcerēties šādus elementus ar aprakstošu vai asociatīvi cieši saistītu raksturu, tātad, lai tie saistītos ar konkrētu komersantu, šo elementu grafiskajam noformējumam vajadzētu būt pietiekami savdabīgam;

3.4.2. LPV lēmumā ir pamatoti norādīts, ka, patērētāji, zinot apzīmējuma "IN-CUP" nozīmi, varētu uztvert pieteiktajā zīmē ietvertu attēlu (krūze un karote, no kuras birst viela) kā vārdisko apzīmējumu "IN-CUP" paskaidrojošu elementu. Tai pašā laikā ApP ņem vērā, ka pieteiktā zīme satur arī citus grafiskos izteiksmes līdzekļus, kuri varētu palikt patērētāju atmiņā. Proti, pieteiktajā zīmē ir attēlota balta krūze, kurai gan nav oriģinālas formas, taču tā aizņem lielu daļu zīmes kopējā laukuma. ApP pieņem, ka kāda elementa relatīvais samērs varētu būt savdabīga preču zīmes iezīme, kas patērētājiem var asociēties ar konkrētu komersantu. Līdz ar to daļai patērētāju pieteiktā zīme varētu palikt atmiņā arī ar to, ka tajā ir ietverta liela, balta krūze. Bez tam pieteiktajā zīmē baltā krūze attēlota uz zaļa fona, un šis krāsu kontrasts papildus izceļ krūzes lielumu un arī pats par sevi ir spilgts krāsu salikums, kas var piesaistīt patērētāju uzmanību;

3.4.3. mazāka nozīme ir piešķirama apelācijas iesniedzēja argumentiem, ka pieteiktajā zīmē ir īpatnējs tas, ka krūzē ir attēlota zaļas krāsas kafija, turklāt patērētāji pieteiktajā zīmē varētu saskatīt arī tādu aplamību, ka kafija tiekot bērtā krūzē, kurā jau ir ūdens. ApP nenoliedz, ka patērētāji varētu uztvert arī tādas pieteiktās zīmes detaļas, tomēr maz ticams, ka šādu patērētāju būs vairums. Ir jāņem vērā, ka zīme ir pieteikta plaša patēriņa produkcijai, attiecībā uz kuru patērētāji varētu arī neveikt tik padziļinātu zīmes analīzi;

3.4.4. no iepriekš lietā analizētajiem piemēriem var secināt ne tikai par apzīmējuma "IN-CUP" aprakstošo dabu, bet arī to, ka komersanti uz iepakojumiem un reklāmā dažādi atveido piederumus, no kuriem var baudīt attiecīgo dzērienu (vienā gadījumā tas ir kafijas tasītes attēls, stilizētā atveidojumā vai tuvāk reālajam tasītes attēlam, citā – krūzes attēls; elementi izpildīti dažādās krāsu kombinācijās utt.). Līdz ar to ApP uzskata, ka, izmantojot dažādus grafiskās izteiksmes veidus, komersanti, kad vajadzīgs, var atveidot attiecīgos piederumus salīdzinoši atšķirīgi, un tieši tāds atveidojums, kādā izpildīti piederumi pieteiktajā zīmē, nebūt nav nepieciešams jebkuram komersantam;

3.4.5. iepriekš minētie secinājumi ļauj pieņemt arī to, ka, tirgū pastāvot dažādiem, atšķirīgiem attiecīgo elementu grafiskajiem izpildījumiem, maz ticams, ka patērētāji pieteikto apzīmējumu, kā tas secināts ekspertīzē, varētu uztvert kā informatīvu piktogrammu (piktogramma – rakstu zīme, piemēram, nosacīts attēls, kas apzīmē jēdzienu, bet ne valodas formas; *Latviešu literārās valodas vārdnīca, 6.2 sēj., R., "Zinātne", 1987, 175. lpp.*). ApP uzskata, ka viens no būtiskiem apstākļiem, lai garantētu piktogrammu universālu uztveri no visdažādāko personu puses, varētu būt tas, ka tām cenšas piešķirt vienveidīgu un ļoti vispārīgu grafisko izpildījumu. Turpretī šajā lietā jau iepriekš secināts, ka komersanti attiecīgos dzērienu piederumus atveido dažādi. Tai pašā laikā ApP piekrīt apelācijas iesniedzēja

pārstāvei, ka pats par sevi fakts, ka zīme satur apzīmējumus, ko var uztvert kā piktogrammu, nav pamats zīmes reģistrācijas atteikumam, jo apzīmējuma atšķirtspējas vērtējums ir atkarīgs ne tikai no paša apzīmējuma rakstura, bet arī no patērētāju uztveres un attiecīgo preču vai pakalpojumu rakstura;

3.4.6. līdz ar to ApP tomēr nepiekrīt LPV uzskatam, ka zīmes **IN-CUP** (fig.) grafiskie elementi ir vērtējami kā tādi, kuriem trūkst jebkādas atšķirtspējas. ApP atzīst, ka minētās grafiskās īpatnības kopumā nodrošina pieteiktajam apzīmējumam zināmu atšķirtspējas pakāpi.

3.5. Novērtējot visus apelācijas lietas apstākļus, ApP secina, ka pastāv iespēja, būtiski nekaitējot patērētāju un tirgus dalībnieku (citu komersantu) interesēm, pieteicēja apelāciju apmierināt daļēji, atzīstot pieteikto apzīmējumu **IN-CUP** (fig.) par reģistrējamu attiecībā uz akceptēto preču sarakstu, taču ar vārdiskā apzīmējuma "IN-CUP" izslēgumu no aizsardzības.

3.6. Neraugoties uz to, ka ApP tādējādi saskata iespēju pieņemt zīmes pieteicējam daļēji labvēlīgu lēmumu, ApP noraida apelācijas iesniedzējas pārstāves argumentus par to, ka LPV, atsakot pieteikto preču zīmi **IN-CUP** (fig.), kura ir līdzīga tā paša pieteicēja, bet jau reģistrētai preču zīmei **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123), nav ņemusi vērā pieteicēja tiesiskās paļāvības principu. ApP uzskata, ka šādi pārmetumi varētu būt pamatoti tad, ja pieteiktā zīme būtu identiska reģistrētajai zīmei vai atšķirības starp šīm zīmēm varētu uzskatīt par nebūtiskām. ApP secina, ka, salīdzinājumā ar pieteikto zīmi, reģistrētās preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (reģ. Nr. M 61 123) grafiskās īpatnības ir raksturīgākas un tajā ir ietverts vairāku krāsu salikums, kas piešķir zīmei citu, spilgtāku vizuālo iespaidu, nekā tas ir pieteiktās zīmes gadījumā.

3.7. Apelācijas iesniedzēja ir norādījusi, ka LPV atteikums pamatots ar atsauci uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, tomēr ekspertīzes lēmuma pamatojumā norādīts, ka apzīmējumam nav atšķirtspējas tādēļ, ka tas ir aprakstošs, kas savukārt atbilst LPZ 6. panta pirmās daļas 3. punkta pamatojumam. No EST judikatūras izriet, ka katrs no absolūtajiem atteikuma pamatojumiem ir neatkarīgs no pārējiem un prasa atsevišķu izvērtējumu, taču EST vienlaikus ir arī atzīmējusi, ka attiecībā uz Preču zīmju direktīvas (*Padomes 1988. gada 21. decembra pirmā direktīva 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai*) 3. panta 1. punkta b), c) un d) apakšpunktā ietvertajiem pamatojumiem (kuri atbilst LPZ 6. panta pirmās daļas 2., 3. un 4. punktam) ir skaidri saskatāma šo noteikumu apjoma zināma pārklāšanās (*EST(EKT) spriedumi: lietā C-363/99, 67. punkts, un lietā C-517/99, 35. – 36. punkts*). Līdz ar to ApP atzīst, ka ekspertīzes lēmumā, minot argumentus par pieteiktajā preču zīmē ietverto elementu aprakstošo raksturu, būtu bijis atbilstošāk atsaukties arī uz LPZ 6. panta pirmās daļas 3. punktu. Tomēr šajā sakarā ApP vēlas norādīt, ka apzīmējumam, kuru var izmantot komercdarbībā, lai raksturotu attiecīgo preču veidu, vienlaikus trūkst atšķirtspējas visā attiecīgajā tirgus segmentā. Ja apzīmējuma aprakstošā nozīme ir acīmredzama patērētājiem, tie šo apzīmējumu neuztver kā preču zīmi, un šāds apzīmējums nevar veikt preču zīmes pamatuzdevumu – norādīt uz attiecīgo preču izcelsmi no viena noteikta uzņēmuma.

Tātad LPV lēmums zināmā apjomā pamatoti atsauca uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, proti, tiktāl, ciktāl runa ir par preču zīmes **IN-CUP** (fig.) vārdiskā apzīmējuma "IN-CUP" atšķirtspējas trūkumu.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* LPZ 6.panta pirmās daļas 2. noteikumiem, **nolemj:**

1. daļēji apmierināt uzņēmējdarbības MERRILD KAFFE APS (Dānija) apelāciju, atceļot Patentu valdes 2012. gada 18. jūnija lēmumu atteikt preču zīmes **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) reģistrāciju Latvijā, un atzīt šo preču zīmi par reģistrējamu ar vārdiskā elementa "IN-CUP" izslēgumu no aizsardzības, šādā redakcijā: "aizsardzība neattiecas uz vārdisko apzīmējumu "IN-CUP".

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 **IN-CUP** (fig.) (pieteik. Nr. M-11-455) reģistrāciju Latvijā ar disklamāciju - vārdiskā elementa "IN-CUP" izslēgumu no aizsardzības.

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

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

ApP sēdes priekšsēdētāja

/paraksts/

D. Liberte

ApP sēdes locekļi:

/paraksts/

J. Ancītis

/paraksts/

K. Krūmiņš