

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

Pasta adrese: a/k 824, Rīga LV-1010	Adrese: Citadeles iela 7 (70), Rīga	Tālruni: 7 027 190, 7 027 140	Fakss: 371 7 027 208
--	--	----------------------------------	-------------------------

Iebilduma lietas šifrs:
ApP/98/ M 39 035-le

Lēmums

Rīga

1998. gada 10. novembrī

Apelācijas padome:

ApP sēdes priekšsēdētāja - D. Liberte,
ApP sēdes locekļi - S. Drozdovska un K. Krūmiņš,
ApP sekretārs - J. Kalnājs

1998. gada 9. oktobrī izskatīja iebilduma iesniegumu, kuru, balstoties uz LR Likuma par preču zīmēm (LPZ) 10. panta pirmo daļu, 1998. gada 20. martā firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. (ASV) vārdā iesniedzis patentu pilnvarotais V. Anohins pret figuratīvas preču zīmes

(preču zīmes īpašnieks - firma SVENSKA TOBAKS AB (Zviedrija); pieteik. Nr. M-96-1061; pieteik. dat. - 03.07.1996; reģ. Nr. M 39 035; reģ. (publ.) dat. - 20.12.1997; 34. kl. - tabaka, smēķējamā tabaka, šņaucamā tabaka, cigāri, cigarillas, cigaretes, cigarešu papīrs un filtru materiāls, pīpes; smēķēšanas piederumi; sērkokčiņi)

reģistrāciju LR Patentu valdē (LPV).

Iebilduma iesnieguma motivējums - apstrīdētā figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) ir sajaukami līdzīga firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmju saimē lietotajam vispārzināmajam un LPV agrāk reģistrētajās preču zīmēs **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 011) un **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 017) ietvertajam figuratīvajam jumtveida elementam, tādā veidā radot priekšnoteikumus sabiedrības maldināšanai attiecībā uz ražotāja identifikāciju (LPZ 2. panta pirmās daļas 7., 10. un 13. punkts).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar LPZ 10. panta otrās daļas noteikumiem 1997. gada 30. martā tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvim - patentu pilnvarotajam Ā. Fogelim. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvja atbilde saņemta 1998. gada 18. jūnijā.

ApP sēdē piedalījās:

- no iebilduma iesniedzēja puses: firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pārstāvis - pēc patentu pilnvarotā V. Anohina pilnvarojuma - patentu pilnvarotais M. Ķuzāns;
- no preču zīmes īpašnieka firmas SVENSKA TOBAKS AB puses: patentu pilnvarotais Ā. Fogels.

I. Izskatot iebilduma lietā esošos dokumentus un materiālus un noklausoties pušu pārstāvju paskaidrojumus, Apelācijas Padome **konstatēja**:

1. Apstrīdētā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) reģistrēta LPV kā krāsaina figuratīva preču zīme - uz balta fona novietots tumši zils taisnleņķa trijstūris (taisnais leņķis veido zīmes kreiso apakšējo stūri), kuram

blakus pie tā hipotenūzas apakšējās daļas ar vienu no vienādajām sānmalām novietots sarkans vienādsānu trijstūris; tādējādi abi trijstūri kopā veido nosacītu kvadrātu, kurā no augšas ietiecas balts trijstūris, veidojot divas - vienu tumši zilu, bet otru sarkanu - smailes.

2. Iebilduma iesniedzēja - firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pārstāvis, atsaucoties uz LPZ 2. panta pirmās daļas 7., 10. un 13. punktu, motivē savu iebildumu ar to, ka apstrīdētā firmas SVENSKA TOBAKS AB figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035), kas paredzēta 34. klases preču marķēšanai, ir sajaucami līdzīga firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmju saimē lietotajam vispārzināmajam figuratīvajam jomtveida elementam, kurš ietverts arī agrāk pieteiktajās un kārtībā, kuru nosaka LR Ministru Padomes 1992. gada 28. februāra lēmums Nr. 72 "Par izgudrojumu, rūpniecisko paraugu un preču zīmju aizsardzības pagaidu kārtību Latvijas Republikā", LPV pārreģistrētajās preču zīmēs **Marlboro** (fig.) (piet. Nr. M-92-5434; pieteik. dat. 30.12.1992; pārreģ. dok. - SU 17349, 23.08.1957; reģ. Nr. M 13 011; reģ. dat. 28.02.1994; paziņojuma par reģ. publ. dat. 10.05.1994; pilnas publ. dat. 30.01.1995) un **Marlboro** (fig.) (piet. Nr. M-92-5440; pieteik. dat. 30.12.1992; pārreģ. dok. - SU 71064, 20.05.1981; reģ. Nr. M 13 017; reģ. dat. 28.02.1994; paziņojuma par reģ. publ. dat. 10.05.1994; pilnas publ. dat. 30.01.1995).

3. Savu iebildumu firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pārstāvis iebilduma iesniegumā un ApP sēdes gaitā pamato sekojoši:

3.1. firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmju vārdiskais elements **Marlboro** ir nesaraucjami saistīts ar jomtveida figuratīvo elementu; tātad figuratīvais jomtveida elements ir firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmju vienojošais elements, ar ko tās kā vienota preču zīmju saime kļuvusi pazīstama un atpazīstama patērētājiem visā pasaulē un arī Latvijā; tas faktiski atbilst pasaules praksei, proti, vispirms kādas konkrētas firmas produkciju atpazīst pēc preču zīmes, kurā ietilpst gan vārdiskais, gan figuratīvais elements, bet pēc kāda zināma laika attiecīgās firmas produkcija kļūst atpazīstama jau tikai pēc figuratīvā elementa (piem., SHELL INTERNATIONAL PETROLEUM COMPANY Ltd. gliemežvāks, DIAMLER-BENZ AG zvaigzne, NIKE INTERNATIONAL, Ltd. figuratīvais elements);

3.2. par firmai PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. piederošās preču zīmes vispārzināmību pasaulē un Latvijā liecina sekojoši fakti:

- saskaņā ar ASV iznākošā žurnāla FINANCIAL WORL datiem (1997. gads), firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīme **Marlboro** ir otra vērtīgākā (tās vērtība ir 47,67 miljardi USD) aiz THE COCA-COLA COMPANY preču zīmes **Coca-Cola**;
- kā liecina firmas UAB PHILIP MORRIS LIETUVA pārstāvniecības Latvijā direktora parakstīta izziņa (10.08.1998), cigaretes **Marlboro** Latvijā tiek tirgotas jau vairākus gadus, tajā skaitā arī 1996.gadā; šajā laikā cigaretes **Marlboro** tika reklamētas arī preses izdevumos (žurnālos KLUBS, RĪGAS LAIKS, AUTO, LILIT u.c.), televīzijā un kinoteātros; reklāma televīzijā tika rādīta līdz 1995.gada septembrim, preses izdevumos un kinoteātros tā tiek veikta arī pašlaik;
- *Formula-1* sacīkšu komandas *Ferrari* automobiļu sarkanā krāsa ir arī **Marlboro** krāsa; šos sacīkšu automobiļus rotā **Marlboro** reklāmas;
- firma PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. 1995. gadā sponsorēja festivālu ROCK SUMMER RĪGA'95, bet 1997. gadā - II Starptautisko Baltijas baleta festivālu RĪGA'97;

3.3. apstrīdētā figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) veidota kā figuratīvs elements, un pēc tā ģeometriskās formas tas ir identisks firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmēs lietotajam, plaši pazīstamajam jomtveida elementam, proti, uztverams kā tā spoģuļattēls; līdz ar to var apgalvot, ka salīdzināmās preču zīmes ir sajaucamas, jo veikalos cigarešu paciņas ne vienmēr ir orientētas pareizi;

3.4. salīdzināmo preču zīmju atšķirības neviņo arī fakts, ka apstrīdētā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) pieteikta konkrētās krāsās (tumši zils, sarkans, balts), jo pretstatītās firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmes ir pieteiktas un reģistrētas gan attiecībā uz konkrētu krāsu salikumu, piem., zīmes **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 017) krāsu salikums ir melns, balts, sarkans, zeltīts, gan arī bez norādes uz konkrētām krāsām - zīme **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 011); apstrīdētajā zīmē izmantotā sarkanā krāsa sakrīt ar firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmēs izmantoto sarkano krāsu;

3.5. būtisks ir arī fakts, ka salīdzināmās preču zīmes ir pieteiktas un reģistrētas attiecībā uz tādām pašām un līdzīgām 34. klases precēm, un tieši attiecībā uz šīs klases precēm figuratīvais jumtveida elements ir kļuvis par īpašu pazīstamības zīmi firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražotajai produkcijai, kas ir plaši reklamēta un izplatīta gan Latvijā, gan citās valstīs.

4. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieka - firmas SVENSKA TOBAKS AB pārstāvis ApP 1998.gada 18.jūnijā iesniegtajā atbildē iebildumu neatzina, pretstatot tam sekojošus argumentus:

4.1. jumta elements, kuru savās preču zīmēs izmanto iebilduma iesniedzējs, parādās ne tikai tajās kombinētajās zīmēs, kuras attiecas uz 34.klases precēm; tas pats vai līdzīgs, jeb arī modificēts elements parādās iebilduma iesniedzēja kombinētajās zīmēs, kuras reģistrētas attiecībā uz 3.klases precēm (reģ. Nr. M 13 012), uz 9.klases precēm un 41.klases pakalpojumiem (reģ. Nr. M 13 013), uz 9.klases precēm un 41., 42.klases pakalpojumiem (reģ. Nr. M 13 014), uz 25.klases precēm (reģ. Nr. M 13 016), uz 16.klases precēm (reģ. Nr. M 13 018), uz 18. un 25.klases precēm (reģ. Nr. M 13 019); tātad t.s. jumta elements tiek izmantots ne tikai un ne speciāli 34.klases preču etiķetēs, bet attiecībā uz daudziem un dažādiem firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražojumiem pilnīgi dažādās preču klasēs;

4.2. jumta elements, par kuru iebilduma iesniedzējs apgalvo, ka tas piedod raksturīgu iezīmi firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražotajām cigaretēm, uz attiecīgajām etiķetēm parādās dažādās krāsās; iepriekšminētajās preču zīmju reģistrācijās tas parādīts melnā, sarkanā un zelta krāsā; tātad minētais grafiskais elements nekādi nevar iespiesties patērētāju atmiņā kā noteiktas krāsas elements;

4.3. jumta elements, par kura monopolizāciju cinās iebilduma iesniedzējs, parādās firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražoto preču marķējumā ar pilnīgi dažādu struktūru vai formu: ar dažāda lieluma izgriezumu, ar dažādiem leņķiem, ar garenu izgriezumu (gaišu fonu) augšējā daļā vai bez tā, ar svītrām apakšējā daļā vai bez tām;

4.4. pie visiem iepriekšminētajiem apstākļiem runāt par kādu raksturīgu figuratīvu elementu, ko firma PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. izmanto savās cigarešu marķējumam domātajās zīmēs, nav nekāda pamata;

4.5. neatkarīgi no iepriekšminētā, apstrīdētajai firmas SVENSKA TOBAKS AB piederošajai preču zīmei (nosacīti to varētu nosaukt par divu trijstūru salikumu) nav tādas līdzības ar pretstatītajām zīmēm, ka varētu nopietni runāt par sajaukšanas iespēju, jo:

- abi saliktie trijstūri firmas SVENSKA TOBAKS AB preču zīmē izvietoti ar pamatu uz leju, pie tam šajā ģeometriskajā figūrā skaidri saredzami tieši divi trijstūri (trijstūru salikums), kas pilnīgi atšķiras no pretstatītā ģeometriskā veidojuma;
- krāsas firmas SVENSKA TOBAKS AB preču zīmē pilnīgi atšķiras no krāsām firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmēs; zilā krāsa, kura ieņem svarīgu vietu apstrīdētajā zīmē, vispār neparādās firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmēs;
- nekādi nedrīkst aizmirst, ka firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pretstatītajās preču zīmēs galvenais elements (no patērētāja uztveres viedokļa) tomēr ir vārdiskais, proti, apzīmējums **Marlboro**.

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

1. Kā izriet no iebilduma lietā esošajiem materiāliem, firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pretstatītās preču zīmes pieteiktas pārreģistrācijai Latvijā 30.12.1992, tātad agrāk nekā reģistrācijai pieteikta firmas SVENSKA TOBAKS AB figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) (03.07.1996). Ņemot vērā šo faktu, ApP uzskata, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 2. panta pirmās daļas 13. punkta noteikumiem atbilst šīs lietas būtībai.

2. Salīdzināmās preču zīmes reģistrētas uz vienām un tām pašām un līdzīgām precēm 34.klasē, t.i., pretstatītās attiecībā uz papirosiem un cigaretēm, bet apstrīdētā attiecībā uz tabaku, smēķējamo tabaku,

šņaucamo tabaku, cigāriem, cigarillām, cigaretēm, cigarešu papīru un filtru materiālu, pīpēm; smēķēšanas piederumiem; sērkociņiem.

3. Ņemot vērā iepriekšminēto, jāsecina, ka šai lietā noteicošā loma ir jautājumam, vai apstrīdētā figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035), kā apgalvo iebilduma iesniedzējs, ir tik līdzīga pretstatītajām preču zīmēm **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 011) un **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 017), ka iespējama salīdzināmo preču zīmju sajaukšana.

4. Var piekrist iebilduma iesniedzēja apgalvojumam, ka apstrīdētā figuratīvā preču zīme (reģ. Nr. M 39 035) pēc tās ģeometriskās formas, abstrahējoties no šo preču zīmju izpildījuma krāsās, zināmos apstākļos ir uztverama kā firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. preču zīmēs lietotā jomtveida elementa spoguļattēls. Tomēr, ņemot vērā salīdzināmo zīmju izpildījumu krāsās, skaidri kļūst saredzama atšķirība, proti, ka apstrīdētā zīme ir divu (tumši zila (lielāka) un sarkana (mazāka)) trijstūru salikums.

5. Taču iepriekšminētie nav vienīgie pretstatīto zīmju **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 011) un **Marlboro** (fig.) (reģ. Nr. M 13 017) elementi. Abas pretstatītās preču zīmes satur arī vārdiskās daļas, proti, apzīmējumu **Marlboro**. ApP piekrit apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvja apgalvojumam, ka galvenais un dominējošais elements (no patērētāja uztveres viedokļa) abās pretstatītajās preču zīmes tomēr ir vārdiskais, proti, apzīmējums **Marlboro**.

6. Līdz ar to, pateicoties šī dominējošā vārdiskā elementa **Marlboro** klātbūtnei pretstatītajās zīmēs, atšķirīgajai zināmos apstākļos līdzīgo figuratīvo elementu orientācijai, kā arī tam, ka apstrīdētajā zīmē skaidri saskatāmi divi trijstūri (tādi nav saskatāmi nevienā no pretstatītajām zīmēm), var apgalvot, ka atšķirīgs ir arī salīdzināmo preču zīmju kopiespaids.

7. Ņemot vērā iepriekšminēto, ApP neuzskata par pamatotu uz LPZ 2. panta pirmās daļas 13. punkta noteikumiem balstīto iebildumu pret apstrīdētās figuratīvās preču zīmes (reģ. Nr. M 39 035) reģistrāciju attiecībā uz 34. klases precēm.

8. Kā izriet no iebilduma lietā esošajiem firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. pārstāvja iesniegtajiem materiāliem (skat. žurnālus KLUBS (2'96), AUTO (8'95), FINANCIAL TIMES (17.10.1997) un izdevumu THE WORLD'S GREATEST BRANDS. Macmillan Business, 1996), par vispārzināmu var tikt uzskatīta šai firmai piederošā vai nu vārdiskā preču zīme **Marlboro**, vai arī figuratīvā šīs firmas preču zīme - sarkans jomtveida elements kopā ar vārdu **Marlboro**. Taču ApP uzskata, ka lietā nav materiālu, kas pierādītu, ka vispārzināma preču zīme ir viens pats iepriekšminētais jomtveida elements, par kuram līdzīgu iebilduma iesniedzējs uzskata apstrīdēto preču zīmi, un ka tieši figuratīvais jomtveida elements ir kļuvis par īpašu pazīstamības zīmi firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražotajai produkcijai.

9. Ņemot vērā iepriekšminēto, ApP neuzskata par pamatotu uz LPZ 2. panta pirmās daļas 10. punkta noteikumiem balstīto iebildumu pret apstrīdētās figuratīvās preču zīmes (reģ. Nr. M 39 035) reģistrāciju attiecībā uz 34. klases precēm.

10. Līdz ar to var apgalvot, ka Latvijas pircējs un/vai patērētājs, ieraugot ar apstrīdēto preču zīmi marķētas cigaretes, nedomās, ka šie izstrādājumi ir firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. ražojums. Tātad apstrīdētā preču zīme var pastāvēt Latvijas tirgū līdzās pretstatītajām preču zīmēm, neizraisot patērētājos maldinājumu par attiecīgo preču ražotāju.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Likuma par preču zīmēm 2. panta pirmās daļas 7., 10. un 13. punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt kā nepamatotu firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. iebildumu pret figuratīvās preču zīmes (reģ. Nr. M 39 035) reģistrāciju Latvijas Republikas Patentu valdē;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu nodaļai un Dokumentācijas un Valsts reģistru nodaļai, pamatojoties uz šo lēmumu, Likumā par preču zīmēm noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar figuratīvās preču zīmes (reģ. Nr. M 39 035) reģistrāciju un firmas PHILIP MORRIS PRODUCTS Inc. iebilduma noraidīšanu.

Iebilduma noraidīšana neliedz tā iesniedzējam apstrīdēt figuratīvās preču zīmes (reģ. Nr. M 39 035) reģistrāciju vispārējā kārtībā (LPZ 10. panta ceturtā daļa).

Šis lēmums stājas spēkā 10 dienu laikā no dienas, kad saskaņā ar ApP Noteikumu 59. punkta 1. apakšpunktu rakstveida lēmums nosūtīts lietas dalībniekiem.

ApP sēdes priekšsēdētāja

D. Liberte

ApP sēdes locekļi:

S. Drozdovska

K. Krūmiņš