

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE
* * *
APELĀCIJAS PADOME

=====
Pasta adrese: Adrese: Tālruni: Fakss: E-pasts:
a/k 824, Rīga LV-1010 Citadeles iela 7/70, Rīga 7 027 610, 7 027 634 7 027 690 valde@lrpv.lv
=====

Iebilduma lietas šifrs:
ApP/2004/M52509-Ie

Lēmums

Rīga

2005.gada 18. janvārī

Apelācijas padome (turpmāk ApP):
ApP sēdes priekšsēdētājs - J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi - D.Liberte un A.Pāže,
ApP sekretāre - I.Plūme-Popova,

2004.gada 5.novembrī izskatīja iebildumu, kuru patentpilnvarotais A.Pētersons, vadoties no 1999.g. likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk LPZ/99) 18.panta pirmās un trešās daļas noteikumiem, 2004.gada 15.martā iesniedzis uzņēmēj sabiedrības MARTELL & Co, société anonyme (Francija) vārdā pret preču zīmes **CARTEL** (figurāla preču zīme; turpmāk - fig.)



(preču zīmes īpašnieks - uzņēmēj sabiedrība L.I.O.N. & KO, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-02-1045; pieteik. dat. 27.06.2002; reģ. Nr. M 52 509; reģ./publ. dat. - 20.12.2003; 33.kl. preces - alkoholiskie dzērieni (izņemot alu))
reģistrāciju LR Patentu valdē (LPV).

Iebilduma iesnieguma motivējums: sakarā ar to, ka preču zīme **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) ir līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākai un plaši pazīstamai preču zīmei **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585) un reģistrēta identiskām un līdzīgām precēm, patērētāji to var sajaukt ar pretstatīto zīmi vai uztvert tās kā savstarpēji saistītas, apstrīdētajā zīmē ir sajaukami atveidota vai imitēta minētā plaši pazīstamā zīme, turklāt apstrīdētās zīmes pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ/99 7.panta pirmās daļas 2.punkts, 8.panta pirmā daļa, 6.panta otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar LPZ/99 18.panta piektās daļas noteikumiem 15.03.2004 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam - uzņēmēj sabiedrībai L.I.O.N. & KO, SIA, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu (SIA L.I.O.N. & KO direktores L.Auziņas parakstīti "Paskaidrojumi") tika saņemta 17.06.2004. Iebilduma iesniedzēja pārstāvis 05.10.2004 iesniedza iebilduma papildmateriālus, kuri tāpat tika nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašniekam. 04.11.2004 tika saņemti attiecīgi papildpaskaidrojumi no apstrīdētās preču zīmes īpašnieka.

ApP sēdē piedalījās:

- no iebilduma iesniedzēja puses - uzņēmēj sabiedrības MARTELL & Co, société anonyme (turpmāk - MARTELL & Co) (Francija) pārstāvis - patentpilnvarotais A.Pētersons;
- no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses - uzņēmēj sabiedrības L.I.O.N. & KO, SIA (Latvija) pārstāvis - zvērināts advokāts, preču zīmju aģents M.Krūmiņš.

I. Izskatot iebilduma lietas dokumentus un materiālus un noklausoties pušu paskaidrojumus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. Apstrīdētā zīme **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) ir reģistrēta kā kombinēta krāsaina preču zīme - etiķete. Etiķetei ir trapeceveida forma, turklāt trapeces platākā mala ir augšpusē un tā ir ieliekta, tādējādi veidojot izstieptus, asus etiķetes augšējos stūrus. Krāsu salikums - sarkans, tumši sarkans, brūns, smilškrāsa, melns un balts (balts gan ir minēts reģistrācijas krāsu salikuma aprakstā, bet faktiski reģistrētās etiķetes fons ir gaišā krēmkrāsā, un baltu detaļu etiķetē nav). Etiķetes augšdaļā ir uzraksti 'QUALITÉ SUPÉRIEUR' (mazākiem burtiem) un 'CARTEL' (ļoti lieliem burtiem), un zem tiem - divu sakrustotu senlaicīgu pistoļu attēls. Sānu malās, abpus minētajiem uzrakstiem un zīmējumam ir izvietoti ornamentāli motīvi, kurus lejas daļā noslēdz paskaidrojoši uzraksti (alkohola saturs, tilpums).

Šī preču zīme pieteikta reģistrācijai 27.06.2002 (piet. Nr. M-02-1045) un reģistrēta 20.12.2003. Reģistrācija attiecas uz 33.kl. precēm - 'alkoholiskie dzērieni (izņemot alu)'.

2. Pretstatītā preču zīme **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585) ir vārdiska. Zīme ir pieteikta reģistrācijai 23.12.1992 (piet. Nr. M-92-3710) pārreģistrācijas kārtībā, pamatojoties uz tās reģistrāciju bij. PSRS (SU 49767/03.10.1973), un reģistrēta 27.09.1993. Šī reģistrācija arī attiecas uz 33.klasi - 'vīni, alkohols (dzērieni) un spirti un, īpaši, konjaka produkti'.

3. Iebilduma iesniedzējs - uzņēmēj sabiedrība MARTELL & Co, atsaucoties uz LPZ/99 7.panta pirmās daļas 2.punktu, 8.panta pirmo daļu un 6.panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmi **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) par spēkā neesošu un iebildumu motivē šādi:

3.1. Iebilduma iesniedzējam pieder preču zīme **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585), kas pieteikta 27.06.1992, turklāt pārreģistrācijas kārtībā, pamatojoties uz tās reģistrāciju bij. PSRS. Šī zīme ir aizsargāta Latvijas teritorijā jau kopš 1973.gada. Tātad, salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509), kas pieteikta reģistrācijai tikai 27.06.2002, pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme LPZ/99 7.panta otrās daļas 1.punkta izpratnē;

3.2. Ņemot vērā, ka pretstatītā zīme reģistrēta attiecībā uz vīniem, alkoholu (dzērieniem), spirtiem un it īpaši konjaka produktiem, bet apstrīdētā zīme - uz alkoholiskajiem dzērieniem, izņemot alu, salīdzināmās zīmes attiecas uz identiskām precēm;

3.3. Apstrīdētā zīme ir etiķete, par kuras centrālo un dominējošo elementu, novērtējot zīmes kopējo uztveri, jāatzīst uzraksts 'CARTEL', uz kuru būs koncentrēta patērētāju uzmanība. Uzraksts 'QUALITÉ SUPÉRIEUR' ir tikai vispārpieņemts apzīmējums, kas norāda uz noteikta tipa konjaka spirtiem, tāpēc to var ņemt vērā. Apzīmējums 'CARTEL' no pretstatīto zīmi veidojošā vārda 'MARTELL' atšķiras tikai ar citu pirmo burtu ('C') un vienu 'L' beigās. Divi 'L' vārda beigās izrunā nav saklausāmi, bet burts 'C' sākumā nenodrošina pietiekamu atšķirību no pretstatītās zīmes. Visi pārējie burti pilnīgi sakrīt - tie ir identiski un izvietoti tajā pašā secībā. Abi salīdzināmie vārdi sastāv no divām zilbēm, un to skanējums ir ļoti līdzīgs. Apzīmējumam 'CARTEL' nav jēdzieniskas nozīmes latviešu valodā, un tas arī nav tāds vienkāršas franču leksikas vārds, kuru labi zinātu Latvijā, tāpēc Latvijas patērētāji visdrīzāk to uztvers kā mākslīgi radītu jaunvārdu. Arī tas, ka apstrīdētā zīme ir figurāla, neļauj to vērtēt kā būtiski atšķirīgu. Tādējādi var secināt, ka apstrīdēto zīmi var sajaukt ar pretstatīto vai uztvert tās kā savstarpēji saistītas;

3.4. abu zīmju uztveri ietekmē tas, ka preces ar apzīmējumu 'MARTELL' ir bijušas pieejamas Latvijā jau ilgi pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma. Konjaks 'MARTELL' ir viena no slavenākajām konjaku markām pasaulē un labi pazīstama arī Latvijā. Līdz ar to pastiprinās iespēja, ka patērētāji, redzot etiķeti 'CARTEL', to var asociēt ar 'MARTELL' konjaku un saistīt ar pazīstamo franču ražotāju, proti, maldīgi uzskatīt, ka šo dzērienu izcelsme ir kopīga vai savstarpēji saistīta;

3.5. pretstatītā preču zīme **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585) ir plaši pazīstama. Ar šo zīmi marķētais konjaks ieņem ievērojamu vietu pasaulē pārdošanas apjoma ziņā, tas ir otrais lielākais un atpazīstamākais konjaka brends pēc 'HENNESSY'. 'MARTELL' uzņēmums ir vecākā konjaka ražotājfirma. Tas bija arī pirmais konjaks, kuru sāka patērēt aiz Francijas robežām, un minētais uzņēmums tiek uzskatīts par konjaka popularizēšanas celmlauzi. Tā vēsture sākās 1715.gadā, kad Žans Martels nodibināja šo uzņēmumu. 19.gadsimtā tas kļuva par lielāko konjaka ražotāju Francijā un uzsāka 'MARTELL' produkcijas eksportu uz dažādām valstīm, 1803.gadā arī uz Krieviju. Pašlaik 'MARTELL' konjaku eksportē uz vairāk nekā 140 valstīm. Šā konjaka izplatītājs Latvijā līdz 2001.gadam bija uzņēmums SDV, bet vēlāk, kad šo brendu no Kanādas uzņēmuma Seagram kopā ar vairākiem citiem nopirka firma 'Groupe Pernod Ricard', - uzņēmums 'Pernod Ricard Latvia'. Latvijas izplatītāji plaši reklamē konjaku 'MARTELL', gan presē, gan citos plašsaziņas līdzekļos. Par konjaku 'MARTELL' un tā vēsturi atrodami raksti dažādos izdevumos. Informācija par šā konjaka popularitāti tiek publicēta ziņu aģentūru ziņās, avīžu rakstos un dažādās mājas lapās Internetā, minot, ka tas Latvijas patērētājiem ir pieejams un atpazīstams. Rīgas naktsklubā NAUTILUS atrodas konjaka 'MARTELL' bārs. Tā kā konjaks 'MARTELL' ir pieejams dažādās tirdzniecības vietās - veikalos, kafejnīcās, restorānos, bāros - patērētāji to var brīvi iegādāties;

3.6. iepriekšminētā argumenta pamatošanai pievienotas šādas informācijas materiālu kopijas:

- no grāmatām *Classic Spirits of the World*: Gordon Brown; PRION; p. 93, 94; *Коньяк*: Гендин А.А., Купцов А.В., Сердюк И.А.; М.: Издат. Жигульского, 2001; стр. 20-23; 200-203; *SPIRITS & LIQUEURS. COOKBOOK*: Stuart Walton and Norma Miller; Lorenz Books; p. 18; *Крепкие спиртные напитки мира*: Эркин Тузмухамедов; М.: Издат. Жигульского, 2003; стр. 148-173;
- no preses izdevumiem *Business & Baltija*, 09.11.1996, 25.04.2002; *EVA & ADAM*, febr. 2004; *Лулум*, Nr. 10/2000, 11/2000; *KAPITĀLS*, Nr. 2/2004, 3/2004; *PODIUM ART*, Nr. 13 (febr.-marts 2004); *RĪGAS LAIKS*, Nr. 7/1996; *KLUBS*, Nr. 2 (marts 1995);
- no izdevuma *DZĒRIENU KATALOGS* un izdevuma *GASTROMĀNS*, Nr. 1(2), 2004;
- izdrukas no mājaslapām www.martell.com, www.pernod-ricard.com, www.goleks.com, www.menu.lv, www.calvados.times.lv, www.india-today.com, www.aintree.co.uk u.c.;
- izdrukas no LURSOFT Laikrakstu bibliotēkas Internetā: publikācijas izdevumos *TELEGRAF*, 10.02.2003, 09.05.2003; *Lauku Avīze*, 17.06.1997, 30.01.1999; *Rīgas Balss*, 09.01.1995; *NEATKARĪGĀ*, 19.02.1999; *Sporta Avīze*, 08.04.2003; ziņu aģentūras BNS informācija 22.01.1999, 16.01.2001;

3.7. Valsts leņģemumu dienesta Akcīzes preču pārvaldes 18.02.2004 vēstulē sniegta informācija, ka no 1999.gada līdz 2003.gadam (ieskaitot) Latvijā tika ievesti izlaišanai brīvam apgrozījumam 2115 dekalitri, bet vietējā tirgū realizēti 2105 dekalitri alkoholisko dzērienu, kuru nosaukumā ir vārds 'MARTELL', par kopējo vērtību Ls 517 544 (pievienota vēstules kopija). Rīgas Narkomānijas profilakses centrs ir Internetā publicējis datus par pētījumu "Rīgas pilsētas iedzīvotāju alkoholisko dzērienu lietošanas paradumi un attieksme pret alkohola izplatības ierobežojumiem", kuru veicis LU Filozofijas un socioloģijas institūts un finansējusi Rīgas Dome. Pētījuma sadaļā *Alkoholisko dzērienu markas, kuras pērk visbiežāk*, respondenti kā populārākos starp konjakiem ir nosaukuši dažādas armēņu konjaka markas, moldāvu 'Belij Aist' un franču 'MARTELL' un 'HENNESSY'. Tas arī pierāda, ka preču zīme **MARTELL** bija Latvijā plaši pazīstama jau apstrīdētās zīmes pieteikuma iesniegšanas laikā (pievienotas izdrukas no mājaslapas www.narkomania.lv);

3.8. vēl viens zīmes 'MARTELL' plašās pazīstamības indikators ir šīs zīmes reģistrāciju skaits. Iebilduma iesniedzējam pieder preču zīmju saime:

- **MARTELL XO SUPREME** (telpiska zīme) (reģ. Nr. M 10 363);
- **MARTELL** (fig.) (reģ. Nr. M 10 362);
- **MARTELL EXTRA** (telpiska zīme) (reģ. Nr. M 32 103);
- **MARTELL FONDEE EN 1715** (fig.) (reģ. Nr. M 10 361);
- **MARTELL MEDAILLON** (fig.) (reģ. Nr. M 10 360);
- **MARTELL CORDON BLEU** (fig.) (reģ. Nr. M 10 359);
- **MARTELL** (telpiska zīme) (reģ. Nr. M 10 364);
- **MEET MARTELL** (reģ. Nr. WO 745 675) (pievienotas kopijas no preču zīmju reģistrācijas apliecībām, izraksti no LPV Valsts preču zīmju reģistra, izdrukā no starptautiskās reģistrācijas datu bāzes *ROMARIN*). Bez tam iebilduma iesniedzējam ir liels skaits starptautiskās reģistrācijas kārtībā reģistrētu preču zīmju, kas ir spēkā daudzās valstīs (pievienotas izdrukas no datu bāzes *ROMARIN* par 27 reģistrācijām);

3.9. saskaņā ar Latvijai saistošiem starptautiskajiem līgumiem zīmei **MARTELL** kā plaši pazīstamai preču zīmei jāpiešķir plašāka aizsardzība. Iebilduma iesniedzējs uzskata, ka

uzņēmēj sabiedrības L.I.O.N. & KO zīmes **CARTEL** (fig.) reģistrācija Nr. M 52 509 var kaitēt zīmes **MARTELL** īpašnieka interesēm un šādas reģistrētas etiķetes atrašanās Latvijā var samazināt plaši pazīstamās zīmes **MARTELL** vērtību, kā arī mazināt tās atšķirību no konfliktējošām preču zīmēm;

3.10. turklāt alkoholisko dzērienu izplatītājs SIA L.I.O.N. & KO, piesakot reģistrācijai zīmi **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509), nevarēja nezināt, ka Latvijā ir pasaulē un Latvijā iecienīts un pazīstams konjaks 'MARTELL', tādēļ ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētā preču zīme reģistrācijai pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku. Izveidojot šādu zīmi, tās pieteicējs vēlējies gūt peļņu uz populāra un slavēta brenda rēķina. Par negodprātību un vēlēšanos patērētājus maldināt liecina arī tas, kā apstrīdētā preču zīme tiek faktiski lietota. Latvijā tiek izplatīts brendijs 'CARTEL', un tā etiķetē bez elementiem, kas ietverti apstrīdētajā zīmē, ir arī uzraksts '*Eau-de-Vie Français Élevé en fûts de chêne dans la région de Cognac*', kurš atveidots stilizētiem, sīkiem burtiem, izņemot vārdu 'Cognac', - tādējādi pārējos vārdus ir grūti salasīt. Vārds 'Cognac' ir izcelts un Latvijā patērētājiem, kaut arī ar vājām franču valodas zināšanām, ir atpazīstams. Izpētot pudeles aizmugures etiķeti, var konstatēt, ka attiecīgais dzēriens ir brendijs, nevis konjaks. Tur arī paskaidrots, ka šā dzēriena pagatavošanai izmantoti augstas kvalitātes konjaka spirti, kas izgatavoti Konjakas (*Cognac*) provincē un izturēti ozolkoka mucās no 3 līdz 5 gadiem. Kā dzēriena ražotājs ir norādīts SIA JAUNPAGASTS PLUS, bet attiecīgās preču zīmes īpašnieks - SIA L.I.O.N. & KO. Minētās norādes izmantošana tāpat ir klaja vēlēšanās maldināt gan par dzēriena saturu, gan izcelsmi, radot priekšstatu, ka tas ir izsmalcināts franču konjaks vai ka tā izcelsme ir saistīta ar Konjakas provinci. Apzīmējuma 'Cognac' lietošana saistībā ar Latvijā ražotu brendiju ir to LPZ/99 41.panta normu, kas nosaka ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu tiesiskās aizsardzības saturu, pārkāpums. Minētā panta trešā daļa paredz: "Ja ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir plaši pazīstama un tai ir īpaša reputācija patērētāju vai tirgus dalībnieku vidū, šādas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes vai tai līdzīga apzīmējuma lietošana komercdarbībā saistībā ar citas izcelsmes precēm un pakalpojumiem nav pieļaujama pat gadījumos, kad tas neizraisa patērētāju maldinājumu attiecībā uz preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, bet dod iespēju negodīgi izmantot ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputāciju vai tās atšķirtspēju vai nodarīt tam kaitējumu". Ņemot vērā, ka ar plaši pazīstamo preču zīmi **MARTELL** marķētais konjaks patiešām nāk no Francijas Konjakas provinces, visa minētā informācija liecina, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieks ir centies izveidot tādu preču zīmi, kas patērētāju uztverē saistītos ar Latvijā populārām un atpazīstamību ieguvušām preču zīmēm (pievienotas dzēriena 'CARTEL' etiķešu fotoattēlu kopijas).

4. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse savā 17.06.2004 iesniegtajā atbildē lūdz noraidīt iebildumu un paskaidro:

4.1. iebilduma argumenti ir nepatiesi. Preču zīme **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) ir pietiekoši atšķirīga, lai patērētāji to nevarētu sajaukt ar zīmi **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585);

4.2. salīdzināmās zīmes atšķiras pēc to veida, proti, pretstatītā zīme ir vārdiska, bet apstrīdētā - kombinēta, līdz ar to patērētāji, izvēloties konkrētu produktu, novērtē ne tikai vārdisko elementu, bet arī produkta kopskatu;

4.3. abu zīmju vārdiskie elementi būtiski atšķiras fonētiski. Burts 'C' apstrīdētās zīmes sākumdaļā nodrošina atšķirību, jo 'C' tiek izrunāts kā 'k' un izrunā ir labi uztverams. Līdz ar to apstrīdētās zīmes kopējā fonētiskā uztvere nesaistās ar zīmi **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585);

4.4. vārdiskais elements 'CARTEL' ir saistīts ar etiķetes noformējumu, jo šis franču vārds nozīmē 'izsaukums uz dueli', un tā uztveri pastiprina etiķetē attēlotās sakrustotās pistoles. Tātad zīmē ir ietverti patērētāja uzmanību piesaistoši grafiski elementi, kas papildus nodrošina zīmes atšķirīgumu;

4.5. nepamatota ir iebilduma iesniedzēja norāde uz LPZ/99 41.panta pārkāpumu, jo brendija 'CARTEL' izcelsme ir Francijas province Konjaka (*Cognac*), ko apliecina sertifikāts EUR.1 Nr. A 50177928. Patērētāji ar etiķetes uzraksta palīdzību tiek informēti, ka dzēriena pagatavošanai ir izmantoti augstas kvalitātes konjaka spirti, kas izgatavoti Konjakas provincē (pievienota sertifikāta kopija). Turklāt 7. starptautiskajā pārtikas konkursā *RIGA FOOD 2003* brendijam 'CARTEL' tika piešķirta sudraba medaļa par izcilu kvalitāti (pievienota diploma kopija).

5. Iebilduma iesniedzēja 05.10.2004 iesniegtie papildmateriāli satur papildu motīvus un iebildes pret apstrīdētās zīmes īpašnieka argumentiem:

5.1. kaut arī apstrīdētā preču zīme ir kombinēta, tās galvenais elements ir nosaukums 'CARTEL', kas no pretstatītās zīmes atšķiras pārāk maz. Patērētāji, iegādājoties un atsaucoties uz alkoholisku dzērienu, arī sarunvalodā, izmanto nevis etiķetes papildelementus, bet tieši dzēriena nosaukumu. Apstrīdētās zīmes centrālais elements 'CARTEL' sajaucami atveido un imitē plaši pazīstamās zīmes **MARTELL** vārdisko apzīmējumu. Šo vārdu kopējā fonētiskā uztvere ir sajaucami līdzīga. Apzīmējumu 'CARTEL' patērētāji var asociatīvi saistīt ar plaši pazīstamo zīmi vai uztvert kā norādi uz pazīstamo konjaku 'MARTELL' vai šīs produkcijas piegādātāju - pretstatītās zīmes īpašnieku, un šāda apzīmējuma lietošana var kaitēt iebilduma iesniedzēja interesēm. Apstrīdētās zīmes pieteicējs, ar nolūku parazitējot uz plaši pazīstama, stabila un ar reputāciju apveltīta brenda rēķina, cerējis panākt brendija 'CARTEL' labāku noietu un atpazīstamību;

5.2. apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojums, ka apzīmējums 'CARTEL' patērētāju uztverē saistīsies ar pistoļu attēlu, nav pamatots. Latvijas patērētājs, pat ja tam būtu labas franču valodas zināšanas, diez vai atpazīs vārda 'cartel' nozīmi, jo tas nepieder ne dzērienu, ne vienkāršās ikdienas leksikas, ne dzērienu franču valodas vārdu krājuma. Šāds vārds mūsdienās netiek lietots, tādēļ tas patērētājiem nevar saistīties ar minēto etiķetes noformējuma elementu. Nav šaubu, ka apstrīdētajā zīmē galvenais, uz ko koncentrēsies patērētāju uzmanība, ir apzīmējums 'CARTEL', kas ir sajaucams ar pretstatīto zīmi, arī tāpēc, ka abu zīmju preces ir identiskas;

5.3. Francijas organizācija BUREAU NATIONAL INTERPROFESSIONEL DU COGNAC savā 20.07.2004 vēstulē norāda, ka sertifikāts EUR.1 Nr. A 50177928 nevar apliecināt, ka brendija 'CARTEL' izcelsme būtu no Konjakas. Šāds sertifikāts tiek izdots vienīgi, lai apliecinātu attiecīgu preču kustību Eiropas Savienībā, to, ka precēm ir ES izcelsme. Vienīgi minētajai Francijas organizācijai ir tiesības izdot īpašus sertifikātus, kas apstiprina, ka uz attiecīgajām precēm var tikt norādīts izcelsmes nosaukums *Cognac*. Ne dzērienu uzņēmumam 'Prodimpekss loģistikas grupa', ne dzērienu apstrīdētās zīmes īpašniekam SIA L.I.O.N. & KO šādu sertifikātu minētā organizācija nav izdevusi. Turklāt muitas sertifikātā ir norāde 'brendijs', kas atšķiras no *eau-de-vie de vin* (vīna spirtu) produkta, kāds ir konjaks. Norādi *Cognac* atļauj lietot tikai tiem spirtiem, kas atbilst attiecīgu Francijas normatīvo aktu prasībām. Muitas iestāde, kas izdevusi konkrēto sertifikātu, nav tiesīga piešķirt tiesības izmantot šādu ģeogrāfisko norādi uz precēm, kas vienīgi tiek izvestas caur šo muitu. Tādā šāda norāde uz konkrētās produkcijas nevien maldina Latvijas patērētājus, bet arī rupji pārkāpj ģeogrāfiskās izcelsmes norādes *Cognac* lietošanas noteikumus (pievienota organizācijas BUREAU NATIONAL INTERPROFESSIONEL DU COGNAC vēstules kopija un tulkojums);

5.4. preču zīmes **MARTELL** plašo pazīstamību vēl papildus apliecina šāda informācija:

5.4.1. konjaks 'MARTELL' ir bijis Latvijā pieejams jau pirms Pirmā pasaules kara. Uzņēmums MARTELL & Co ir piegādājis un reklamējis šo konjaku Krievijā, arī Latvijas teritorijā, jau vismaz kopš 1893.gada, par ko liecina dokumenti no uzņēmuma arhīva:

- Rīgas uzņēmuma 'Louis Sundmann & Co' 1893.g. 3.aprīļa un 15.augusta, 1902.g. 23.jūlija un 1912.g. 4.oktobra vēstules, kurās pasūtīts konjaks;
- sabiedrības 'GUNS' 1925.g. 26.novembra vēstule ar informāciju par maksājumiem sakarā ar konjaka piegādi;
- MARTELL & Co fakturrēķini restorānam 'Otto Schwarz' 1930.g. 15.novembrī un 1931.g. 28.februārī, kā arī Augustam Gulbim 1925.g. 3.jūlijā;
- sludinājumu aģenta E.Prīverta (*Ed.Prihwerts*) rēķins par sludinājumu izvietojumu laikrakstā *Jaunākās Ziņas* - 17. 20/XII, *Rundschau* - 17. 20/XII, *Segodnja* - 18. 21/XII (ar pievienotiem sludinājumu paraugiem);
- konjaka 'MARTELL' reklāma, kas publicēta 1936.g. Krievijā (pievienotas attiecīgo dokumentu kopijas);

5.4.2. dažādu pētījumu un aptauju rezultāti, piemēram, 2003.g. 10.novembrī laikrakstā *The Publican Newspaper* publicētajās alkoholisko dzērienu reitingu tabulās ar virsrakstu *Spirits Report 2003: Bar Calls* starp pieprasītākajiem brendijiem kā otrais minēts 'MARTELL', un žurnālā *IMPACT* (June 1 & 15/2003) publicētajā 10 pasaulē pieprasītāko konjaku sarakstā 'MARTELL' ieņem ceturto vietu (pievienotas kopijas);

5.4.3. liels skaits mājas lapu Internetā satur informāciju, ka 'MARTELL' ir atzīts par vienu no slavenākajām alkoholisko dzērienu markām dažādās valstīs, piemēram, Ķīnā, Apvienotajā Karalistē, Ukrainā, Francijā u.c. (pievienotas izdrukas no mājaslapām www.bcia.com, www.somethingspecial.co.uk, www.kiev.info/shopping/wines.htm, www.icliverpool.icnetwork.co.uk, www.franceonecall.com, www.vip-terminal.dn.ua u.c.);

5.4.4. par konjaka 'MARTELL' popularitāti, seno vēsturi un izcilo kvalitāti ir plaši pieejama informācija uzziņu literatūrā, piemēram, grāmatās *Cognac. A liquid History*; By Salvatore Calabrese; CASSELL & Co.; *Коньяк, виски, текила, абсент...*; Минск: 'Харвест'; 2004 (pievienotas attiecīgas kopijas); par konjaka 'MARTELL' vēsturi tiek publicēti raksti un reklāmas dažādos preses izdevumos gan Latvijā, gan citās valstīs (pievienoti trīs materiāli dažādās valodās); arī Internetā pieejami dažādi materiāli par šā konjaka kvalitāti (pievienotas 5 izdrukas), kā arī pastāvīgi tiek publicēta dažāda cita informācija, kas veicina šīs preču zīmes pazīstamību un padara to slavenu arī Latvijā (pievienotas kopijas no izdevumiem *KLUBS*, okt. 2004; *Люблю!*, 30.12.2003; *Лилит*, Nr. 11/2003 u.c., kā arī no lielveikalu reklāmas bukletiem);

5.4.5. vārdiskā zīme MARTELL ir reģistrēta un tiek aizsargāta vairāk nekā 120 valstīs (pievienots reģistrāciju saraksts uz 45 lpp.);

5.5. tādējādi uzņēmējsabiedrība MARTELL & Co, gadiem ilgi ieguldot līdzekļus 'MARTELL' brenda attīstībā un produkcijas kvalitātes uzturēšanā, ir panākusi, ka attiecīgajā patērētāju lokā šī zīme ir ieguvusi vērtīga un slavena brenda reputāciju. Dažādu valstu tiesu praksē plaši pazīstamām preču zīmēm tiek piešķirta par parasto daudz plašāka aizsardzība pret līdzīgām preču zīmēm, it īpaši, ja zīmes lietotas uz identiskām un līdzīgām precēm. Piemēram, Holandes tiesa lietā *Viagra vs. Sigr* ir konstatējusi, ka sakrītīgā izskaņa '-gra' (lietojumā saistībā ar tabletēm erekcijas uzlabošanai) veicina preču zīmes **Viagra** tiesību pārkāpumu (pievienoti aģentūras 'Shield Mark' informācijas materiāli).

6. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse savos 04.11.2004 papildpaskaidrojumos iebilduma iesniedzēja argumentus vērtē kritiski:

6.1. iebilduma iesniedzējs sākotnēji apgalvo, ka vārdam 'CARTEL' latviešu valodā nav jēdzieniskas nozīmes un tas nav arī kāds noteikts franču valodas vārds, bet vēlāk maina nostāju un mēģina pierādīt, ka šāds vārds vienīgi netiek lietots, nevis vispār nepastāv. Tāpat pārstāvis nonāk pretrunās ar paša agrāk apgalvoto. Redzams, ka iebilduma iesniedzējs pats šaubās par savu apgalvojumu patiesumu;

6.2. iebilduma iesniedzējs nepaskaidro, kāpēc preču zīme **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) nav jāvērtē kā kombinēta zīme, bet visu laiku cenšas atsevišķi izcelt tās vārdisko elementu. Tāpat viņš nevēlas redzēt un novērtēt to, ka sakrustoto pistoļu attēls etiķetes vidū aizņem apmēram pusotras reizes lielāku laukumu nekā uzraksts 'CARTEL'. Tādējādi iebilduma iesniedzējs pats neievēro savu norādi, ka zīmes jāsalīdzina kopumā. Lietā arī nav neviena pierādījuma tam, ka patērētāji varētu sajaukt vai būtu sajaukuši salīdzināmās zīmes;

6.3. nav saprotams, ar kādiem pierādījumiem var pamatot apgalvojumu, ka rupji pārkāptas Latvijas patērētāju tiesības attiecībā uz produkta izcelsmes norādīšanu. Iebilduma iesniedzējs turklāt nav vēlējis pievienot vai tīši noklusē informāciju, ka Pārtikas un veterinārais dienests ir sniedzis atbildi uz izteiktajām pretenzijām par Latvijas patērētāju maldināšanu. Šādi apgalvojumi neatbilst patiesībai. Valsts institūcija ir konstatējusi, ka produkcijas dokumenti atbilst likumā noteiktajām prasībām (pievienotas kopijas no Pārtikas un veterinārā dienesta 19.07.2004 vēstules organizācijai BUREAU NATIONAL INTERPROFESSIONEL DU COGNAC un 13.10.2004 vēstules firmai SIA L.I.O.N. & KO, kurās ģenerāldirektora pienākumu izpildītājs J.Kinna norāda, ka uzņēmumā 'Jaunpagasts Plus' veiktajā pārbaudē ir noskaidrots, ka šis uzņēmums iepērk vīna spirtu - izejvielu brendija 'CARTEL' ražošanai no Konjakas provinces, sadarbojoties ar uzņēmumu 'Euronegoce Spiritueux'; uzņēmumā ir pieejami izejvielu kvalitāti un izcelsmi apliecinājoši dokumenti; aizsargātais nosaukums 'Cognac' netiek izmantots produkta nosaukumā, bet atbilstoši izejvielu izcelsmei uz to ir norādīts preču marķējuma tekstā, tādējādi patērētāji netiek maldināti);

6.4. nepamatots ir iebilduma iesniedzēja sniegtais salīdzinājums ar preču zīmes **Viagra** lietu, kur runa ir par zāļu tablešu formas līdzību; šai lietai nav nekāda sakara ar apstrīdēto kombinēto preču zīmi;

6.5. iebilduma iesniedzējs nav pamatojis, kāpēc personas uzvārdam 'Martell' varētu noņemt pirmo un pēdējo burtu, uzvārda sastāvdaļai '-artel-' piedēvējot ekskluzīvu raksturu;

6.6. iebilduma iesniedzējs nav ņēmis vērā tiesu praksi lietās, kur vērtētas kombinētas preču zīmes, piemēram, **Sovetskoje Igristoje, Sovetskoje Polusladkoje** u.c.;

6.7. norāde, ka zīmes var tikt sajauktas to vizuālā uztverē, nav pamatota ar pierādījumiem;

6.8. salīdzinājumam var minēt divu citu preču zīmju pastāvēšanu vienā un tajā pašā preču grupā - **SONY** un **SANY** (*iespējams, pārstāvis domājis zīmi SANYO; - ApP piez.*); - otrā zīme parādījās daudz vēlāk. Šīm zīmēm ir daudz lielāka līdzība nekā tagad izskatāmajām, bet tirgū tās pastāv līdzās, un pēc strīda izskatīšanas tiesā neviens vairs nesatraucas, ka tās būtu sajaucamas;

6.9. neizpratni izraisa tas, ka izskatāmo iebildumu iesniedzis tieši patentpilnvarotais A.Pētersons, jo viņš sniedza SIA L.I.O.N. & KO konsultācijas, kad tika izveidota preču zīme **CARTEL**, un apgalvoja, ka uzņēmuma MARTELL & Co intereses šādi netiek skartas.

7. ApP sēdē iebilduma iesniedzēja pārstāvis vēl papildina un paskaidro savu argumentāciju:

7.1. konjaks 'MARTELL' arī Latvijā tiek reklamēts pastāvīgi, piemēram, jaunākajos žurnālos *KAPITĀLS* (Nr. 11/2004) un *KLUBS* (Nr. 11/2004);

7.2. kaut gan apstrīdētās zīmes reģistrācijā nav vārda 'Cognac', tāds ir tirgū esošā dzēriena etiķetē. Burti paskaidrojumā ir sīki, un teksts - franciski; ja arī formāli tur nav rakstīts, ka tas ir konjaks, patērētāji to var uzvert kā konjaka apzīmējumu. Arī marķējums 'QUALITÉ SUPÉRIEUR' ir pieļaujams tikai konjakam, bet apstrīdētās zīmes īpašnieks to lieto brendijam;

7.3. Pārtikas un veterinārā dienesta speciālisti, sniedzot apstrīdētās zīmes īpašnieka minēto izziņu, acīmredzot nav izpratuši, kādā aspektā ir pārkāpti noteikumi par ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu lietošanu;

7.4. apstrīdētās zīmes īpašnieks šajā strīdā pastāvīgi uztur argumentu, ka viņa zīme atšķiras ar figurālo izpildījumu, taču faktiski viņš vēlāk ir pieteicis arī vārdisku zīmi **CARTEL** (pieteik. Nr. M-04-350), kas reģistrēta arī starptautiski (reģ. Nr. WO 829 812).

8. Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvis ApP sēdē papildus paskaidro:

8.1. nav saskatāma līdzība starp vārdu 'MARTELL' un figurālu zīmi **CARTEL** ar visiem tās grafiskajiem elementiem. Konjaka 'MARTELL' noformējumam ir raksturīgas pavisam citādas krāsas - tumši zila, melna un balta, kam nav nekādas līdzības ar apstrīdētās zīmes kopiespaidu. Neiztur kritiku apgalvojums, ka vārdu 'MARTELL' izrunā ar vienu 'L' beigās. Nav pierādījumu, ka 'MARTELL' ir slavens uzvārds, kuru Latvijā visi zina;

8.2. izbrīnu izraisa tas, ka pretējā puse apšauba Pārtikas un veterinārā dienesta atzinumu, kurš nav ticis apstrīdēts. Argumentācija par nosaukuma 'Cognac' izmantošanu etiķetē šajā lietā nav izskatāma;

8.3. šāda nepamatota iebilduma iesniegšanu var izskaidrot tā, ka SIA L.I.O.N. & KO ir sācis ražot ļoti labas kvalitātes brendiju, un uzņēmēj sabiedrība MARTELL & Co ir sajutusi nopietnu konkurenci. Cieņas vērts ir fakts, ka Latvijā, iepērkot franču vīna spirtus, top šādas kvalitātes brendijs par pieņemamu cenu. Līdz ar to preču zīmju strīds starp šiem uzņēmumiem ir vērtējams tikai kā blakus jautājums.

9. Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvis ApP sēdē arī apšauba iebilduma iesniedzēja pārstāvja pilnvaru, izsakot pieņēmumu, ka teksts, kas papildina pārstāvja pilnvarojumu, ir pilnvarā ticis ierakstīts vai iekopēts pēc tās izdošanas.

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

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka uzņēmēj sabiedrības MARTELL & Co iebildums ir iesniegts saskaņā ar likumā un ApP noteikumos paredzēto kārtību.

Atkārtoti pārbaudot iebilduma iesniedzēja pilnvaru, kuru apšauba apstrīdētās zīmes īpašnieka puse, ApP konstatē, ka lietai pievienotā uzņēmēj sabiedrības MARTELL & Co 2002.gada 13.jūnijā A.Pētersonam izdotās pilnvaras kopija atbilst pilnvaras oriģinālam, kas reģistrēts LPV Ģenerālpilnvaru reģistrā ar Nr. 01/4698. Lai gan pilnvaras teksts attiecībā uz darbībām, kurām pārstāvis tiek pilnvarots, nav gluži precīzs un nepārprotams, ApP uzskata, ka šī pilnvara ļauj iesniegt iebildumu pret cita īpašnieka preču zīmi (*[to] represent us before the Latvian Patent Office.. in all trademark*

proceedings.. with all rights granted with the law to plaintiff.), un, kaut arī daļa pilnvarojuma teksta ir ierakstīta atšķirīgi no veidlapas pamatteksta, nav pietiekama pamata, lai šo pilnvaru uzskatītu par viltotu. Tādējādi nav šķēršļu, lai iebildumu izskatītu pēc būtības.

2. LPZ/99 7.panta pirmās daļas 2.punkts paredz, ka preču zīmi var atzīt par spēkā neesošu, ja sakarā ar tās identiskumu vai līdzību agrākai preču zīmei un attiecīgo preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. Lai iebilduma lietā piemērotu LPZ/99 8.panta pirmo daļu, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā preču zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem.

4. LPZ/99 6.panta otrā daļa paredz, ka preču zīmi var atzīt par spēkā neesošu arī tad, ja zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

5. Lietā nav strīda par to, ka iebilduma iesniedzēja pretstatītā preču zīme **MARTELL** (reģ. Nr. M 10 585) ir agrāka preču zīme salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509). Pretstatītā preču zīme ir pieteikta reģistrācijai 27.06.1992, turklāt pārreģistrācijas kārtībā, pamatojoties uz tās reģistrāciju bij. PSRS (ar pieteikuma datumu 03.10.1973), bet apstrīdētā zīme reģistrācijai pieteikta tikai 27.06.2002.

6. Apstrīdētās zīmes preču (alkoholiskie dzērieni, izņemot alu) lielāko daļu var atzīt par precēm, kas ir identiskas tām, kurām reģistrēta pretstatītā zīme. Pieņemot, ka pretstatītās zīmes sarakstā, kur nosaukti vīni, "alkohols un spirti" (neskaidri jēdzieni, acīmredzot domāti stiprie jeb destilētie alkoholiskie dzērieni, angl. *spirits*) un konjaka produkti, varbūt nav uzskaitīti visi alkoholisko dzērienu veidi, piemēram, nav minēti alkoholiskie kokteiļi, tomēr katrā ziņā var atzīt, ka arī tie alkoholiskie dzērieni, uz kuriem attiecas apstrīdētā zīme un kas nav tieši minēti pretstatītās zīmes reģistrācijā, ir pretstatītās zīmes precēm līdzīgas preces. Tātad salīdzināmās zīmes attiecas uz identiskām un līdzīgām precēm. No lietas materiāliem var konstatēt, ka praksē šīs zīmes izmanto šaurāk: **MARTELL** - konjakam, bet **CARTEL** - brendijam, kas ir viena tipa produkti.

7. ApP uzskata, ka lietas apstākļi kopumā tomēr neatbilst LPZ/99 7.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem. Var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētās preču zīmes galvenais elements patērētāju uztverē noteikti būs tieši vārdiskais apzīmējums 'CARTEL' un ka tas ir veidots pēc ļoti līdzīgas shēmas kā pretstatītā vārdiskā zīme. Šie apzīmējumi (**MARTELL** - **CARTEL**), it īpaši fonētiski, maz atšķiras viens no otra, tomēr jāņem vērā, ka pirmajam burtam preču zīmju salīdzinājumā mēdz būt liela nozīme. Šo vārdu specifiskā nozīme, proti, tas, ka pirmais no tiem ir konkrētas personas uzvārds, bet otrajam ir arī tulkojums 'izaicinājums uz divkauju', lielai daļai patērētāju visdrīzāk nav zināma. Vairāk ir iespējams, ka patērētāji var saskatīt citu otrā vārda nozīmi: kartelis - ekonomiska vienošanās konkurences ierobežošanai (gan franču, gan angļu valodā). Vienlaikus ir svarīgi, ka šo apzīmējumu sākumdaļas (saknes) 'MART-' un 'CART-' ir patērētājiem pazīstamas sakarā ar dažādiem citiem izplatītiem vārdiem vairākās valodās: *marts, Marta, Mārtiņš, Martin, martenkrāsns, mārtiņroze, martini, Martinika; cart, go-cart, carte, carton, cartoon, cartography, cartridge, cartouche*. Līdz ar to blakus asociācijas, ko katrs no salīdzināmajiem apzīmējumiem var izraisīt, ir diezgan atšķirīgas, un ir apšaubāms, vai patērētāji var abas zīmes sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas (viena īpašnieka zīmes), pat ņemot vērā, ka tās attiecas uz identiskām un līdzīgām precēm.

8. ApP uzskata, ka iebilduma iesniedzējs pamatoti atsauca uz preču zīmes **MARTELL** plašo pazīstamību. Lietā esošie materiāli pārliecinoši pierāda, ka apzīmējums 'MARTELL' Latvijas patērētājiem ir bijis plaši pazīstams attiecībā uz konjaku jau pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma. Šai sakarā ApP ņem vērā iesniegtos materiālus par konjaku 'MARTELL' kopumā, bet īpaši šādus aspektus:

8.1. liels skaits publikāciju un reklāmu dažādos Latvijas periodiskos izdevumos, kuras veltītas tieši konjakam 'MARTELL' vai kurās tas minēts cita starpā (neņemot vērā publikācijas, kas ir vēlākas par 27.06.2002, ApP tomēr ievēro, ka tās liecina par pastāvīgo uzmanību, kas sabiedrībā ir pievērsta šai dzēriena markai);

8.2. konsekventa interese par konjaku 'MARTELL' un tā vēsturi specializētos izdevumos un uzzīņu krājumos, kur tas raksturots kā viens no pazīstamākajiem, populārākajiem un prestižākajiem pasaulē gan starp konjakiem, gan arī starp alkoholiskajiem dzērieniem vispār;

8.3. ilga šīs dzērienu markas pazīstamība pasaulē (kopš 18.gs. sākuma) un arī Latvijā (kopš 19.gs. beigām);

8.4. nozīmīgs apjoms Latvijas tirgū realizēto alkoholisko dzērienu, kuru nosaukumā ir vārds 'MARTELL', neraugoties uz to relatīvi augsto cenu (1999.-2003.g. - 2105 dekalitri = 21 050 litri, par kopējo summu, kas pārsniedz 0,5 milj. Ls; pat ņemot vērā tikai realizāciju līdz 2002.g. vidum, var pieņemt, ka pārdoti daudzi tūkstoši pudeļu);

8.5. informācija par to, ka daudzās valstīs, arī Latvijā, konjaks 'MARTELL' tiek ierindots starp pazīstamākajām alkoholisko dzērienu markām gan aptauju rezultātos, gan dažādos izziņas materiālos, ļoti plaši arī Internetā;

8.6. uzņēmēj sabiedrība MARTELL & Co ir reģistrējusi Latvijā (vai attiecībā uz Latviju) vairāku preču zīmju saimi (vārdisku zīmi, vairākas etiķetes un vairākas telpiskas zīmes - raksturīgas formas pudeles), bet pavisam zīme **MARTELL** ir aizsargāta vairāk nekā 120 valstīs - praktiski visā pasaulē, dažādos reģionos.

9. Iepriekšminētajā vērtējumā ApP ņem vērā arī apsvērumu, ka preču zīmes plaša pazīstamība ārvalstīs mūsdienu apstākļos nevar neatstāt iespaidu uz Latvijas sabiedrības informētību par to. It sevišķi tas attiecas uz precēm, kuru prestižais raksturs vai iespaids uz dzīves stilu un paradumiem izraisa paaugstinātu sabiedrības interesi. Tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas vai elitāras preces, tomēr šādas preces zina lielākā sabiedrības daļa, praktiski katrs, jo tās tiek īpašā veidā reklamētas un netieši popularizētas presē, daiļliteratūrā, televīzijā, filmās. ApP uzskata, ka tāpēc arī Latvijā, kur vidusmēra patērētāji, kā zināms, vairāk ir orientēti uz citu alkoholisko dzērienu patēriņu un no stiprajiem dzērieniem galvenokārt izvēlas degvīnu, tomēr ļoti labi pazīst vienu no pasaules populārākajiem konjaka brendiem - 'MARTELL'. Turklāt apstrīdētās preču zīmes īpašnieka puse nav izvirzījusi argumentus, kas apstrīdētu pretstatītās preču zīmes plašo pazīstamību.

10. ApP uzskata, ka šajā lietā līdz ar to ir visai specifiski apstākļi, kurus var raksturot arī tā: pastāv agrāka, pat sena un plaši pazīstama, pat pasaulslavena zīme attiecībā uz konjaku - **MARTELL**, - un tad Latvijā tiek izveidota etiķete vietējā ražojuma brendijam no Francijas izejvielām ar tā izvēlētu nosaukumu 'CARTEL', ka tas nevar neizraisīt asociācijas ar plaši pazīstamo **MARTELL**. Brendija un konjaka tirgū pastāv desmitiem, pat simtiem savstarpēji pilnīgi atšķirīgu nosaukumu (piemēram: MERKURS, ARARAT, METAXA, COURVOISIER, HENNESSY, MARSS, CROIZET, OTARD, BELIJ AIST, MOYET, DON CARLOS, DELAMAIN, GOLD KRONE, HINE, GRAND CHEVALIER, BISQUIT, ATLANTIS, CAMUS, REMY MARTIN, LARSEN), un tomēr var apgalvot, ka nav grūti atrast (no jauna radīt) simtiem jaunu apzīmējumu, kuri nekādi neasociējas un neatgādina nedz plaši pazīstamus, nedz jebkurus tirgū jau zināmus brendija vai konjaka apzīmējumus. Šādi lietas apstākļi liecina, ka apstrīdētajā zīmē **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) vai tās būtiskā daļā - etiķetes centrālajā vārdiskajā apzīmējumā (dzēriena nosaukumā) - ir imitēta (atdarināta) tāda preču zīme, kas Latvijā jau ir plaši pazīstama attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm - zīme **MARTELL**. Tādējādi, kaut arī šīs zīmes nav sajaucami līdzīgas, ja tās vērtē atbilstoši LPZ/99 7.panta pirmās daļas 2.punktam, lietas apstākļi tomēr pilnībā atbilst 8.panta pirmajai daļai, kuru papildus paskaidro 8.panta ceturtnā daļa: nosakot, kādos gadījumos piemērojami šā panta pirmās daļas noteikumi, jāņem vērā *Parīzes konvencijas par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību* 6.-bis panta noteikumi par plaši pazīstamu preču zīmi, arī noteikums, kas paredz nepieļaut plaši pazīstamas preču zīmes atveidošanu vai imitēšanu citas preču zīmes būtiskā daļā.

11. Tai pašā laikā ApP apšaubā iebilduma atsauci uz LPZ/99 6.panta otrās daļas noteikumiem. ApP nevar šajā lietā vērtēt tos iebilduma argumentus, kas ir saistīti ar paskaidrojošā uzraksta '*Eau-de-Vie Français Élevé en fûts de chêne dans la région de Cognac*' izmantošanu apstrīdētās zīmes praktiskajā lietojumā tirgū, jo šāda uzraksta nav reģistrētajā zīmē Nr. M 52 509. Līdz ar to lietā nav izskatāmi aspekti, kuri attiecas uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādes *Cognac* lietojuma atbilstību prasībām. Kopumā vērtējot, nevar pārliecinoši apgalvot, ka apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos faktus, paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 18. un 19.panta noteikumiem par iebildumu iesniegšanu un izskatīšanu, un pamatojoties uz minētā likuma 8.panta pirmās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt uzņēmēj sabiedrības MARTELL & Co (Francija) iebildumu pret preču zīmes **CARTEL** (fig.) (reģ. Nr. M 52 509) reģistrāciju, atzīstot šo preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam un Valsts reģistru un dokumentācijas departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **CARTEL** (fig.) reģistrācijas Nr. M 52 509 atzīšanu par spēkā neesošu.

Ja Apelācijas padomes lēmums neapmierina lietas dalībnieku, viņš triju mēnešu laikā no lēmuma noraksta saņemšanas dienas var šo lēmumu pārsūdzēt tiesā (Administratīvajā rajona tiesā); pārsūdzības pieteikuma iesniegšana tiesā aptur Apelācijas padomes lēmuma izpildi (likums *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm*, 19.panta astotā daļa).

Šis lēmums, ja tas nav pārsūdzēts noteiktajā laikā, saskaņā ar ApP noteikumu 61.punkta 2.apakšpunktu stājas spēkā pēc tam, kad notecējis termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes priekšsēdētājs

/paraksts/

J.Ancītis

ApP sēdes loceklis:

/paraksts/

D.Liberte

/paraksts/

A.Pāže