

Nemot vērā, ka minētie iebildumi iesniegti pret līdzīgu preču zīmju, kas satur vārdiskos elementus CAFÉ NOIR, reģistrācijām, kuras izdarītas uz viena un tā paša preču zīmes īpašnieka vārda, un ka iebildumu iemesli pēc būtības sakrīt, ApP, sagatavojot attiecīgās lietas izskatīšanai, nolēma šos iebildumus apvienot vienā lietā.

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

1. Apstrīdētā preču zīme CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) reģistrēta uz firmas MERRILD KAFFE A/S vārda kā figuratīva preču zīme - uz melna četrstūra fona augšdaļā novietots balts dominējošs nedaudz stilizēts uzraksts 'Café Noir', bet zem šī uzraksta - piecas baltas zvaigznītes.

Apstrīdētā preču zīme CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166) reģistrēta uz firmas MERRILD KAFFE A/S vārda kā vārdiska preču zīme.

2. Iebilduma iesniedzēja - firmas KRAFT JACOBS SUCHARD S.A. pārstāvis, atsaucoties uz LPZ 2.panta pirmās daļas 1., 5. un 6.punktu, motivē savu iebildumu ar to, ka apstrīdētās preču zīmes satur vārdisko apzīmējumu CAFÉ NOIR, kuram ir aprakstošs raksturs, proti, CAFÉ NOIR ir apzīmējums, kuru lieto noteiktu preču identificēšanai, aprakstīšanai vai nosaukšanai un kurš raksturo tikai preces lietošanu un veidu.

3. Savu iebildumu firmas KRAFT JACOBS SUCHARD S.A. pārstāvis iebilduma iesniegumā un ApP sēdes gaitā pamato sekojoši:

3.1. vārdu salikums CAFÉ NOIR ir apzīmējums, kuru lieto noteiktu preču identificēšanai, jo franču valodā 'CAFÉ NOIR' precīzi identificē marķējamo produktu, tas ir, 'melnu kafiju' (skat. šķirkli 'café' franču valodas vārdnīcā HACHETTE LE DICTIONNAIRE DE NOTRE TEMPS. 1992.: 'café' - dzēriens (visbiežāk karsts), kas iegūts maltu un grauzdētu pupiņu uzlējuma nostādīšanas ceļā ... 'café noir' - bez piena'; tāpat skat. šķirkli 'kafija' grāmatā M.Alksniņa, R.Griķīte, R.Šefere. FRANČU-LATVIEŠU, LATVIEŠU-FRANČU VĀRDNĪCA. R., Zvaigzne, 1983.: 'melna kafija - café noir') un attiecas uz kafijas produktiem neatkarīgi no tā, vai tā ir pupiņu kafija, šķīstošā kafija vai kafijas aizstājēji;

3.2. visā pasaulē īpašības vārds NOIR ('melns') plaši tiek lietots, apzīmējot kafiju bez piena produktiem vai to aizstājējiem; līdz ar to apstrīdētajās preču zīmēs ietilpstošā apzīmējuma CAFÉ NOIR asociatīvais tēls ir tieši saistīts ar marķējamā produkta lietošanas un veida raksturojumu;

3.3. no iepriekšminētā izriet, ka, reģistrējot apstrīdētās preču zīmes CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) un CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166), dāņu firmai MERRILD KAFFE A/S tiek piešķirtas izņēmuma tiesības Latvijā uz nosaukumu 'CAFÉ NOIR' ('MELNA KAFIJA') attiecībā pret citām firmām, kuru produkcijas asortimentā arī ir kafijas produkti;

3.4. preču zīmes CAFÉ NOIR starptautiskā reģistrācija ir atteikta Francijā, Šveicē un Spānijā; atsevišķās valstīs, piem., Zviedrijā un Norvēģijā preču zīme CAFÉ NOIR (fig.) reģistrēta ar disklamāciju attiecībā uz vārdisko apzīmējumu CAFÉ NOIR.

4. Apstrīdēto preču zīmju īpašnieka - firmas MERRILD KAFFE A/S pārstāve ApP 1998.gada 14.jūlijā iesniegtajā atbildē un ApP sēdē iebildumu neatzina, pretstatot tam sekojošus argumentus:

4.1. Latvijas patērētāji, kuri nepārzina franču valodu, bet kā svešvalodu mācījušies kādu citu valodu, piem., vācu vai angļu, viennozīmīgi vārdu 'café' uztvers kā 'kafē' jeb 'kafejnīca', jo vairumā svešvalodu vārda 'cafe' tulkojums latviski ir 'kafē' - vieta, kur pārdod dzērienus un vieglus ēdienus, uzkodas;

4.2. tie Latvijas patērētāji, kuri pārzina franču valodu, apzīmējumu 'café noir' noteikti neuztvers kā 'melna kafija', jo viņi zinās, ka apzīmējumu 'melna kafija' franču valodā tulko kā 'café natur' (skat. A.Bojāte, F.Pizova, I.Zandreitere. LATVIEŠU-FRANČU VĀRDNĪCA. R., Liesma, 1970.);

4.3. ņemot vērā, ka franču valoda Latvijā ir svešvaloda, kuru pārzina nedaudzi, nevar apgalvot, ka vārdu 'noir' patērētāji Latvijā viennozīmīgi uztvers kā īpašības vārdu 'melns', jo franču vārdam 'noir' ir 15 nozīmes; līdz ar to franču valodas pratēji apzīmējumu 'café noir' varētu uztvert, piem., kā 'Kafē 'Tumsa' vai 'kafija 'Tumsa', jo 'tumsa' ir viena no vārda 'noir' nozīmēm (it īpaši tas attiecas uz figuratīvo preču zīmi CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165), jo tajā zem vārdiskā apzīmējuma uz melna fona attēlotas zvaigznītes, tādējādi pastiprinot asociācijas ar nakti, krēslu, tumsu);

4.4. līdz ar to var apgalvot, ka Latvijas patērētāja uztverē apzīmējums CAFÉ NOIR ir fantāzijas radīts salikums, kuram ir tikai asociatīva saikne ar precēm, kurām tas ir pieteikts; šo apgalvojumu apstiprina arī tas, ka Latvijas patērētāji, vēloties veikalā nopirkt ar preču zīmi CAFÉ NOIR marķētu kafiju, jautā pēc kafijas 'NOIR', nevis pēc kafijas 'NUAR', kā pareizi franciski būtu jāizrunā šis vārds (ja arī kāds prasa kafiju 'NUAR', tad pārdevējs parasti nesaprot, ko šis pircējs vēlas);

4.5. apzīmējums CAFÉ NOIR ticis reģistrēts kā preču zīme attiecībā uz kafijas izstrādājumiem ne tikai Latvijā, bet arī citās valstīs, piem., Dānijā, Beniluksa valstīs, Igaunijā, Vācijā, Islandē, Itālijā;

4.6. Latvijā firmas MERRILD KAFFE A/S ražotā un ar preču zīmi CAFÉ NOIR marķētā kafija ir nopērkama jau kopš 1992.gada; tā ir demokrātiska kafija, kuru var nopirkt jebkurā veikalā vai tirgū; saskaņā ar socioloģisko pētījumu centra 'Baltijas Datu Nams' sniegtajiem datiem par kafijas tirgus sadalījumu Latvijā, firmas MERRILD KAFFE A/S ražotā kafija aizņem, piem., 1998.gada augustā - 37% no šī tirgus, bet 1998.gada septembrī - 33% no šī tirgus, tai skaitā tieši ar preču zīmi CAFÉ NOIR marķētā kafija - attiecīgi 12% un 11,5% (tas ir apm. 20 000 kg mēnesī) no Latvijas kafijas tirgus; ar preču zīmi CAFÉ NOIR marķētā firmas MERRILD KAFFE A/S ražotā kafija tiek reklamēta arī televīzijā - gan LTV1, gan LTV2, gan LNT kanālā.

5. ApP sēdes gaitā iebilduma iesniedzēja pārstāvis paziņoja, ka attiecībā uz figuratīvo zīmi CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) iebildums tiek uzturēts spēkā tikai daļēji, proti, iebilduma iesniedzējs prasa šo zīmi CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) reģistrēt ar disklamāciju attiecībā uz tās vārdisko daļu CAFÉ NOIR.

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

1. ApP piekrit apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāves apgalvojumam, ka šai lietā noteicošais jautājums ir tas, kā Latvijas (un nevis kādas citas valsts) patērētāji uztvers abas apstrīdētās preču zīmes CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) un CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166) saistībā ar tām precēm, attiecībā uz kurām šīs zīmes ir reģistrētas.

2. ApP piekrit iebilduma iesniedzēja pārstāvja apgalvojumam, ka vārda CAFÉ nozīme - 'kafija' - būs saprotama lielākajai (ja ne visai) Latvijas patērētāju daļai. Ja attiecīgā ar preču zīmi CAFÉ NOIR marķētā paciņa novietota veikala plauktā, ar lielu varbūtību var apgalvot, ka patērētājs ar šo apzīmējumu nesapratīs lietošanai gatavu dzērienu, bet sapratīs maltas vai grauzdētas kafijas pupiņas.

3. Ņemot vērā to, ka Latvijā tradicionālās svešvalodas ir angļu un vācu valoda, bet franču valodu pārzina tikai ļoti neliela daļa potenciālo kafijas pircēju un/vai patērētāju, ApP uzskata par pamatotu apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāves apgalvojumu, ka lielākās daļas Latvijas patērētāju uztverē apzīmējums NOIR ir fantāzijas radīts vārds. Franču valodas vārdam 'noir' nav nekā kopīga (piem., saknes) ar vārdu 'melns' Latvijā populārākajās svešvalodās, proti, angļu ('black') un vācu ('schwarz'), līdz ar to nepastāv iespēja, ka, zinot kādu no šiem vārdiem, patērētājam, izlasot vārdu 'noir', rastos asociācijas ar melnu.

4. ApP neapstrīd iebilduma iesniedzēja pārstāvja apgalvojumu, ka franču valodā runājošās zemēs apzīmējumu 'café noir' lieto produkta, proti, dzēriena (maltu vai grauzdētu kafijas pupiņu uzlējuma) identificēšanai. Taču šinī iebilduma lietā runa neiet par kafiju - dzērienu, kuru apmeklētājs pasūta kafejnīcā, restorānā vai tamlīdzīgā iestādījumā. Šinī lietā runa iet par kafiju (maltām vai grauzdētām kafijas pupiņām), kuru pārdod veikalā un no kuras katrs pircējs, pārnācis mājās, pēc savas izvēles var pagatavot kafiju - dzērienu: vai nu melnu (nepievienojot pienu vai krējumu), vai baltu (ar pienu vai ar krējumu) vai vēl kādu citu.

5. Līdz ar to nevar uzskatīt par pamatotu iebilduma iesniedzēja pārstāvja atsaukšanos uz LPZ 2.panta pirmās daļas 5.punkta noteikumiem, jo, ja arī attiecīgo preču patērētāji Latvijā saprot vārda 'noir' nozīmi (kas tomēr ir ļoti neliela patērētāju daļa), tad tomēr CAFÉ NOIR identificē, apraksta vai nosauc dzērienu (gatavu lietošanai) nevis tikai grauzdētas vai maltas kafijas pupiņas.

6. Nevar uzskatīt par pamatotu iebilduma iesniedzēja pārstāvja atsaukšanos uz LPZ 2.panta pirmās daļas 6.punkta noteikumiem (ka apzīmējums CAFÉ NOIR raksturo tikai preces lietošanu un veidu), jo no jebkurām maltām vai grauzdētām kafijas pupiņām, atkarībā no lietotāja vēlmēm, var pagatavot gan melnu kafiju, gan kafiju ar pienu vai krējumu.

7. Tātad var apgalvot, ka pašreizējos Latvijas apstākļos attiecībā uz konkrētajām precēm apzīmējums CAFÉ NOIR var pildīt preču zīmes galveno uzdevumu - identificēt viena konkrēta uzņēmuma ražotos kafijas izstrādājumus. To apliecina arī ar šo preču zīmi marķētās kafijas nozīmīgie pārdošanas apjomi un tirgus daļa Latvijā, kuru rezultātā apzīmējums CAFÉ NOIR ir kļuvis pazīstams patērētājiem, kuriem tas adresēts.

8. Līdz ar to ApP atzīst, ka iebilduma iesniedzēja firmas KRAFT JACOBS SUCHARD S.A. pārstāvja atsaukšanās uz Likuma par preču zīmēm 2.panta pirmās daļas 1., 5. un 6.punkta noteikumiem nav pamatota.

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 1., 5. un 6.punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt kā nepamatotus firmas KRAFT JACOBS SUCHARD S.A. iebildumus pret preču zīmju CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) un CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166) 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 preču zīmju CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) un CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166) reģistrāciju un firmas KRAFT JACOBS SUCHARD S.A. iebildumu noraidīšanu.

Iebildumu noraidīšana neliedz to iesniedzējam apstrīdēt preču zīmju CAFÉ NOIR (fig.) (reģ. Nr. M 40 165) un CAFÉ NOIR (reģ. Nr. M 40 166) 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