



Latvijas Republikas Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010, tālr. 67099637, fakss 67099650, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebildumu lietu šifri:  
RIAP/2018/M 71 980-Ie un  
RIAP/2018/M 71 981-Ie  
(OP-2018-8 un OP-2018-9)

LĒMUMS

Rīgā

2018. gada 21. septembrī

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk arī – Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:

priekšsēdētāja – I. Plūme-Popova,  
locekļi – J. Bērzs un D. Liberte,  
sekretāre – Z. Gavare,

2018. gada 20. augustā Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumus, kurus, pamatojoties uz likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2018. gada 19. janvārī Latvijas uzņēmēj sabiedrības ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA (turpmāk arī – iebildumu iesniedzējs) vārdā iesniedzis patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā G. Meržvinskis pret preču zīmju

**THREE BEARS**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība POBEDA CONFECTIONERY, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-17-913; pieteik. dat. 12.07.2017; reģ. Nr. M 71 980; reģ. (publ.) dat. – 20.11.2017; 30. kl. preces un 35. kl. pakalpojumi) un

**ТРИ МЕДВЕДЯ**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība POBEDA CONFECTIONERY, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-17-914; pieteik. dat. 12.07.2017; reģ. Nr. M 71 981; reģ. (publ.) dat. – 20.11.2017; 30. kl. preces un 35. kl. pakalpojumi)

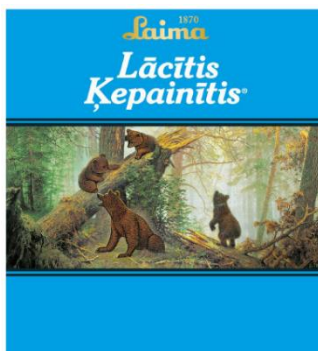
reģistrāciju Latvijā.

Iebildumu pamatojumi:

- sakarā ar apstrīdēto preču zīmju **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) līdzību Latvijā agrākām iebildumu iesniedzēja preču zīmēm: **LĀCĪTIS** **ЌЕРАИŅĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **Lācītis** **Ќepainītis** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. M 63 834),



un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721)



un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);  
 - apstrīdētās preču zīmes **THREE BEARS** un **ТРИ МЕДВЕДЯ** ir Latvijā plaši pazīstamo iebildumu iesniedzēja preču zīmju **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) un telpiskās preču zīmes (turpmāk arī – telp.) **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**



sajaucams atveidojums, imitācija (LPZ 8. panta pirmā daļa);  
 - apstrīdēto zīmju reģistrāciju pieteikumi ir iesniegti ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa).

Iebilduma iesniegumu kopijas saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 22.01.2018 tika nosūtītas apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvei patentpilnvarniecei S. Makejevai, norādot atbilžu iesniegšanas termiņu un kārtību. Apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāves S. Makejevas atbildes uz iebildumiem un papildinājumi saņemti attiecīgi 21.03.2018 un 22.03.2018, un minētie materiāli 23.03.2018 nosūtīti iebildumu iesniedzēja pārstāvim G. Meržvinskim.

Ņemot vērā, ka abi iebildumi ir iesniegti vienas un tās pašas personas vārdā pret preču zīmēm, kas reģistrētas uz viena un tā paša īpašnieka vārda, un iebildumu pamatojumi pēc būtības ir ļoti līdzīgi, ar pušu piekrišanu lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja 16.04.2018 pieņēma lēmumu apvienot vienā lietvedībā iebildumu lietas OP-2018-8 un OP-2018-9.

25.04.2018 pušu pārstāvjiem paziņots, ka, apmierinot iebildumu iesniedzēja pārstāvja G. Meržvinska 22.03.2018 izteikto lūgumu, iebildumu lietām noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē 10.08.2018.

16.07.2018 saņemti iebildumu iesniedzēja pārstāvja G. Meržvinska iebilduma iesniegumu papildinājumi, un nākamajā dienā tie nosūtīti apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei S. Makejevai.

25.07.2018 no apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves S. Makejevas saņemti paskaidrojumi, un tie 26.07.2018 nosūtīti iebildumu iesniedzēja pārstāvim G. Meržvinskim.

10.08.2018 Apelācijas padomes sēdē piedalījās iebildumu iesniedzēja pārstāvis G. Meržvinskis un apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāve S. Makejeva. Sēdes sākumā tika konstatēts, ka iebildumu iesniedzēja papildu pierādījumu eksemplārs, kurš tika iesniegts Apelācijas padomei, atšķiras no tā, kas nosūtīts apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei (Apelācijas padomei tika iesniegts krāsains

eksemplārs, savukārt apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei - melnbalts). Ar sēdes lēmumu lietas izskatīšana tika atlikta uz 20.08.2018, lai dotu iespēju iebildumu iesniedzējam iesniegt otru krāsainu eksemplāru. Pēc sēdes, tajā pašā dienā iebildumu iesniedzējs nosūtīja apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei papildmateriālu krāsaino eksemplāru.

15.08.2018 no apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāves S. Makejevas saņemti paskaidrojumi sakarā ar iebildumu iesniedzēja materiāliem par agrāko zīmju pazīstamību Latvijā, un tie 16.08.2018 nosūtīti iebildumu iesniedzēja pārstāvim G. Meržvinskim.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- iebildumu iesniedzēja pārstāvis patentpilnvarnieks preču zīmju jomā G. Meržvinskis;
- apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāve patentpilnvarniece S. Makejeva.

### Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) reģistrācijai pieteikta 12.07.2017 un reģistrēta 20.11.2017 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 30. kl. – vafeles; augļu žeļejas konfektes; karameles (konfektes); konfektes; šokolāde;
- 35. kl. – vafeļu, augļu žeļejas konfekšu, karameļu (konfekšu), konfekšu un šokolādes mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi.

2. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) reģistrācijai pieteikta 12.07.2017 un reģistrēta 20.11.2017 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 30. kl. – vafeles; augļu žeļejas konfektes; karameles (konfektes); konfektes; šokolāde;
- 35. kl. – vafeļu, augļu žeļejas konfekšu, karameļu (konfekšu), konfekšu un šokolādes mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi.

3. Iebildumu iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

3.1. vārdisku preču zīmi **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623; reģ. (publ.) dat. 20.09.2010; pieteik. Nr. M-09-1373; pieteik. dat. 23.12.2009), kas reģistrēta 30. klases precēm “konditorejas izstrādājumi, to skaitā konfektes, vafeles, vafeļu tortes, šokolāde un šokolādes izstrādājumi”;

3.2. kombinētu krāsainu preču zīmi **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834; reģ. (publ.) dat. 20.09.2011; pieteik. Nr. M-10-1523; pieteik. dat. 20.12.2010) – konfektes iepakojums, kura malas ir zilā krāsā, uz vienas no kurām novietots uzraksts “Lācītis Ķepainītis” baltā krāsā, savukārt iepakojuma centrā redzama meža ainava ar trīs lāčiem (sižets no I. Šiškina gleznas “Rīts priežu mežā”).

Šī zīme reģistrēta 30. klases precēm “konditorejas izstrādājumi; konfektes; šokolāde un šokolādes izstrādājumi”;

3.3. kombinētu krāsainu preču zīmi **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721; reģ. (publ.) dat. 20.04.2016; pieteik. Nr. M-15-747; pieteik. dat. 10.06.2015), kas attēlota kā zils kvadrāts, kura centrā horizontāli novietota meža ainava ar četriem lāčiem (sižets no I. Šiškina gleznas “Rīts priežu mežā”), virs kuras viens zem otra novietoti uzraksti “1870” un “Laima” (abi zeltainā krāsā), “Lācītis” un “Ķepainītis” (abi baltā krāsā).

Zīme reģistrēta 30. klases precēm “šokolāde un šokolādes izstrādājumi, to skaitā šokolādes tāfelītes, šokolādes batoniņi, šokolādes konfektes, saldumu tāfelītes; graudu pārslu batoniņi; konfektes ar krēma, marmelādes, pomādes, pralinē un vafeļu pildījumu; vafeļu tortes; saldējums; konditorejas izstrādājumi; saldētas tortes; kakao masa”.

4. Iebildumu iesniedzēja puse, atsaucoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo daļu un 6. panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmju **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) reģistrācijas Latvijā par spēkā neesošām un iebildumos, iesniegtajos papildmateriālos un Apelācijas padomes sēdes laikā argumentē to šādi:

4.1. apstrīdētās zīmes **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) pieteiktas reģistrācijai 12.07.2017. Pretstatītās zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) pieteiktas reģistrācijai attiecīgi 23.12.2009, 20.12.2010 un 10.06.2015. Līdz ar to pretstatītās zīmes salīdzinājumā ar apstrīdētajām zīmēm ir agrākas zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

4.2. novērtējot attiecīgo preču un/vai pakalpojumu līdzību, ir jāņem vērā visi ar šīm precēm un/vai pakalpojumiem saistītie faktori. Šie faktori cita starpā ietver preču būtību, izmantošanas nolūku, lietošanas veidu un to, vai preces savstarpēji konkurē vai ir savstarpēji papildināmas (*Eiropas Savienības Tiesas (turpmāk – arī EST) sprieduma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV [1999], 23. punkts*). Papildus tiek ņemti vērā arī citi faktori, piemēram, vai attiecīgās preces varētu būt ražojis viens un tas pats vai ekonomiski saistīti uzņēmumi, attiecīgo preču izplatīšanas kanāli un relevantā sabiedrības daļa;

4.3. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām un līdzīgām 30. klases precēm, kā arī apstrīdētās zīmes ir reģistrētas 35. klases pakalpojumiem, kuri ir līdzīgi un saistīti ar pretstatīto zīmju 30. klases precēm:

- apstrīdēto zīmju preces “vafeles, konfektes un šokolāde” ir tieši nosauktas arī pretstatīto zīmju preču sarakstos. Savukārt “augļu žeļejas konfektes, karameles (konfektes)”, kurām ir reģistrētas apstrīdētās zīmes, ir konditorejas izstrādājumu veidi, līdz ar to šīs preces ietilpst pretstatīto zīmju vispārīgi formulētajā preču grupā “konditorejas izstrādājumi”. Visas šīs preces pieder saldumu un konditorejas izstrādājumu nozarei, turklāt pastāv prakse, ka konditorejas uzņēmumi piedāvā plaša spektra saldumu izstrādājumus. Tās arī tiek izgatavotas no līdzīgām izejvielām, tās adresētas vienam un tam pašam patērētājam, proti, vidējam patērētājam, tās ir savstarpēji konkurējošas preces, kā arī var tikt pārdotas vienās un tajās pašās tirdzniecības vietās;

- mazumtirdzniecības pakalpojumi, kas attiecas uz konkrētu preču pārdošanu, ir līdzīgi (zemā pakāpē) ar šīm pašām konkrētajām precēm (*Vispārējās tiesas (turpmāk arī - VT) 05.10.2011 sprieduma lietā T-421/10, Cooperativa Vitivinícola Arousana, S. Coop. Galega v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs; turpmāk arī – EUIPO)*), “*Rosalía de Castro*”, 33. punkts). EUIPO Pamatnostādņēs preču un pakalpojumu salīdzināšanai ir norādīts, ka, lai gan precēm un pakalpojumiem ir atšķirīgs to raksturs, starp tiem pastāv līdzība. Līdzība ir konstatējama, ja mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi attiecas uz tām pašām precēm, kurām ir reģistrēta agrākā zīme, vai tām ir jāietilpst attiecīgo preču vispārīgajā formulējumā (piemēram, “*saulesbrīļļu mazumtirdzniecība*” salīdzinājumā ar “*saulesbrīļēm*” un “*optisko ierīču mazumtirdzniecība*” salīdzinājumā ar “*saulesbrīļēm*”);

- apstrīdēto zīmju mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi attiecas uz tirdzniecību ar dažādiem konditorejas izstrādājumiem, kuri sakrīt ar precēm, kurām ir reģistrētas pretstatītās zīmes. Līdz ar to šie pakalpojumi ir uzskatāmi par līdzīgiem un savstarpēji saistītiem ar attiecīgajām precēm. Ir jāņem vērā, ka attiecīgos pakalpojumus, kuriem ir reģistrētas apstrīdētās zīmes, nevar sniegt, neizmantojot attiecīgās preces, proti, šajā gadījumā tie ir dažādi konditorejas izstrādājumi;

4.4. salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums, pie tam šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaidu, tajā pašā laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes. Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punkts un prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 25. punkts*);

4.5. saskaņā ar Eiropas Savienības tiesu judikatūru, pat ja pastāv līdzība tikai vienā no trim – fonētiskais, vizuālais, konceptuālais (semantiskais) – aspektiem, arī tādā gadījumā apzīmējumi ir līdzīgi (*skat. VT spriedumu lietā T-434/07, Volvo Trademark v ITSB (EUIPO), 50. – 53. punktu*);

4.6. apstrīdētās zīmes veido divu vārdu salikums – attiecīgi angļu valodā “THREE BEARS” un krievu valodā “ТРИ МЕДВЕДЯ”. Vairākums Latvijas iedzīvotāju pārvalda angļu un krievu valodas vismaz tādā apjomā, lai varētu izlasīt vārdus “THREE BEARS” un “ТРИ МЕДВЕДЯ” un saprast to nozīmi – “trīs lāči” (saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes 26.09.2013 datiem angļu valodu Latvijā pārvalda 48,9% iedzīvotāju, savukārt krievu valodu – 56,6%; skat. [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)). Arī pretstatīto vārdisko preču zīmi veido divu vārdu salikums “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS”. Tādējādi minēto zīmju centrālais un vienojošais elements ir lācis, ar to atšķirību, ka tas apstrīdētajās zīmēs ir atveidots angļu un krievu valodās, savukārt pretstatītajā zīmē tas ir vārds latviešu valodā, kas atveidots deminutīvā. Apstrīdētās zīmes semantiski ir ar augstu līdzības pakāpi arī pretstatītajām figurālajām zīmēm, jo agrākajās zīmēs ir ietverts attēls ar sižetu no krievu mākslinieka I. Šiškina gleznas “Rīts priežu mežā”, kurā ir attēloti vairāki lāči (vienā 3, otrā 4 lāču attēli), kas jēdzieniski sasaucas ar apstrīdēto zīmju semantiku. Nav šaubu, ka Latvijas patērētāju uztverē tam apstāklim, ka agrākajās figurālajās zīmēs ir attēloti 3 vai 4 lāči, nebūs izšķirošas nozīmes, būtiskāk, ka attiecīgajos attēlos ir atveidoti vairāki lāči, kuru precīzu skaitu patērētāji varētu uzreiz nepateikt. Patērētāju uztverē attiecībā uz konditorejas izstrādājumiem un to tirdzniecību apstrīdētās zīmes raisīs asociācijas ar Latvijā jau ilgstoši lietotajām, plaši pazīstamajām, tostarp reģistrētajām iebildumu iesniedzēja preču zīmēm;

4.7. Eiropas Savienības tiesu judikatūrā ir nostiprinājies princips, ka preču zīmju sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir atkarīga arī no agrākās preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 22. punkts*). Apstrīdēto preču zīmju sajaukšanas iespēju ar pretstatītajām zīmēm pastiprina apstākļi, ka iebildumu iesniedzēja pretstatīto preču zīmju vārdiskais apzīmējums **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** un grafiskais attēlojums – zilas krāsas iepakojums, kurā attēloti lāči uz meža fona – Latvijas patērētājiem ir plaši pazīstams;

4.8. līdz ar to, salīdzināmajām zīmēm pastāvēt līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot tās vai uztverot kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka ar šīm zīmēm marķētas preces piedāvā viena un tā pati uzņēmēj sabiedrība;

4.9. vārdiskās preču zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** un tās grafiskā attēlojuma – zilas krāsas konfektes iepakojuma, kurā attēloti lāči uz meža fona -, kas atbilst preču zīmju reģistrācijām **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721), plašo pazīstamību Latvijā attiecībā uz konditorejas izstrādājumiem, tostarp šokolādi, šokolādes izstrādājumiem un konfektēm, apliecina šādi pierādījumi:

4.9.1. Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome jau agrāk citā iebilduma lietā, kurā ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA apstrīdēja figurālās preču zīmes **МИШКИ В ЛЕСУ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 300 447) reģistrācijas spēkā esamību Latvijā, ir atzinusi, ka preču zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) un telpiskā preču zīme **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** – konfektes iepakojums ar lāču uz meža fona attēlu – pirms 26.02.2016 ir bijušas plaši pazīstamas Latvijā attiecībā uz šokolādes konfektēm. Lēmumā arī secināts, ka konfektes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** kā uzņēmēj sabiedrības LAIMA, AS (iebildumu iesniedzēja nosaukums pirms reorganizācijas) klasiskā sortimenta produkts paaudžu paaudzēs ir bijušas un ir vienas no Latvijas saldummīļu iecienītākajām konfektēm (skat. *Apelācijas padomes 20.06.2017 lēmuma lietā RIAP/2017/WO 1 300 447 un RIAP/2017/WO 1 300 447–Ie motīvu daļas 4. punktu*) (*Apelācijas padomes piezīme – minētais lēmums nav stājies spēkā, jo saistībā ar to ir iesniegta attiecīgā prasība tiesā*);

4.9.2. savukārt Patentu valdes Apelācijas padome iebilduma lietā ApP/2013/M 63 834–Ie ir atzinusi, ka uzņēmuma “LAIMA” (iebildumu iesniedzēja nosaukums pirms reorganizācijas) konfektēm, kas marķētas ar apstrīdēto zīmi **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721), piemīt augsta atpazīstamība Latvijas patērētāju vidū. Pie šādiem apstākļiem ir saprotams, ka uzņēmums ir vēlējis iegūt arī izņēmuma tiesības uz preču zīmi, ko tas ilgus gadus ir izmantojis (skat. *Patentu valdes Apelācijas padomes 07.10.2013 lēmuma lietā ApP/2013/M 63 834–Ie secinājumu daļas 9.2. punktu*);

4.9.3. Patentu valdes Apelācijas padome iebilduma lietā ApP/2009/M 57 717–Ie ir atzinusi, ka vairumam Latvijas patērētāju attiecībā uz konditorejas izstrādājumiem, it īpaši konfektēm, apzīmējums **МИШКИ В ЛЕСУ** varētu asociēties ar uzņēmuma “Laima” (iebildumu iesniedzēja nosaukums pirms

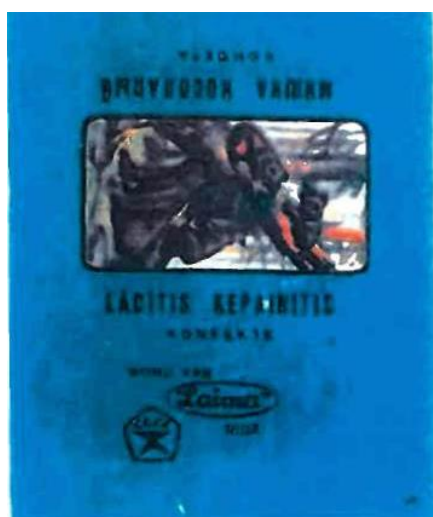
reorganizācijas) konfektēm (skat. Patentu valdes Apelācijas padomes 11.01.2010 lēmuma lietā ApP/2009/M 57 717–Ie secinājumu daļas 3.2. punktu);

4.9.4. Rīgas apgabaltiesas Civillietu tiesas kolēģija civillietā Nr. C04384713 ir konstatējusi, ka konkrētajā gadījumā lietā esošo pierādījumu kopums ir pietiekams un pārlicinošs, lai atzītu ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA izmantotās preču zīmes “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS” par plaši pazīstamām to reģistrācijas brīdī (skat. Rīgas apgabaltiesas Civillietu tiesas kolēģijas 22.11.2016 sprieduma motīvu daļas 22. lpp.). Minētais tiesas spriedums tika pārsūdzēts Latvijas Republikas Augstākajā tiesā, kura 14.07.2017 rīcības sēdē nolēma atteikt ierosināt kasācijas tiesvedību. Šis lēmums nav pārsūdzams;

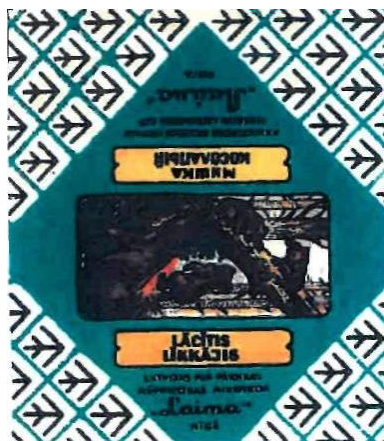
4.9.5. iebildumu iesniedzējs ir atpazīstamākais saldumu ražotājs Baltijā, kas apvieno visas Latvijas saldumu rūpniecības vēsturi vairāk nekā 143 gadu garumā. Konfektes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** kā iebildumu iesniedzēja klasiskā sortimenta produkts paaudžu paaudzēs ir vienas no saldummīļu iecienītākajām konfektēm, un tās saistās ar uzņēmējsabiedrības LAIMA, AS, kuru ir pārņēmis iebildumu iesniedzējs ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA, vārdu. 2016. gada sākumā vairāki uzņēmumi, tostarp LAIMA, AS un STABURADZE, AS, tika apvienoti uzņēmumā ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA, kurš līdz ar to pārņēma tiesības uz šo uzņēmumu gan reģistrētajām, gan neregistrētajām, bet lietotajām preču zīmēm (*lietai pievienota Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra 10.02.2016 lēmuma Nr. 6-12/22549 kopija*). Preču zīme **LAIMA** joprojām nemainīgi tiek lietota iebildumu iesniedzēja ražoto produktu marķējumā, tostarp kopā ar preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**, lai ļautu patērētājiem vieglāk identificēt tās preces, kuru ražošanu pārņēma ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA (*lietā iesniegtas izdrukas no ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA 06-2017 un 02-2018 preču katalogiem*);

4.9.6. no preses izdevumu publikācijām, kas iegūtas no Latvijas Valsts arhīva, izriet, ka konfektes “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS” ir tikušas iekļautas konditorejas izstrādājumu fabrikas “Uzvara” produkcijas sortimentā no 1945. gada, savukārt konfektes “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS” (atsevišķos periodos sauktas arī “Lācītis līkkājītis”, “Lācītis pekainītis” un “Lācītis”) ir tikušas iekļautas fabrikas “Laima” preču klāstā no 1953. gada. Līdz ar to konfektēm **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** ir ilgstošs lietojums Latvijā (*lietā iesniegtas kopijas no laikrakstiem “Cīņa” - 1945., 1953., 1954., 1963., 1975., “Padomju Jaunatne” – 1945. un 1953. un “Latvijas Jaunatne” - 1992. un 1993. gada*);

4.9.7. no Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra datu bāzes “Lursoft” izriet, ka uzņēmums AS “Uzvara” tika 27.01.1998 reorganizēts un pievienots uzņēmumam AS “Laima”, kurš savukārt pārņēma visas AS “Uzvara” īpašumtiesības, to skaitā lietošanas un arī reģistrētās preču zīmju tiesības. Līdz ar to uzņēmums AS “Laima” kļuva par vienīgo un tiesisko apzīmējuma “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS” (“LĀCĪTIS PEKAINĪTIS”, “LĀCĪTIS LĪKKĀJĪTIS”) lietotāju Latvijā. Laika gaitā konfekšu noformējums ir mainījies, taču vienmēr ir ticis saglabāts attēls ar lācīšiem mežā. AS “Laima” kopš PSRS laika ir izmantojusi šādus konfekšu iepakojumus:







4.9.8. kā liecina uzņēmuma ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA valdes priekšsēdētāja T. Didrihsona un valdes locekļa J. Fedjaņina 10.01.2018 parakstītā izziņa Nr. 6-2/6, iebildumu iesniedzējs ar preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** marķē sveramās konfektes. Maisiņos pakota konfekšu produkcija sortimentā ir no 1996. gada. Savukārt no 2010. gada ar preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** tiek piedāvātas vafeļu tortes, no 2011. gada – piena šokolādes tāfelītes 100 g iepakojumā, no 2012. gada – mini vafeles, bet kopš 2016. gada – piena šokolādes tāfelītes 220 g iepakojumā. Laikā no 2012. gada līdz 2016. gadam produkcijas, kas marķēta ar šo preču zīmi, pārdošanas apjomi Latvijā ir lieli, piemēram, 2012. gadā pārdoti vairāk nekā 150 000 kg šādi iesaiņotu konfekšu. Ar preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** marķētas preces ir pieejamas lielākajos tirdzniecības tīklos visā Latvijā (“RIMI”, “Maxima”, “Mego”, “Lats”, “Elvi”). Aktīvo klientu – veikalu skaits, kuriem tiek piegādāta attiecīgā produkcija, ir liels, vairāki tūkstoši tirdzniecības vietu (*lietā iesniegta iepriekšminētā iebildumu iesniedzēja izziņa*) (*Apelācijas padomes piezīme – iebildumu iesniedzējs ir norādījis minētajā laika periodā attiecīgos produkcijas apjomus un aktīvo klientu skaitu, taču šiem datiem lūdzis noteikt ierobežotas pieejamības statusu, līdz ar to lēmumā tie sīkāk netiks atspoguļoti*);

4.9.9. tirgus, sociālo un mediju pētījumu aģentūra “TNS Latvia” 2016. gada augustā veica pētījumu “Par “Laimas” šokolādes zīmolu konkurētspēju un attīstības iespēju (zīmolu iezīmju izpēte)”. Šā pētījuma rezultāti apliecina, ka gandrīz absolūtais vairākums (97%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 65 gadiem zina “Laima” šokolādes tāfelītes un no tiem 64% tās parasti pērk. Savukārt gan sveramās konfektes, gan šokolādes tāfelīti ar preču zīmi **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** zina 72% respondentu (*lietā iesniegta izdrukā ar attiecīgajiem datiem no minētās aptaujas, kā arī aptaujas veikšanas apraksts – mērķa grupa, uzdevums, metode, izlases lielums, izpildes laiks un aptaujas ilgums, pētījuma veicēji*);

4.9.10. konditorejas izstrādājumi ar nosaukumu **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** tiek sistemātiski ietverti iebildumu iesniedzēja (savulaik LAIMA, AS) ražotās produkcijas sortimenta katalogos (*lietā iesniegtas izdrukas no 2000., 2004., 2005., 2011./2012., 06-2017, 02-2018 produkcijas katalogiem*);

4.9.11. preču zīme **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** (gan vārdiska, gan grafiska) ir plaši un ilgstoši reklamēta dažādu veikalu tīklu akciju katalogos (*lietā pievienotas veikalu tīkla RIMI akciju katalogu kopijas, kas datētas ar 2013., 2014., 2015., 2016. un 2017. gadu, veikalu tīkla ELVI akciju katalogu kopijas, kas datētas ar 2016. gadu, veikalu tīklu MEGO un VESKO akciju kataloga kopija, kas datēta ar 2017. gadu, veikalu tīkla TOP akciju kataloga kopija, kas datēta ar 2017. gadu, veikalu tīkla IKI akciju katalogu kopijas, kas datētas ar 2012., 2013. un 2014. gadu, veikalu tīkla PRISMA akciju kataloga kopija, kas datēta ar 2013. gadu, veikalu tīkla Super Netto akciju kataloga kopija, kas datēta ar 2014. gadu, un veikalu tīkla Maxima akciju katalogu kopijas, kas datētas ar 2013., 2016. un 2017. gadu*);

4.9.12. par konfektēm **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** ir pieejams liels skaits rakstu dažāda satura laikrakstos, tostarp ārzemju latviešu preses izdevumos “Austrālijas Latvietis” (1955.), “LATVIJA – Latvian Newspaper” (1959.), “Čikāgas Ziņas” (1998), “Latvija Amerikā” (2000). Konfekšu nosaukumi “Lācītis”, “Lācītis likkājītis” un “Lācītis ķepainītis” ir ietverti Latvijas rakstnieku stāstos, humoreskās un citos literārajos darbos, kas publicēti laikrakstos un žurnālos “Bērniņa” (1954.), “Pionieris” (1967.), “Zīlīte” (1972., 1988.), “Dadzis” (1977., 1989., 1993.), “Liesma” (1986.). Konfektes “Lācīši” pieminētas

arī V. Ģēģeres publikācijā “Saldumu karalis Vilhelms Ķuze” (R., Jumava, bez izdošanas gada norādes, 51. lpp.) (lietā iesniegtas kopijas no attiecīgajām publikācijām);

4.10. ievērojot to, ka konfektes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** ir pirktākais iebildumu iesniedzēja produktu sortimenta veids, patērētāji noteikti būs ievērojuši, ka uz šīm konfektēm ir attēloti vairāki lāči (trīs lāči vai - uz atsevišķiem izstrādājumiem - arī četri lāči). Konfekšu **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** ilgstošas klātesamības tirgū dēļ Latvijas patērētājiem ir ļoti labi zināma iebildumu iesniedzēja produkcijas “**LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**” vizuālā identitāte un uz tās attēlotais lāču ģimenes motīvs. Patērētājs, kurš zina iebildumu iesniedzēja ražoto un ar preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** marķēto produkciju, ieraugot preču zīmes **THREE BEARS** un **ТРИ МЕДВЕДЯ**, varētu tās asociēt ar iebildumu iesniedzēja plaši pazīstamajām preču zīmēm **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**, it īpaši ņemot vērā to, ka apstrīdētā preču zīme ir reģistrēta identiskām un līdzīgām precēm un pakalpojumiem un patērētājiem pazīstamajās zīmēs ir vizuāli attēloti vairāki lāči, kas ir arī apstrīdēto zīmju apzīmējumu saturs;

4.11. apstrīdēto preču zīmju **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) reģistrācijas pieteikumi ir iesniegti ar acīmredzami negodprātīgu nolūku:

4.11.1. lai novērtētu negodprātīga nolūka pastāvēšanu, jāņem vērā arī apstākļi, kādos apstrīdētais apzīmējums izveidots, tā izmantošana kopš izveidošanas un komerciālā loģika, kas bijusi šī apzīmējuma kā preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas pamatā (*skat. VT sprieduma lietā T-33/11, Peeters Landbouwmachines BV v ITSB (EUIPO), 21. un nākamās punktos*). Viens no veidiem, kā raksturot nedogprātīgu nolūku, ir tas, ka tā ir “rīcība, kas atkāpjas no pieņemtajiem ētiskas uzvedības vai godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem” (*skat. ģenerālvokātes E. Šarpstones 12.03.2009 secinājumus EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH*);

4.11.2. nav šaubu, ka apstrīdēto zīmju īpašniekam vajadzēja zināt par iebildumu iesniedzēja agrākajām, turklāt plaši pazīstamajām preču zīmēm. Ir būtiski, ka iebildumu iesniedzējs preču zīmi **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** izmanto komercdarbībā jau kopš 1953. gada. Saskaņā ar EST praksi, jo ilgāk apzīmējums tiek izmantots, jo lielāka iespēja, ka īpašnieks par to zināja (*skat. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH, 39. punktu*);

4.11.3. attiecīgie preču zīmju pieteikumi nav vienīgie šīs personas ar līdzīgu mērķi veiktie pieteikumi, bet tāda rīcība attiecīgajai personai atkārtojas, ir raksturīga. Iepriekš citētajos Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padomes un Patentu valdes Apelācijas padomes lēmumos iebildumu lietās RIAP/2017/WO 1 300 447-Ie un ApP/2013/M 63 834-Ie ir secināts, ka uzņēmējdarbības “POBEDA” reģistrētās preču zīmes var izraisīt asociācijas ar iebilduma iesniedzēja plaši pazīstamajām zīmēm “**LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**”. Tātad negodprātīga rīcība ar līdzīgu mērķi atkārtojas;

4.11.4. minētie agrākie strīdi attiecas uz šajā lietā apstrīdētās zīmes īpašnieka - POBEDA CONFECTIONERY, SIA mātes uzņēmumu Obshchestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu “Konditerskaya Fabrika “POBEDA” (Krievijas Federācija). No Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra datu bāzes “Lursoft” izriet, ka uzņēmuma POBEDA CONFECTIONERY, SIA valdes locekļi ir Krievijas Federācijas fiziskas personas Muravyev Vitaly un Muravyeva Olga. Šīs pašas personas ir norādītas kā laulātie, kuri ir nodibinājuši uzņēmumu Obshchestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu “Konditerskaya Fabrika “POBEDA” (Krievijas Federācija). Tas izriet no Interneta vietnē [https://lv.wikipedia.org/wiki/Pobeda\\_\(uzņēmums\)](https://lv.wikipedia.org/wiki/Pobeda_(uzņēmums)) publicētās informācijas, kurā ietverta arī informācija par šā uzņēmuma darbību Latvijā. Tur norādīts, ka 2014. gadā Konditerskaja Fabrika “Pobeda” dibināja meitas uzņēmumu Latvijā SIA “Pobeda Confectionery” ar ražotni Ventspilī (*lietā iesniegta izdruka no datu bāzes “Lursoft” un izdruka no minētās Interneta vietnes*);

4.11.5. likumā “Par nodokļiem un nodevām” ir ietverti kritēriji, kādi uzņēmumi ir jāuzskata par saistītiem. Likuma 1. pantā ir norādīts, ka tās ir mātes un meitas komercsabiedrības vai kooperatīvās sabiedrības (1. panta 18. punkta a) apakšpunkts) un ja vairāk nekā 50 procenti no pamatkapitāla vai komercsabiedrības vai kooperatīvās sabiedrības daļu vērtības katrā no šīm divām vai vairākām komercsabiedrībām vai kooperatīvajām sabiedrībām pieder vai ar līgumu vai citādi ir nodrošināta izšķiroša ietekme šajās divās vai vairākās komercsabiedrībās vai kooperatīvajās sabiedrībās (ir balsu vairākums) vienai un tai pašai personai un šīs personas radniekiem līdz trešajai pakāpei vai šīs personas laulātajam, vai ar šo



personu svainībā esošiem līdz otrajai pakāpei (1. panta 18. punkta c) apakšpunkts). Ņemot vērā minētos apstākļus, secināms, ka uzņēmumi POBEDA CONFECTIONERY, SIA (Latvija) un Obshchestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu “Konditerskaya Fabrika “POBEDA” (Krievijas Federācija) ir saistītas personas likuma “Par nodokļiem un nodevām” izpratnē.

5. Apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve iebildumus pret preču zīmēm **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) neatzīst un atbildēs uz iebildumiem, tostarp papildinājumos pie atbildēm, lūdz iebildumus noraidīt, minot šādus pretargumentus:

5.1. lietā nav strīda par to, ka pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes nekā apstrīdētās preču zīmes, taču salīdzināmās zīmes nav fonētiski, vizuāli un semantiski līdzīgas:

5.1.1. tas vien, ka apstrīdētā zīme **ТРИ МЕДВЕДЯ** ir izpildīta kirilicā, novērš tās vizuālo līdzību pretstatītajai vārdiskajai zīmei, kuru savukārt veido latviešu burti. Bez tam apstrīdētās zīmes **THREE BEARS** un **ТРИ МЕДВЕДЯ** un pretstatītā vārdiskā preču zīme **LĀCĪTIS ŅEPAINĪTIS** vizuāli ir atšķirīga garuma, proti, apstrīdētās preču zīmes veido 10 burti, bet pretstatīto – 17 burti. Analizējot vārdu garumu atsevišķi, ir jānorāda, ka pirmā vārda garums apstrīdētajās preču zīmēs ir attiecīgi 5 un 3 burtus garš, bet pretstatītajai preču zīmei – 7 burtus garš, savukārt otrais vārds – 5 un 7 burti apstrīdētajām preču zīmēm un 10 burti – pretstatītajai preču zīmei. Šīm zīmēm vienādā pozīcijā un secībā ir tikai divi burti (“T” un “E”) zīmes **ТРИ МЕДВЕДЯ** gadījumā, savukārt trīs burti (“T”, “E” un “A”) – zīmes **THREE BEARS** gadījumā, – visi pārējie burti nesakrīt vai arī ir izvietoti citā secībā. Līdz ar to šo zīmju vizuālā līdzība ir niecīga;

5.1.2. apstrīdētās vārdiskās preču zīmes krasi atšķiras no pārējām divām kombinētajām pretstatītajām zīmēm. Agrākajā zīmē, kas satur konfektes iepakojumu, ietvertā vārdiskā daļa “Lācītis Ņepainītis” ir atveidota stilizētā rakstībā, turklāt tik sīkiem burtiem, ka to ir grūti pamanīt un izlasīt. Savukārt otra kombinētā zīme satur vairākus vārdiskus apzīmējumus – “Laima”, “Lācītis Ņepainītis” un gada skaitli “1870”. Turklāt nozīmīgi lielu daļu abās kombinētajās zīmēs veido vizuāli spilgts attēls – I. Šiškina gleznas “Rīts priežu mežā” atveidojums, kurš novietots uz zilās krāsas fona;

5.1.3. preču zīmju fonētiskā kopiespaids pamatā ir zīmju vārdiskās daļas veidojošās zilbes un to secība. Salīdzinot zīmes no fonētiskā viedokļa, jāskatās, vai tām ir kopīgas zilbes un līdzīgas burtu kombinācijas. Vienu apstrīdēto zīmi veido divas zilbes [fɪrʲ]-[bɛrʲz], otru – četras zilbes [tri]-[med]-[ve]-[dʲa]. Pretstatīto vārdisko zīmi un kombinēto zīmi – konfektes iepakojumu – veido septiņas zilbes [lā]-[cī]-[tis]-[ŋe]-[pai]-[nī]-[tis]. Savukārt otru kombinēto pretstatīto zīmi veido deviņas zilbes [lai]-[ma]-[lā]-[cī]-[tis]-[ŋe]-[pai]-[nī]-[tis]. Tātad salīdzināmajām zīmēm nav nevienas kopīgas zilbes. Līdz ar to apstrīdētās zīmes fonētiski nav līdzīgas pretstatītajām zīmēm;

5.1.4. salīdzināmās zīmes atšķiras semantiski. Tas vien, ka apstrīdētā zīme **ТРИ МЕДВЕДЯ** ir kirilicā, nosaka to, ka tā atšķiras no pretstatītajām zīmēm, kuras savukārt satur latviešu valodas vārdus. Ir jāņem vērā, ka Latvijā viena daļa patērētāju nepārvalda krievu valodu, līdz ar to tiem nebūs saprotama preču zīmes **ТРИ МЕДВЕДЯ** nozīme. Tāpat ir jāņem vērā, ka Latvijā ir patērētāji, kuriem dzimtā valoda nav latviešu valoda; šādiem patērētājiem varētu būt grūtības izprast tik specifisku vārdu kā “ŅEPAINĪTIS”, kuru ietver pretstatītās zīmes.

Bez tam daļai patērētāju apstrīdētās zīmes varētu asociēties ar krievu rakstnieka Ļeva Tolstoja pasaku “Три медведя”, kurā ir adaptēta angļu rakstnieka Roberta Sautija (*Robert Southey*) pasaka “The Story of the Three Bears” (latviski - “Stāsts par trim lāčiem”). Šīs pasakas vēl viens variants ir zināms arī ar nosaukumu “Goldilocks and the Tree Bears” (latviski – “Zeltmatīte un trīs lāči”). Ļ.Tolstoja pasaka “Три медведя” ir izdota arī latviešu valodā. To no krievu valodas ir tulkojuši latviešu rakstnieki Ernests Birziņš-Upītis un Anna Sakse, un attiecīgās grāmatas ar nosaukumu “Trīs lāči” ir izdotas 1966. un 1982. gadā. Līdz ar to šī pasaka noteikti ir zināma daļai Latvijas patērētāju. Piemēram, Interneta portālā “mammuklubs.lv”, kurā vecāki apmainās ar viedokļiem par mīļākajām pasakām, citu starpā ir nosaukta pasaka “Zeltmatīte un trīs lāči” (*pārstāve lietā iesniegusi izdrukas no dažādām Interneta vietnēm ar informāciju par iepriekš minētajām pasakām, kā arī minēto materiālu fragmentu tulkojumus latviešu valodā*).

Pretstatītā vārdiskā zīme patērētājiem neasociēties ar minēto pasaku nosaukumiem vai to sižetu. Savukārt pretstatītās kombinētās zīmes satur atveidojumu no I. Šiškina gleznas “Rīts priežu mežā”, kas ir

slavens un labi zināms mākslas darbs. Līdz ar to patērētāji neanalizēs šo darbu detalizēti, proti, cik tur ir lāču u.tml., bet uztvers šo attēlu kopumā un asociēs to ar slaveno mākslas darbu. Patērētājiem, ieraugot gleznas sižetu pretstatītajās zīmēs, nevar rasties asociācijas ar pasaku “Три медведя”, jo pretstatīto zīmju attēls nav nedz šīs pasakas ilustrācija, nedz sižetiski atgādina šo pasaku;

5.2. nav pamata apgalvojumam, ka salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēja pastāv tāpēc vien, ka tās semantiski asociējas ar lāčiem. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95 (*Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport*) 26. punktā ir minēts, ka tikai asociācijas, kas patērētājiem var rasties starp divām preču zīmēm to analogiskā semantiskā satura rezultātā, pašas par sevi nav pietiekams pamats, lai izdarītu secinājumu par zīmju sajaukamo līdzību. Arī EUIPO Pamatnostādnēs skaidrots, ka, ja vēlākā preču zīme vienkārši atsauc prātā agrāku preču zīmi, bet patērētājs nepieņem, ka tām varētu būt vienāda komerciālā izcelsme, tad šāda saikne neveido sajaukšanas iespēju, neskatoties uz līdzības pastāvēšanu starp zīmēm. Iebildumu iesniedzējs pats uzsver, ka apzīmējums “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS” tiek izmantotas kopš 1953. gada, un lietā nav ziņu, ka tas tiktu izmantots kādā citā valodā, piemēram, krievu vai angļu. Līdz ar to patērētājiem asociatīvo saikni ar iebildumu iesniedzēju nosaka tieši latviešu valodas jēdziens “LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS”, pretstatā apstrīdētajām zīmēm, kuru līdzība ar pretstatītajām zīmēm izpaužas vien lāča tēmas izmantošanā;

5.3. novērtējot preču zīmju sajaukšanas iespēju, ir jāņem vērā arī tas, kādā veidā lielākoties tiek iegādātas ar attiecīgajām preču zīmēm marķētas preces, jo atkarībā no iegādes veida lielāka nozīme var būt salīdzināmo preču zīmju vizuālajam vai fonētiskajam aspektam. Salīdzināmās preču zīmes ir reģistrētas attiecībā uz 30. klases precēm, kas ir ikdienas patēriņa preces, kuras patērētāji lielākoties iegādājas pašapkalpošanās veikalos, kuros preces ir pārskatāmi novietotas plauktos. Šādā gadījumā preču zīmju salīdzināšanā lielāka nozīme ir vizuālajam, nevis fonētiskajam vai semantiskajam aspektam, jo patērētājiem nav jāizrunā preču zīmes nosaukums un viņi var izvēlēties precī pēc tās iepakojuma izskata. Tas, ka apstrīdētās zīmes vizuāli būtiski atšķiras no pretstatītajām zīmēm, novērš salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju;

5.4. nav pamatota iebildumu iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumiem:

5.4.1. ņemot vērā iepriekš minētās salīdzināmo zīmju vizuālās un fonētiskās atšķirības, nevar būt runa par pretstatīto zīmju atveidošanu vai imitēšanu apstrīdētajās zīmēs. Apstrīdētās zīmes arī neizmanto I. Šiškina mākslas darba “Rīts priežu mežā” tēlu, kas ir pretstatīto preču zīmju noformējuma galvenais motīvs;

5.4.2. nav mazsvarīgi, ka iebildumu iesniedzējs nav vienīgais tirgus dalībnieks, kas preču zīmēs izmanto lāču tēmu attiecībā uz 30. klases precēm. Ir reģistrētas arī šādas zīmes: **3Bears** (fig.) (Nr. EUTM 016383771), **Milkbears** (Nr. EUTM 007329857), **SUPERBEAR** (Nr. EUTM 008163206), **LĀČI** (reģ. Nr. M 61 784), **Lāči** (fig.) (reģ. Nr. M 50 712), **Better Bears** (Nr. EUTM 011062511), **ChocoBears** (fig.) (Nr. EUTM 015826787), (**lāča attēls**) (fig.) (Nr. EUTM 002536555), **HUGGY BEARS** (Nr. EUTM 015977259), **BILLY BEAR** (Nr. EUTM 008641821), (**leduslāča attēls**) (fig.) (Nr. EUTM 016840704), **WHITE BEAR** (Nr. EUTM 008238289), (**lāča stilizēts atveidojums**) (reģ. Nr. WO 950 727), **POLAR BEAR** (fig.) (reģ. Nr. WO 643 497). Ņemot vērā, ka minētās zīmes pastāv tirgū līdzās, iebildumu iesniedzējam nav pamata monopolizēt lāču tēmu, kas ir vienīgais aspekts, kas vieno salīdzināmās preču zīmes (*lietā iesniegtas izdrukas no preču zīmju datubāzēm ar minēto preču zīmju reģistrācijas datiem*);

5.4.3. attiecībā uz iebildumu iesniedzēja lietā iesniegtajiem pierādījumiem par pretstatīto preču zīmju plašu pazīstamību Latvijā ir norādāmi šādi apsvērumi:

- neraugoties uz saņemto pierādījumu krāsaino versiju, ir norādāms, ka pierādījumi ir nepārskatāmi (materiālos nav veiktas norādes uz pretstatītajām preču zīmēm) un daži materiāli vispār neattiecas uz pretstatītajām zīmēm (piemēram, veikala “Rimi” 2015. gada decembra akciju katalogi, veikala “ELVI” 2016. gada novembra akciju katalogs). Turklāt iesniegtajos veikalu akciju katalogos datumi un numuri ir norādīti tikai to titullapās, nav izprotama pārējo bukletu lapu saistība ar titullapām (piemēram, veikala “Maxima” akciju katalogs, kurš attiecas uz 26.02. - 04.03.2013). Arī “LAIMA” produkcijas kataloga

(2011. - 2012. gads) titullapa un tam sekojošās lapas satur atšķirīgu krāsu risinājumu, kurš liek apšaubīt, vai attiecīgie materiāli ir no viena un tā paša kataloga. Līdzīgi apsvērumi ir attiecināmi uz lietā iesniegtajiem rakstiem no padomju laika avīzēm. Šādi pierādījumi neļauj secināt par preču zīmju izmantošanas intensitāti, kas ir viens no preču zīmes plašas pazīstamības kritērijiem;

- lietā nav iesniegti tādi būtiska rakstura materiāli kā reklāmas materiāli, rēķini, informācija par piedalīšanos izstādēs un vispār materiāli, kas apliecinātu pretstatīto zīmju īpašo vērtību;
- lietā iesniegtais aģentūras "TNS Latvia" 2016. gada augustā veiktais pētījums ir nepilnīgs, jo detalizēti neatklāj aptaujas tehnisko informāciju, it īpaši to, kādi tieši jautājumi tika uzdoti respondentiem. Ir iesniegtas trīs lapas no šī pētījuma, kas ir nepietiekami, lai varētu ņemt vērā šāda rakstura aptauju;
- lietā iesniegto izziņu nevar uzskatīt par pierādījumu, jo to ir iesniedzis pats iebildumu iesniedzējs, kurš ir ieinteresētā persona šajā lietā;
- nav pamatoti atsaukties uz dažādu lēmējinstiūciju nolēmumiem citos preču zīmju strīdos, jo Latvijas tiesību sistēmā nepastāv precedentu tiesības, tādēļ katrā lietā ir iesniedzami pierādījumi, kuri attiecīgajai instiūcijai ir jāizvērtē;
- līdz ar to kopumā iesniegtie materiāli apliecina pretstatīto zīmju lietojumu, bet ne to, ka šīs zīmes ir plaši pazīstamas Latvijā;

#### 5.5. iebildumu iesniedzējs nepamatoti atsauca arī uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem:

5.5.1. apstrīdēto preču zīmju īpašnieks neapstrīd, ka pirms apstrīdēto preču zīmju iesniegšanas tas zināja par agrākajām pretstatītajām preču zīmēm Latvijā. Taču pilnībā nepiekrīt, ka lāču tēmas izmantošana apstrīdētajās preču zīmēs liecinātu par pretstatīto preču zīmju imitēšanu, atveidošanu vai par negodprātīgu nolūku, iesniedzot apstrīdētās preču zīmes. Drīzāk iebildumu iesniedzēja rīcība, apstrīdot preču zīmju reģistrācijas, kurās ir izmantots lāča tēls, ir vērtējama kā vēlēšanās iegūt monopolu uz lāča tēlu, kas no konkurences viedokļa ir tās nepamatota ierobežošana;

5.5.2. piesakot reģistrācijai apstrīdētās preču zīmes, apstrīdēto preču zīmju īpašnieka rīcībai ir normāla komerciālā loģika. Proti, ar apstrīdēto preču zīmju īpašnieku saistīts Krievijas uzņēmums POBEDA CONFECTIONERY, LTD jau ilgstoši, vairāk nekā 20 gadus, Krievijā ražo šokolādes un konfekšu izstrādājumus "МИШКИ В ЛЕСУ". Turklāt preču zīme **МИШКИ В ЛЕСУ** ir atzīta par plaši pazīstamu preču zīmi Krievijā (*lietās ir iesniegts Krievijas Federācijas Intelektuālā īpašuma federālā dienesta attiecīgs atzinums un tā tulkojums latviešu valodā*). Līdz ar to, ienākot Latvijas tirgū un piesakot reģistrācijai attiecīgās preču zīmes, tiek turpināta apstrīdēto preču zīmju īpašniekam raksturīgā lāču tēma. Turklāt šīs pieteiktās preču zīmes ir būtiski atšķirīgas no iebildumu iesniedzēja preču zīmēm, tādējādi nodrošinot, lai patērētāji varētu atšķirt viena uzņēmuma preces no cita uzņēmuma precēm.

6. Atbildot uz apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāves pretargumentiem, iebildumu iesniedzēja puse papildus norāda:

6.1. ir jāņem vērā, ka jaunāko paaudžu patērētāji visdrīzāk I. Šiškina gleznu "Rīts priežu mežā" var arī nezināt, tādēļ lielāka ir iespējamība, ka tie atcerēsies attiecīgā attēla saturu – vairākus lāčus uz meža fona;

6.2. apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve atsauca uz EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95 (*Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport*) 26. punktu, kurā minēts, ka tikai asociācijas, kas patērētājiem var rasties starp divām preču zīmēm to analogiskā semantiskā satura rezultātā, pašas par sevi nav pietiekams pamats, lai izdarītu secinājumu par zīmju sajaucamo līdzību. Minētais atzinums nav atspoguļots pilnībā, proti, spriedumā ir norādīts, ka zīmju sajaucšanas iespēja konceptuālās līdzības dēļ nav neiespējama, it īpaši, ja agrākajai zīmei ir īpaši atšķirīgs raksturs, vai nu pašai ar sevi, vai tās reputācijas dēļ sabiedrībā (skat. minētā EST sprieduma 24. punktu). Šajā gadījumā pretstatītās zīmes Latvijas patērētājiem ir plaši pazīstamas, tās bauda reputāciju Latvijas tirgū.

7. Apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāve uzsver, ka nav pieņemams iebildumu iesniedzēja apgalvojums, ka Latvijā jaunāko paaudžu patērētāji I. Šiškina gleznu "Rīts priežu mežā" nezinās. Pārstāve norāda, ka Latvijā ir augsts kultūras izglītības līmenis un izpratne par mākslas un kultūras vērtībām, tostarp ir vairākas specializētas izglītības iestādes, piemēram, Latvijas Mākslas akadēmija. Šīs akadēmijas dibinātājs un tās rektors Vilhelms Purvītis ir pabeidzis Sanktpēterburgas Mākslas akadēmiju, kurā viens no

pasniedzējiem ir bijis I. Šiškins. Turklāt Latvijā tiek organizētas dažādas izstādes, kurās var aplūkot krievu meistaru mākslas darbus. Piemēram, mākslas muzejā “Rīgas birža” no 2017. gada 4. augusta līdz 2017. gada 5. novembrim bija skatāma izstāde “Krievu mākslas zelta klasika. 19. gadsimts”, kurā varēja aplūkot arī I. Šiškina darbus. Pasaules glezniecību klasiķu darbi tiek demonstrēti pat braucieni laikā Rīgas sabiedriskajā transportā. Līdz ar to maz ticams, ka attiecīgais Latvijas patērētājs var nezināt I. Šiškina gleznu “Rīts priežu mežā”.

### Motīvu daļa

1. Iebildumi ir iesniegti atbilstoši LPZ un RIIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats tos izskatīt pēc būtības.

2. Iebildumu iesniedzējs lietā atsaucas uz LPZ 8. panta pirmās daļas, 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 6. panta otrās daļas noteikumiem:

- lai piemērotu LPZ 8. panta pirmo daļu, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā preču zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nav reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem;
- saskaņā ar LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu preču zīmes reģistrāciju 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;
- saskaņā ar LPZ 6. panta otro daļu preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu arī tad, ja apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

3. No lietas materiāliem izriet, ka reorganizācijas ceļā uzņēmējsabiedrība LAIMA, AS ir pievienota iebildumu iesniedzēja uzņēmējsabiedrībai ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA, līdz ar to nav šaubu, ka iebildumu iesniedzējam ir tiesības atsaukties uz tiem lietā esošajiem materiāliem un pierādījumiem, kuri attiecas uz uzņēmējsabiedrību LAIMA, AS un tās ražotajiem konditorejas izstrādājumiem un lietotajām preču zīmēm, tostarp iebildumos pretstatītajām preču zīmēm.

4. Izvērtējot lietā pievienoto materiālu kopumu un faktus, Apelācijas padome uzskata, ka vārdiskā preču zīme **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**, telpiskā preču zīme **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** – zilas krāsas konfektes iepakojums, kurā attēloti lāči uz meža fona (attēls atbilst preču zīmes reģistrācijai Nr. M 63 834), un figurālā zīme **Laima Lācītis Ķepainītis** – zilas krāsas taisnstūra laukumā attēloti lāči uz meža fona (atbilst preču zīmes reģistrācijai Nr. M 69 721) pirms apstrīdēto zīmju reģistrācijas pieteikuma datuma, proti, pirms 12.07.2017, Latvijas patērētājiem ir bijušas plaši pazīstamas zīmes vismaz attiecībā uz šokolādes konfektēm. Lietas materiāli apliecina, ka konfektes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** kā uzņēmējsabiedrības LAIMA, AS klasiskā sortimenta produkts paaudžu paaudzēs ir bijušas un ir vienas no Latvijas saldummīļu iecienītākajām konfektēm un patērētāju vidū šo konfekšu atpazīstamība joprojām ir augsta. Par to liecina īpaši šādi lietas apstākļi:

4.1. konfekšu **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** ilga pazīstamība Latvijā – kopš 1953. gada, kad šīs konfektes tika iekļautas fabrikas “Laima” preču klāstā. Iebildumu iesniedzēja puse lietā iesniegtajā izziņā ir ietvērusi konfekšu **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** un **LĀCĪTIS LĪKKĀJIS** etiķešu paraugus, norādot, ka ne tikai konfektes nosaukums, bet arī konfekšu ārējais veidols jau no bijušās Padomju Savienības laikiem ir ietvēris lāču attēlojumu, kas ar nelielām izmaiņām tiek joprojām izmantots;

4.2. lietā ir iesniegti uzņēmuma ”LAIMA” katalogi par laikposmu no 2000. – 2012. gadam, kuros ir ietvertas konfektes ar nosaukumu “**LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**” un redzams to grafiskais izpildījums - zilas krāsas konfektes iepakojums, kurā attēloti lāči uz meža fona. Tostarp lietā iesniegtajā uzņēmuma ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA izziņā ir norādīti produkcijas **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** realizācijas apjomi laika periodā no 2012. - 2016. gadam, kā arī norādīts liels klientu (veikalu) skaits Latvijā, kuriem attiecīgā produkcija tiek piegādāta;

4.3. konfektes ar nosaukumu “**LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**” un tās grafiskais izpildījums plaši tikuši reklamēti un izmantoti dažādu Latvijas veikalu tīklu (RIMI, ELVI, MEGO, IKI, Super Netto un Maxima)

akciju katalogos laikā no 2013. līdz 2017. gadam. Apelācijas padome ņem vērā, ka lietā ir iesniegts liels skaits attiecīgo bukletu. Pat ja dažos gadījumos attiecīgais konfekšu attēls nav tik skaidrs, tomēr kopumā attiecīgie bukleti atspoguļo gan konfekšu nosaukumus, tostarp “Lācītis Ķepainītis”, gan šo konfekšu iepakojuma raksturīgo grafisko izpildījumu. Apelācijas padome ņem vērā, ka sistemātiska attiecīgās produkcijas iekļaušana šādos bukletos noteikti iespaido un piesaista patērētāju, un nav šaubu, ka šāds lietojums arī popularizē attiecīgo produkciju;

4.4. iebildumu iesniedzēja preču zīmju - **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) - tiesību veiksmīgas īstenošanas fakti. Apelācijas padome nepiekrīt apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei, ka iebildumu iesniedzējs nepamatoti atsaucas uz Patentu valdes Apelācijas padomes vai Rīgas apgabaltiesas Civillietu tiesas kolēģijas nolēmumiem, kuri ir stājušies likumīgā spēkā un kuros ir ietverti atzinumi par attiecīgo zīmju pazīstamību Latvijā. Apelācijas padome ņem vērā, ka attiecīgo tiesību veiksmīgas īstenošanas fakti ir viens no faktoriem, kas ietverts Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas 1999. gada rekomendācijās “Kopīgās rekomendācijas par plaši pazīstamu zīmju aizsardzības noteikumiem” (*Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks*), ko iesaka ņemt vērā, izvērtējot, vai attiecīgā zīme ir plaši pazīstama. Būtiskāk, ka kopš brīža, kad pieņemti attiecīgie nolēmumi (2013. gads un 2016. gads), nav pagājis tik ilgs laiks, lai varētu būt mainījies Latvijas patērētāju priekšstats, kas veidojies gandrīz septiņdesmit gadu garumā. Turklāt iebildumu iesniedzējs neaprobežojas vien ar attiecīgajiem nolēmumiem, bet lietā ir minējis faktus un iesniedzis citus popularitāti apstiprinošus materiālus, tostarp datus par realizētās produkcijas apjomiem par pēdējiem gadiem pirms apstrīdēto zīmju pieteikumu datuma;

4.5. kā liecina tirgus, sociālo un mediju pētījumu aģentūras “TNS Latvia” 2016. gada augustā veiktais pētījums “Par “Laimas” šokolādes zīmolu konkurētspēju un attīstības iespēju (zīmolu iezīmju izpēte)”, gan sveramās konfektes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**, gan šokolādes tāfelīti ar šo preču zīmi zina 72% respondentu. Kaut arī lietā nav iesniegta pilnībā visa aptauja un tās dati tieši neatspoguļo jautājumus, kuri tika uzdoti respondentiem, lietā ir iesniegts detalizēts šīs aptaujas veikšanas apraksts, kurš atspoguļo mērķa grupu, uzdevumu, metodes, izlases lielumu, izpildes laiku un aptaujas ilgumu, pētījuma veicēju, kas kopumā tomēr raksturo attiecīgās aptaujas kvalitāti. Apelācijas padome uzskata, ka aptaujas uzdevums un tās rezultāti, kuri ietver arī citu komersantu šokolādes izstrādājumus, iezīmē produkcijas “**LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**” popularitāti.

5. No lietas materiāliem ir konstatējams, ka iebildumu iesniedzēja pretstatītās reģistrētās preču zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) pieteiktas reģistrācijai attiecīgi 23.12.2009, 20.12.2010 un 10.06.2015. Tādējādi tās ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas noteikumu izpratnē nekā apstrīdētās zīmes **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981), kuras reģistrācijai ir pieteiktas 12.07.2017.

6. Novērtējot salīdzināmo zīmju preču un pakalpojumu sarakstus, Apelācijas padome secina:

6.1. konditorejas izstrādājumus iedala cukurotajos – dražejas, halva, īrisi, karameles, konfektes, marcipāns, marmelādes, pastila, šokolāde – un miltu konditorejas izstrādājumos – cepumi, kūksi, kūkas, tortes, vafeles (*skat. Latvijas Padomju enciklopēdija, 5.1. sēj., R., GER, 1984, 288. lpp.*);

6.2. apstrīdētās zīmes ir reģistrētas 30. klases precēm – vafelēm, konfektēm, augļu žeļejas konfektēm, karamelēm (konfektēm) un šokolādei, kas ir noteiktu veidu miltu vai cukurotie konditorejas izstrādājumi. Pretstatītās zīmes ir reģistrētas gan vispārīgi nosauktām 30. klases precēm, proti, konditorejas izstrādājumiem, gan noteiktu veidu konditorejas izstrādājumiem, piemēram, vafelēm, šokolādes izstrādājumiem, konfektēm. Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdēto zīmju preces jēdzieniski iekļaujas visu pretstatīto preču zīmju **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (reģ. Nr. M 62 623), **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 69 721) vispārīgi formulētajā preču sarakstā “konditorejas izstrādājumi”. Tādējādi apstrīdēto zīmju preces un pretstatīto zīmju preces ir uzskatāmas par identiskām;

6.3. apstrīdētās zīmes ir reģistrētas arī 35. klases pakalpojumiem – vafeļu, augļu žeļejas konfekšu, karameļu (konfekšu), konfekšu un šokolādes mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumiem. Ņemot vērā, ka pakalpojumus var atzīt par līdzīgiem tādām precēm, kuras izmanto, šos pakalpojumus sniedzot, Apelācijas padome uzskata, ka minētos apstrīdēto zīmju pakalpojumus var atzīt par līdzīgiem arī pretstatīto preču zīmju precēm “konditorejas izstrādājumi”. Ir skaidrs, ka attiecīgos pakalpojumus, kuriem ir reģistrētas apstrīdētās zīmes, nevar sniegt, neizmantojot attiecīgās preces, šajā gadījumā - dažādus konditorejas izstrādājumus.

7. Par attiecīgajiem patērētājiem šo lietu sakarā ir jāuzskata dažādu paaudžu vidusmēra patērētāji, jo salīdzināmās preces – dažādi konditorejas izstrādājumi – ir tādas, ar kurām saskarē kā šo preču pircējs vai lietotājs var nonākt jebkurš Latvijas patērētājs. Tas pats attiecas arī uz apstrīdēto zīmju 35. klases pakalpojumiem. Turklāt ir jāņem vērā, ka, iegādājoties plaša patēriņa preces, pircēju uzmanības pakāpe ir zemāka nekā tad, kad jāizvēlas dārgas un ekskluzīvas preces.

8. Novērtējot salīdzināmo zīmju līdzību, Apelācijas padomes apsvērumi ir šādi:

8.1. salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums; šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaīda, tai pat laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes (*EST spriedums lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punkts*);

8.2. apstrīdētās zīmes veido divu vārdu salikums – attiecīgi angļu valodā “THREE BEARS” un krievu valodā “ТРИ МЕДВЕДЯ”, kas abos gadījumos latviešu valodā nozīmē vienu un to pašu, proti, “trīs lāči”. Apelācijas padome uzskata, ka abu apstrīdēto zīmju gadījumā var ar lielu pārliecību apgalvot, ka vairumam Latvijas patērētāju minēto apzīmējumu nozīme būs saprotama. Latvijā viena no populārākajām svešvalodām pašlaik ir angļu valoda. Savukārt krievu valodu pārzina joprojām liela daļa Latvijas patērētāju, neraugoties uz to, ka mazinās latviešu īpatsvars, kas labi pārzina krievu valodu, vai palielinās tā daļa, kas vispār nezina krievu valodu. Apelācijas padome ņem vērā, ka apstrīdētās zīmes veido vārdu salikums, kas pieder pie vienkāršās angļu vai krievu valodas leksikas. Skaitļa vārdi (it īpaši skaitļi no 1 līdz 10) un populārāko dzīvnieku nosaukumi (kaķis, suns, lācis, vilks, lauva, zilonis) ir vārdi, kurus, uzsākot mācīties kādu svešvalodu, apgūst vienus no pirmajiem. Līdz ar to salīdzināmo zīmju līdzību neietekmē tie apstākļi, ka apstrīdētajās zīmēs vārdiskie apzīmējumi izpildīti attiecīgi angļu un krievu valodā, bet pretstatītajās – latviski;

8.3. tai pašā laikā minētās valodu atšķirības attiecīgi nosaka to, ka salīdzināmo zīmju vārdiskās daļas fonētiski un vizuāli ir atšķirīgas, jo šos apzīmējumus veidojošie burti un skaņas nav līdzīgas;

8.4. ņemot vērā apstrīdēto zīmju vārdisko daļu nozīmi, proti, “trīs lāči”, Apelācijas padome piekrīt iebildumu iesniedzēja pārstāvim, ka, zinot, ka pretstatītajās figurālajās zīmēs ir ietverts vairāku lāču attēls, patērētājam, ieraugot apstrīdētās zīmes, var rasties asociācijas ar pretstatīto zīmju dizainā ilgstoši izmantoto I. Šiškina gleznu “Rīts priežu mežā” fragmentu un iebildumu iesniedzējam piederošajām preču zīmēm. To īpaši var attiecināt uz apstrīdēto zīmju līdzību pretstatītajai figurālajai zīmei **Lācītis Ķepainītis** (fig.) (reģ. Nr. M 63 834), kurā vārdiskais apzīmējums “Lācītis Ķepainītis” ir atveidots tik mazs, turklāt uz konfektes sāna virsmas, ka patērētāju uztverē būtiska loma ir piešķirama lāču attēlam. Tas, ka figurālās pretstatītās zīmes ietver vairāku lāču attēlu, kas ir ticis izmantots vairākas desmitgades, tomēr ļauj pamatoti uzskatīt, ka apstrīdētās zīmes neizsauc būtiski citas semantiskās asociācijas, nekā tas ir vismaz pretstatīto figurālo zīmju gadījumā;

8.5. apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve norāda, ka salīdzināmo zīmju atšķirīgo semantisko uztveri nosaka tas, kas apstrīdētās zīmes patērētājiem var asociēties ar Ļeva Tolstoja pasaku “Три медведя”, savukārt pretstatītās figurālās zīmes asociēties ar I. Šiškina gleznu “Rīts priežu mežā”. Apelācijas padome neizslēdz, ka būs tādi patērētāji, kuri uztvers attiecīgās zīmes tādējādi, kā to norāda apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve. Tomēr Apelācijas padomes ieskatā iebildumu iesniedzējs pamatoti uzskata, ka apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve pārāk augstu novērtē Latvijas patērētāju zināšanas par I. Šiškina mākslas darbu “Rīts priežu mežā”, kura sižets ir izmantots pretstatītajās zīmēs. Nav šaubu, ka viena daļa



attiecīgo patērētāju konkrēto mākslas darbu var arī nezināt. Taču Apelācijas padome par izšķirošāku uzskata to apstākli, ka arī tiem patērētājiem, kuri orientējas glezniecībā vai citu iemeslu dēļ zina attiecīgo mākslas darbu, šādas zināšanas nebūt neizslēdz iespēju uztvert un atcerēties, ka attiecīgajā darbā figurē vairāki lāči, kuri semantiski ir uztverami arī apstrīdēto zīmju gadījumos. Līdzīgi apsvērumi ir attiecināmi uz tiem patērētājiem, kuri, iespējams, zina Ļeva Tolstoja pasaku “Три медведя” vai citu autora darbus, kuros sižets ir par trīs lāčiem. Apelācijas padomes ieskatā minētās asociācijas šā vai tā ir par vairākiem lāčiem, un tas ir tēls, kas atbilst un ilgā laika periodā ir nostiprinājies Latvijā saistībā ar iebildumu iesniedzēja pretstatītajām zīmēm.

9. Saskaņā ar Eiropas Savienības tiesu judikatūru, pat ja pastāv līdzība tikai vienā no trim – fonētiskais, vizuālais, konceptuālais (semantiskais) - aspektiem, arī tādā gadījumā apzīmējumi ir līdzīgi (skat. *VT spriedumu lietā T-434/07, Volvo Trademark v ITSB (EUIPO)*, 50.–53. punktu). Turklāt Eiropas Savienības judikatūrā ir atzīts, ka preču zīmju sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir atkarīga arī no agrākās preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū (skat. *EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport*, 22. punktu). Zīmes ar augstu atšķirtspēju, kura tām piemīt vai nu pašām par sevi, vai sakarā ar to reputāciju tirgū, bauda plašāku aizsardzību nekā zīmes ar zemāku atšķirtspēju (skat. *EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, 18. punktu). Bez tam iebildumu iesniedzējs pamatoti norāda, ka, ja agrākajai zīmei ir īpaši atšķirīgs raksturs vai nu pašai ar sevi, vai tās reputācijas dēļ sabiedrībā, nav neiespējams, ka konceptuālā līdzība ir pietiekama, lai izraisītu zīmju sajaukšanas iespēju.

10. Ņemot vērā iepriekš secināto par pretstatīto zīmju, īpaši telpiskās preču zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** – zilas krāsas konfektes iepakojums, kurā attēloti vairāki lāči uz meža fona (attēls atbilst preču zīmes reģistrācijai Nr. M 63 834), plašo pazīstamību Latvijā, nevar izslēgt iespēju, ka patērētāji, sastopoties ar apzīmējumiem, kuri semantiski pēc būtības ir ļoti tuvi jau labi zināmas preču zīmes vizuālajam tēlam, proti, vairākiem lāčiem, attiecībā uz identiskām un līdzīgām precēm un pakalpojumiem apstrīdētās zīmes un pretstatītās zīmes uztvers kā savstarpēji saistītu uzņēmumu preču zīmes. Līdz ar to iebildumu iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem atzīstama par pamatotu.

11. Ņemot vērā iepriekš analizētos apstākļus par lāču tēla lomā apstrīdētajās zīmēs, kas semantiski ir ļoti tuvs iebildumu iesniedzēja grafiski atveidoto preču zīmju sižetam, Apelācijas padome uzskata par pamatotu arī iebildumu iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumiem, uzskatot, ka apstrīdētajās zīmēs **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) ir sajaukami atveidotas pretstatītās Latvijā plaši pazīstamās preču zīmes **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (telp.) un **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.).

No lietas materiāliem izriet, ka šīs zīmes ir plaši pazīstamas attiecībā uz šokolādes konfektēm, kurām identiskas vai līdzīgas (kā konditorejas izstrādājumi vai to izejvielas) ir visas 30. klases preces, kas ietvertas apstrīdēto zīmju preču sarakstā. Tas pats attiecināms arī uz apstrīdēto zīmju dažādu veidu konditorejas izstrādājumu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumiem, kurus var atzīt par līdzīgiem vai saistītiem ar šokolādes konfektēm, jo pakalpojumus, kuriem ir reģistrētas apstrīdētās zīmes, nevar sniegt, neizmantojot attiecīgās preces, šajā gadījumā – šokolādes konfektes (vai arī šokolādes konfektēm līdzīgas preces, kas apstrīdēto zīmju gadījumā ir gan vispārīgi konfektes, gan augļu žeļejas konfektes, kameles un šokolāde).

Apelācijas padome ņem vērā, ka plaši pazīstamu zīmju aizsardzībā mūsdienās arvien plašāk tiek atzīts viedoklis, ka attiecīgajām zīmēm pat nav jābūt neapšaubāmi sajucomām, pietiek ar konstatējumu, ka apstrīdētā zīme vai apzīmējums ir plaši pazīstamas preču zīmes atveidojums vai imitācija u.tml. un attiecīgi rodas kaitējums plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieka interesēm (skat. *Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi”*, 2007./2008., 82. lpp.).

Apelācijas padomes ieskatā apstrīdēto zīmju lietošana saistībā ar 30. klases precēm dod iespēju negodīgi izmantot pretstatīto zīmju plašo pazīstamību. Kaitējums var izpausties, piemēram, kā pretstatīto zīmju atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē. Apstrīdēto zīmju īpašnieks nepamatoti var gūt labumu no preču zīmju **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS**, **1870 Laima Lācītis Ķepainītis** (fig.) un **LĀCĪTIS ĶEPAINĪTIS** (telp.) reputācijas, piemēram, tādējādi, ka tā preces kļūtu vairāk pieprasītas, jo tās varētu kļūdaini saistīt ar iebildumu iesniedzēju. Apelācijas padome uzskata, ka šie apstākļi ietekmē preču zīmju

**LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS, 1870 Laima Lācītis Ķēpainītis** (fig.) un **LĀCĪTIS ĶĒPAINĪTIS** (telp.) ekskluzivitāti Latvijas tirgū.

Turklāt apstrīdētās zīmes ir vārdiskas preču zīmes, kuru aizsardzības apjoms ir plašāks tādējādi, ka tas izraisa potenciālu iespēju, ka apstrīdētās zīmes var tikt praksē lietotas tādā grafiskā izpildījumā, kas tuvinās pretstatītajām figurālajām zīmēm.

12. Iebildumi vienlaikus ir balstīti uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

Apelācijas padome uzskata, ka iebildumu iesniedzēja argumentācija šīs normas sakarā nav pārliecinoša. Salīdzināmās zīmes nav identiskas, un tās tomēr satur atšķirības, kas nozīmē, ka attiecīgais komersants, piesakot šīs preču zīmes reģistrācijai, ir kaut kādā mērā radījis kaut ko jaunu. Nav šaubu, ka noteikti pastāv preču zīmju varianti, kuri pat var saturēt lāču tematiku un tai pašā laikā neaizskart attiecīgās iebildumu iesniedzēja intereses.

Apelācijas padome var piekrist apstrīdēto preču zīmju īpašnieka pārstāvei, ka apstrīdēto preču zīmju īpašnieka rīcība, piesakot apstrīdētās preču zīmes reģistrācijai, ir izprotama. Proti, situācijā, kad apstrīdēto preču zīmju īpašnieka mātes uzņēmumam tā preču zīme **МИШКИ В ЛЕСУ** ir atzīta par plaši pazīstamu zīmi Krievijā, ir pašsaprotami, ka uzņēmums, paplašinot savu komercdarbību citās valstīs, mēģina attiecīgajā jaunajā tirgū ieiet ar preču zīmi, kas ir jau pazīstama, kaut arī citas valsts tirgū, vai kura ir tai līdzīga.

Nemot vērā minētos apstākļus kopumā, iebildumu iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem tomēr nevar atzīt par pietiekami pamatotu.

### Rezolutīvā daļa

Nemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 8. panta pirmās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt Latvijas uzņēmējsabiedrības **ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA** iebildumu pret preču zīmes **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

2. apmierināt Latvijas uzņēmējsabiedrības **ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS LATVIJA, SIA** iebildumu pret preču zīmes **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

3. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā noteiktajā kārtībā izdarīt Preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmju **THREE BEARS** (reģ. Nr. M 71 980) un **ТРИ МЕДВЕДЯ** (reģ. Nr. M 71 981) reģistrāciju atzīšanu par spēkā neesošām.

Lietas dalībnieks, kas nepiekrīt šim lēmumam, var triju mēnešu laikā no šā lēmuma paziņošanas dienas (Paziņošanas likums, 5. līdz 9. pants) vērsties tiesā saistībā ar šo lēmumu atbilstoši Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 98. pantā un Civilprocesa likuma 30.<sup>3</sup> nodaļā noteiktajai kārtībai.

Prasības pieteikums iesniedzams Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā. Personai, kas iesniegusi tiesā prasības pieteikumu, ir pienākums ne vēlāk kā septiņas dienas pēc prasības pieteikuma iesniegšanas informēt par to Apelācijas padomi. Lietas ierosināšana tiesā aptur Apelācijas padomes lēmuma izpildi.

Šis lēmums stājas spēkā Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 99. pantā noteiktajā kārtībā.

Lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ J. Bērzs

/personiskais paraksts/ D. Liberte