



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

Iebilduma lietas šifrs:  
RIAP/2018/M 72 195-Ie  
(OP-2018-38)

### LĒMUMS

Rīgā

2018. gada 31. oktobrī

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk – Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:  
priekšsēdētāja – D. Liberte,  
locekļi – J. Bērzs un I. Plūme-Popova,  
sekretāre – Z. Gavare,

2018. gada 15. augustā Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumu, kuru, 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. aprīlī Lielbritānijas uzņēmēj sabiedrības FEME LIMITED (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvariece ar specializāciju preču zīmju jomā G. Zariņa pret preču zīmes **SPELL**

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA; pieteik. Nr. M-17-797; pieteik. dat. 06.07.2017; reģ. Nr. M 72 195; reģ. (publ.) dat. 20.01.2018; 3., 9. un 25. kl. preces un 35. un 38. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības preču zīmēm **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687), **SPELL** (figurāla zīme; turpmāk – fig.) (Nr. EUTM 014769236)

**SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327),

**SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426)

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 zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 20.04.2018 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāves 29.05.2018 izteikto lūgumu, 21.06.2018 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē 15.08.2018.

01.08.2018 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas papildinājumi iebilduma iesniegumam, un 02.08.2018 tie nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašniekam.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās iebilduma iesniedzēja pārstāvis patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā G. Meržvinskis.

Ne apstrīdētās zīmes īpašnieks, ne tā pārstāvis uz Apelācijas padomes sēdi neieradās. Ņemot vērā, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvis U. Rožkalns tika pienācīgi informēts par lietas izskatīšanas datumu un Apelācijas padomes rīcībā nav ziņu par pārstāvja neierašanās iemesliem, Apelācijas padome nolēma iebilduma lietu izskatīt bez apstrīdētās zīmes īpašnieka puses klātbūtnes, ņemot vērā lietā esošos materiālus.

### Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrācijai pieteikta 06.07.2017 un reģistrēta 20.01.2018 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 3. kl. – parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie līdzekļi, ne medicīniskiem nolūkiem; dekoratīvā kosmētika; plakstiņu ēnas; kosmētiskie zīmuļi acīm; lūpu krāsas; matu losjoni; ziepes, ne medicīniskiem nolūkiem;

- 9. kl. – datortehnika; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas;

- 25. kl. – apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi;

- 35. kl. – konsultācijas un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai; izstāžu organizēšana reklāmas vai komercnolūkiem; preču reklamēšana komercnolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komercnolūkiem; konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; reklāma; starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā; tirgus izpēte un mārketinga pētījumi; datubāzu pārvaldīšana; biroja darbi; konsultācijas uzņēmējdarbības riska pārvaldības jomā; nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai;

- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi.

2.1. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

- vārdisku Eiropas Savienības preču zīmi **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687; pieteik. dat. 19.02.2015; reģ. dat. 03.12.2015; publikācijas dat. 07.12.2015);

- figurālu Eiropas Savienības preču zīmi **SPELL** (fig.) (Nr. EUTM 014769236; pieteik. dat. 05.11.2015; reģ. dat. 22.09.2016; publikācijas dat. 26.09.2016), kas ir it kā ar otas triepieniem veidots sārtas krāsas uzraksts "SPELL", kurā uz burta "P" attēlota balta zvaigznīte;

- figurālu Eiropas Savienības preču zīmi **SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327; pieteik. dat. 05.11.2015; reģ. dat. 11.03.2016; publikācijas dat. 15.03.2016), kas ir it kā ar otas triepieniem veidots

sārtas krāsas uzraksts “SPELL”, zem kura labajā pusē novietots melns stilizēts uzraksts “beauty”; uz burta “P” vārdā “SPELL” attēlota balta zvaigznīte;

- figurālu Eiropas Savienības preču zīmi **SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426; pieteik. dat. 05.11.2015; reģ. dat. 22.02.2016; publikācijas dat. 24.02.2016), kas ir it kā ar otas triepieniem veidots sārtas krāsas uzraksts “SPELL”, zem kura labajā pusē novietots melns stilizēts uzraksts “magazine”; uz burta “P” vārdā “SPELL” attēlota balta zvaigznīte;

2.2. visas pretstatītās zīmes citastarp ir reģistrētas šādām 3., 9. un 26. klases precēm un 35. un 41. klases pakalpojumiem:

- 3. kl. – ziepes; parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie un matu kopšanas līdzekļi; zobu kopšanas līdzekļi; līdzekļi matiem un matu kopšanas līdzekļi; šampūni; matu kondicionieri; tonizējošie līdzekļi matiem; matu krēmi; matu želejas; matu krēmi; matu eļļa; matu ieveidošanas putas; matu lakas; matu kosmētiskie līdzekļi; matu veidošanas līdzekļi; matu lakas; matu krāsas; līmvielas kosmētiskiem nolūkiem; līmvielas dabīgo un mākslīgo matu piestiprināšanai; līdzekļi līmes noņemšanai; matus mīkstinājoši līdzekļi; nagu želejas; nagu emaljas; mākslīgie nagu gali; nagu stiprināšanas līdzekļi; nagu spīdumi; nagu spodrināšanas līdzekļi; nagu kopšanas līdzekļi; mākslīgie nagi; nagu krēmi; līmes mākslīgo nagu piestiprināšanai; nagu lakas; nagu lakas noņemšanas līdzekļi; kosmētiskie nagu lakas noņemšanas līdzekļi; smirgēļa plāksnītes; pēcskūšanās balzami; aromterapijas krēmi un eļļas; vannas un dušas eļļas (bez ārstnieciskas iedarbības); sejas un ķermeņa sviests; kosmētiski sejas un ķermeņa krēmi; ķermeņa un sejas želejas (kosmētika); ķermeņa un sejas eļļas; ķermeņa un sejas masāžas eļļas; ķermeņa un sejas skrubi [kosmētika]; ķermeņa mazgāšanas līdzekļi; kosmētikas komplekti; esences un ēteriskās eļļas personiskai lietošanai; ādas kopšanai paredzēti atslāņošanas līdzekļi; acu želejas; sejas maskas kosmētiskiem nolūkiem; sejas mazgāšanas līdzekļi; lūpu balzami nemedicīniskiem nolūkiem; mitrinoši ādas krēmi un losjoni [kosmētika]; smaržūdeņi; skūšanās krēmi, eļļas, gēli, losjoni un ziepes; dušas želejas; ādas balzami [kosmētika]; kosmētiskie ādas attīrīšanas līdzekļi; ādu tonizējoši līdzekļi [kosmētika]; mazgāšanas preparāti; visu iepriekšminēto izstrādājumu daļas, detaļas un piederumi;

- 9. kl. – magnētiskās informācijas vides, ieraksta diski; kompaktdiski, DVD diski un citi digitālie datu nesēji; datoru programmatūra; lejupielādējamas elektroniskās publikācijas; visu iepriekšminēto izstrādājumu daļas, detaļas un piederumi;

- 26. kl. – saspraudes un adatas; dabīgi mati; cilvēku mati; sintētiski mati; mākslīgie mati; šķiedras (dabīgās un mākslīgās) izmantošanai kā parūkas vai matu pagarināšanai; parūkas; piespraužamās sprogas; mati pieaudzēšanai; matu tīkliņi; dekoratīvās matu saspraudes; matu pīnes; matu ruļļi; matu rullīši; matu rotājumi; dekoratīvās matu rotas; matadatas; dekoratīvās matu saspraudes; matu sprādzes; matu saspraudes; matu lentes; sakrokota auduma matu gumijas; galvas lentes; mākslīgie mati; mati pieaudzēšanai; matu tīkliņi; lentu pušķi matiem; spirāles [matu aksesuāri]; matu uztinamais papīrs; cepurītes matu šķipsnu iekrāsošanai; cepurītes matu šķipsnu balināšanai; matu gumijas; neelektriskie matu ruļļi; irbulīši matu veidošanai; plastmasas sloksnes matu šķipsnu krāsošanai; plastmasas sloksnes matu krāsošanas nolūkiem; lentes parūku fiksēšanai; visu iepriekšminēto preču daļas, sastāvdaļas un piederumi;

- 35. kl. – reklāma; mazumtirdzniecības pakalpojumi saistībā ar visām iepriekšminētajām 3. un 9. klases precēm; ieteikumu, informācijas un konsultāciju pakalpojumi saistībā ar visu iepriekš minēto;

- 41. kl. – audzināšana; apmācība; izpriecās; sporta un kultūras pasākumi; izdevējdarbība; elektronisku publikāciju sagatavošana un publicēšana; ieteikumu, informācijas un konsultāciju pakalpojumi saistībā ar visu iepriekš minēto.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāvji, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 6. panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrāciju par spēkā neesošu un iebilduma iesniegumā, papildinājumos pie iebilduma un Apelācijas padomes sēdes laikā lūgumu argumentē šādi:

3.1. pretstatītās preču zīmes **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687), **SPELL** (fig.) (Nr. EUTM 014769236), **SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327) un **SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426) reģistrācijai ir pieteiktas attiecīgi 19.02.2015, 05.11.2015, 05.11.2015 un 05.11.2015, bet apstrīdētā preču zīme **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) - 06.07.2017. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. apstrīdētās zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrācijā ietvertās preces un pakalpojumi ir

identiski, līdzīgi un saistīti ar pretstatīto zīmju reģistrācijās ietvertajām precēm un pakalpojumiem:

3.2.1. novērtējot preču līdzību, būtu jāņem vērā visi ar šīm precēm saistītie būtiskie faktori. Pie šiem faktoriem citu starpā ir jāpieskaita preču būtība, to galalietotāji (jāsaprot kā “nolūks, kam tās paredzētas”) un to lietošanas veids, un tas, vai tās savstarpēji konkurē vai ir savstarpēji papildināmas (*Eiropas Savienības Tiesas (EST; iepriekš – Eiropas Kopienu tiesa) prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc [1998], 23. punkts*);

3.2.2. salīdzināmo zīmju 3. klases preces ir identiskas un līdzīgas. Salīdzināmo zīmju 9. klases preces ir savietojamas vai līdzīgas. Salīdzināmo zīmju 35. klases pakalpojumi ir identiski (reklāma) un līdzīgi (ciktāl runa ir par apstrīdētās zīmes pakalpojumu sarakstā ietvertajām konsultācijām). Apstrīdētās zīmes 25. klases preces ir līdzīgas pretstatīto zīmju 26. klasē ietvertajām cepurītēm, tīkļiem, lentēm un 3. klasē ietvertajiem sauļošanās krēmiem (tiem ir līdzīgi peldkostīmi) un kosmētikai (tai ir līdzīgi sporta apģērbi). Apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi ir saistīti ar pretstatīto zīmju 9. klases precēm (datoru programmatūru) un 41. klases pakalpojumiem (elektroniskajām publikācijām);

3.3. salīdzināmās preču zīmes ir līdzīgas:

3.3.1. 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 (*skat. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punktu un prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 25. punktu*);

3.3.2. apstrīdētā zīme **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) un pretstatītā zīme **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687) ir reģistrētas kā vārdiskas zīmes, kamēr pārējās pretstatītās zīmes **SPELL** (fig.) (Nr. EUTM 014769236), **SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327) un **SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426) ir figurālas zīmes. Tomēr šīs figurālās zīmes nesatur kādus īpaši atšķirīgus grafiskos elementus, kas varētu novērst patērētāju uzmanību no zīmēs iekļautā galvenā vārdiskā un centrālā elementa “SPELL”. Jāņem vērā, ka patērētājs, ieraugot preču zīmi, neveic tās detalizētu analīzi, un preču zīmes vārdiskā daļa ir tā, kas tiek labāk saglabāta patērētāja atmiņā, un uz to patērētājs atsauksies, mēģinot norādīt uz precēm, kas marķētas ar konkrēto preču zīmi;

3.3.3. salīdzinot apstrīdēto zīmi ar pretstatītajām zīmēm, ir skaidri redzams, ka apstrīdētā preču zīme **SPELL** pilnībā atkārto pretstatīto zīmju dominējošo elementu “SPELL” (pretstatītajās zīmēs ietvertie elementi “beauty” un “magazine” ir uzskatāmi par komercdarbībā plaši izmantotiem apzīmējumiem – tiem trūkst atšķirtspējas un ir sekundāra nozīme šajās preču zīmēs). Turklāt patērētāju uzmanību visvairāk piesaista preču zīmju sākuma daļa, kas visspilgtāk paliek patērētāju atmiņā, tāpēc par dominējošo elementu pretstatītajās zīmēs ir uzskatāms tieši “SPELL”. Tātad apstrīdētā zīme **SPELL** atveido pretstatītās zīmes un ir veidota pēc to parauga. Starp salīdzināmajām zīmēm pastāv augsta vizuālā un fonētiskā līdzība, pretstatītā zīme **SPELL** (fig.) pat ir fonētiski identiska ar apstrīdēto zīmi. Semantiskās asociācijas, kuras raisīs salīdzināmās zīmes, ir identiskas, proti, zīmēs iekļautais vārds “spell” ir uzskatāms par vienkāršu angļu valodas vārdu ar nozīmi “burvju vārdi; burvestība” (*skat. Angļu-latviešu vārdnīcu tīmekļvietnē <https://www.letonika.lv>*), kas būs saprotama lielākajai daļai Latvijas patērētāju. Tas pats attiecināms arī uz divās pretstatītajās zīmēs ietvertajiem papildu elementiem “beauty” un “magazine”, kas tulkojumā no angļu valodas nozīmē attiecīgi “skaistums; daiļums” un “žurnāls; periodisks izdevums” (*skat. turpat*) un tiks uztverti kā aprakstoši apzīmējumi;

3.4. Eiropas Savienības tiesu praksē ir norādīts, ka preču zīmju sajaukšanas iespējas visaptverošs novērtējums ietver savstarpēju sakarību starp faktoriem, kas uz lietu attiecas, un it īpaši starp zīmju līdzību un attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības augstāku pakāpi un *vice versa* (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc [1998], 17. punkts*);

3.5. par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā ir jāuzskata gan vidējie patērētāji, gan nozares profesionāļi;

3.6. ņemot vērā visu iepriekš minēto, pastāv iespēja, ka patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc, uzskatot, ka attiecīgās preces un pakalpojumus piedāvā viena un tā pati persona vai ka preču zīmes ir savstarpēji saistītas. Apstrīdētā zīme izraisīs asociācijas ar agrāko preču zīmju īpašnieku;

3.7. apstrīdētās preču zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku:

3.7.1. atsaucoties uz Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi" (2007/2008; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojs>), lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir izmantojams vairāku apstākļu kopums, kas aptverošā vērtējumā liecina par preču zīmes pieteicēja negodprātību. Starp šiem apstākļiem noteikti var minēt vismaz šādus:

- preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai. Laika brīdis, uz kuru jāvērtē, vai no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses ir pastāvējis negodprātīgs nolūks, ir apstrīdētās preču zīmes pieteikuma iesniegšanas brīdis. Nav šaubu, ka uzņēmumam GRIGORIUS HOLDINGS, SIA vajadzēja zināt par uzņēmuma FEME LIMITED agrākajām preču zīmju **SPELL BEAUTY**, **SPELL** (fig.), **SPELL beauty** (fig.) un **SPELL magazine** (fig.) reģistrācijām Eiropas Savienībā. Preču zīmi reģistrē, lai iegūtu izņēmuma tiesības uz apzīmējumu, kas palīdz patērētājiem identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, un neviens komersants nemēģina ienākt tirgū, kaut kādā līmenī neizpētot nozarē darbojošos uzņēmumus un to preču zīmes. Šādas informācijas ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu;

- preču zīmes pieteicējam nebija nodoma, pat nākotnē, uzsākt attiecīgās preču zīmes izmantošanu, un tas nav nekādi gatavojies to darīt, bet reģistrācijas pieteikums ticis izdarīts ar galveno mērķi – vai nu ar izņēmuma tiesību palīdzību radīt šķēršļus citas personas darbībām ar attiecīgo zīmi vai tai sajaucami līdzīgu zīmi, vai arī reģistrēt, lai piedāvātu to citai personai pirkt vai par attiecīgu atlīdzību saņemt zīmes izmantošanas tiesību licenci;

- attiecīgais preču zīmes pieteikums nav vienīgais šīs personas ar līdzīgu mērķi veiktais pieteikums, bet tāda rīcība attiecīgajai personai atkārtojas, ir raksturīga. Kopš 20.05.2014 līdz šī iebilduma izskatīšanas brīdim apstrīdētās preču zīmes īpašnieks - Latvijas uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrācijai Latvijā ir pieteicis 995 preču zīmes, tostarp arī Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes (piemēram, **Bigfoot**, **Lehman Brothers**, **IPOD**, **ITUNES**, **British Airways World Offers**, **EU IPO**) vai preču zīmes, kas ir identiskas vai ļoti līdzīgas citiem uzņēmumiem piederošām preču zīmēm (*lietā iesniegta 01.08.2018 veikta izdruka par GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmēm no Patentu valdes tīmekļa vietnē pieejamās preču zīmju datu bāzes*). Citu personu preču zīmēm sajaucami līdzīgu vai identisku preču zīmju pieteikšana no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses ir nepārtraukts process. Bez tam pret aptuveni 50 no GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrētajām preču zīmēm Latvijā ir iesniegti iebildumi. Vadoties no meklējumiem Internetā, neviena no šīm GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrētajām preču zīmēm netiek izmantota;

3.7.2. saskaņā ar Uzņēmumu reģistra datubāzes *Lursoft* datiem, GRIGORIUS HOLDINGS, SIA Latvijā nav veicis reālu komercdarbību – uzņēmums nav reģistrēts kā PVN maksātājs un nav iesniegti nekādi finanšu rādītāji (*lietā iesniegta 18.04.2018 veikta izdruka no Lursoft datubāzes par uzņēmumu GRIGORIUS HOLDINGS, SIA*). Līdz ar to var pieņemt, ka uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA ir dibināts, lai reģistrācijai pieteiktu preču zīmes un domēna vārdus un tādā veidā traucētu attiecīgo preču zīmju īpašniekiem realizēt savas tiesības uz preču zīmēm, lai piespiestu citas personas par atlīdzību iegādāties no GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmju izmantošanas tiesību licences. Šādu rīcību var raksturot kā tiesību piesavināšanos nolūkā radīt citai personai problēmas turpmākas identiskas vai līdzīgas preču zīmes reģistrācijā vai lietošanā;

3.7.3. Apelācijas padome jau ir izskatījusi vairākus iebildumu iesniegumus pret preču zīmēm, kas reģistrētas uz apstrīdētās zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA vārda, un iebildumu lietās pret

preču zīmju **Car2Go** (reģ. Nr. M 69 894) un **Hana** (reģ. Nr. M 70 122) reģistrāciju Apelācijas padome atzina, ka preču zīmju **Car2Go** (reģ. Nr. M 69 894) un **Hana** (reģ. Nr. M 70 122) pieteikumi ir tikuši iesniegti ar acīmredzami negodprātīgu nolūku;

3.7.4. 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 Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas pamatā (*skat. Vispārējās tiesas (VT; iepriekš – Pirmās instances tiesa) sprieduma lietā T-33/11, Peeters Landbouwmachines BV v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes un dizainparaugi) (turpmāk – ITSB), 21. un nākamās punktus; Apelācijas padomes piezīme: kopš 23.03.2016 pēc grozījumiem Padomes Regulā (EK) Nr. 207/2009 Kopienas preču zīmi sauc par Eiropas Savienības preču zīmi, bet ITSB – par Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO)*). Viens no veidiem, kā raksturot negodprātīgu 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*);

3.7.5. runājot par nostiprinātiem ētiskas rīcības, godīgas uzņēmējdarbības un komerciālās prakses principiem, tie jāievēro arī attiecībā uz atšķirīgām precēm un pakalpojumiem. EUIPO Apelācijas padome 21.04.2010 lēmumā lietā R 219/2009-1 (GRUPPO SALINI/SALINI), secinot, ka negodprātīgs nolūks ir pierādīts, nolūkā aizstāvēt uzņēmējdarbības un komerciālo darbību vispārējās intereses, atzina apstrīdēto zīmi par spēkā neesošu arī attiecībā uz atšķirīgiem pakalpojumiem. VT apstiprināja šo Apelācijas padomes lēmumu, norādot, ka pozitīva konstatējuma par ļaunprātību iznākums var būt tikai attiecīgās preču zīmes pilnīga spēkā neesamība (*skat. VT spriedumu lietā T-321/10, SA.PAR. Srl v ITSB*);

3.7.6. vairākos pētījumos un analizēs apstrīdētās zīmes īpašnieks GRIGORIUS HOLDINGS, SIA tiek saistīts ar preču zīmju magnātu *Michael Gleissner*, kas pasaules līmenī ir pazīstams kā tūkstošiem uzņēmumu, preču zīmju un domēnu īpašnieks, kas piesaka identiskas un līdzīgas preču zīmes nolūkā mākslīgi radīt dažādus, t. sk. finansiālus šķēršļus šo preču zīmju īstajiem īpašniekiem. *Michael Gleissner* darbības ar preču zīmju pieteikumiem un domēniem, izmantojot čaulas kompānijas visā pasaulē, izraisa plašas diskusijas par negodprātīgo nolūku. Uz GRIGORIUS HOLDINGS, SIA saistību ar *Michael Gleissner* norāda šādi fakti:

- izdevums *The World Trademark Review* sadarbībā ar kompāniju *Compumark* 2017. gadā ir sagatavojis pārskatu par uzņēmumiem, kas saistīti ar *Michael Gleissner*, un to preču zīmju pieteikumiem/reģistrācijām visā pasaulē (*lietai pievienota apkopojuma “The Gleissner Files” izdruka no <http://www.worldtrademarkreview.com>*). Šajā sarakstā ietverts arī GRIGORIUS HOLDINGS, SIA ar simtiem preču zīmju pieteikumu, kuru vidū ir arī apstrīdētā preču zīme **SPELL**. Uz intriģējošu tīklu, ko veido ar augsta profila zīmoliem, vispārīgiem apzīmējumiem un IP adresēm saistītu uzņēmumu nosaukumu, domēnu un preču zīmju tūkstoši, norāda arī *The World Trademark Review* 23.08.2016 publikācija “*Izklaides magnāta preču zīmju, domēnu un uzņēmumu nosaukumu mistērijas*”, savukārt publikācijā “*Celti gaismā ar Michael Gleissner saistītu preču zīmju tūkstoši: dienesta vadošais jurists aicina uz rīcību*” (02.11.2017) norādīts, ka kopumā *Michael Gleissner* pieteikto preču zīmju skaits ir pārsniedzis 4400 zīmes un 38 jurisdikcijas visā pasaulē, populārākās no kurām ir ASV (1052 pieteikumi), Beniluksa valstis (935 pieteikumi), Lielbritānija (663 pieteikumi), Latvija (620 pieteikumi), Portugāle (460 pieteikumi), Kanāda (335 pieteikumi) (*lietai pievienotas abu minēto rakstu izdrukas no <http://www.worldtrademarkreview.com>*);

- Eiropas Savienības preču zīmes **Netopia** (Nr. EUTM 013679352) īpašnieks ir Latvijas uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA, bet kā pārstāvis norādīts pats *Michael Gleissner* (*lietai pievienota izdruka ar šīs preču zīmes datiem no EUIPO preču zīmju datubāzes eSearchPlus*);

- lielākā daļa no GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmēm tikušas pieteiktas tieši pirms tam, kad kāds cits ar *Michael Gleissner* saistīts uzņēmums attiecībā uz identisku vai gandrīz identisku Eiropas Savienības preču zīmi Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojā ir iesniedzis atcelšanas pieteikumu neizmantošanas dēļ (*lietai pievienota informācija par 15 gadījumiem, kad GRIGORIUS HOLDINGS, SIA šādā veidā sadarbojies ar American Franchise Marketing Limited, un 6 gadījumiem, kad GRIGORIUS HOLDINGS, SIA šādā veidā sadarbojies ar citiem uzņēmumiem*). Daudzas no šīm Eiropas Savienības preču zīmju reģistrācijām tika atceltas. Dažos gadījumos GRIGORIUS HOLDINGS, SIA pat atsauc

agrāk pieteikto preču zīmi Latvijā un iesniedza citu pieteikumu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas labāk atbilst attiecīgajai Eiropas Savienības preču zīmei;

- apskatā “*Michael Gleissner UDRP izsekojums: Reversā domēna nosaukuma zādzība*” (08.09.2016) vietnē <http://onlinedomain.com> apgalvots, ka *Michael Gleissner* mēģina nozagt vērtīgus domēnus to likumīgajiem īpašniekiem, piemēram, kompānijai GOOGLE piederošo *zero.com*. Līdz šim viņš ir zaudējis 6 strīdus un 4 lietas ir izbeigtas (*lietai pievienota minētās publikācijas izdruka no vietnes <http://onlinedomain.com>*).

### Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts atbilstoši LPZ un RIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats to izskatīt pēc būtības.

2. LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja sakarā ar šīs preču zīmes identiskumu vai līdzību citas personas agrākai preču zīmei un attiecīgo preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

Tātad, lai šajā iebilduma lietā piemērotu LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumus, jākonstatē:

- pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;
- preces un pakalpojumi, kuriem reģistrēta apstrīdētā preču zīme, ir identiski vai līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, kuriem reģistrētas pretstatītās zīmes;
- salīdzināmās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas;
- sakarā ar preču zīmju identiskumu vai līdzību un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. Pretstatītās preču zīmes **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687), **SPELL** (fig.) (Nr. EUTM 014769236), **SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327) un **SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426) reģistrācijai ir pieteiktas attiecīgi 19.02.2015, 05.11.2015, 05.11.2015 un 05.11.2015, bet apstrīdētā preču zīme **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) pieteikta reģistrācijai 06.07.2017. Tātad visas pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Salīdzinot preces un pakalpojumus, kuriem reģistrēta apstrīdētā zīme **SPELL**, ar precēm un pakalpojumiem, kuriem reģistrētas pretstatītās zīmes, Apelācijas padome secina:

4.1. apstrīdētās zīmes 3. klases preces ir identiskas 3. klases precēm, kurām reģistrētas pretstatītās zīmes, proti:

- gan apstrīdētās, gan pretstatīto zīmju preču sarakstos ir ietverti parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie līdzekļi un ziepes,
- apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertie matu losjoni ir matu kopšanas līdzekļi, kam ir reģistrētas pretstatītās zīmes,
- apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertā dekoratīvā kosmētika, plakstiņu ēnas, kosmētiskie zīmuļi acīm un lūpu krāsas ir kosmētiskie līdzekļi, kam ir reģistrētas pretstatītās zīmes;

4.2. apstrīdētās zīmes 9. klases preces ir identiskas un līdzīgas 9. klases precēm, kurām reģistrētas pretstatītās zīmes, proti:

- pretstatīto zīmju preču sarakstā ietvertās magnētiskās informācijas vides, ieraksta diski, kompaktdiski, DVD diski un citi digitālie datu nesēji ir atmiņas ierīces (*skat., piemēram, Latvijas Universitātes publikāciju “Informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pamatjēdzieni”;* <http://profizgl.lu.lv/mod/book/view.php?id=22319&chapterid=6865>). Tātad atmiņas ierīces, kam ir reģistrēta apstrīdētā zīme, ir identiskas un līdzīgas iepriekšminētajām pretstatīto zīmju 9. klases precēm,
- apstrīdētās zīmes 9. klases preces “datortehnika; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; mikroprocesori;

datoru tastatūras” ir līdzīgas un saistītas ar pretstatīto zīmju preču sarakstā ietvertajiem digitālajiem datu nesējiem un programmatūru, jo gan datoru, gan datoru perifērijas ierīču, gan datortīklu aparatūras, gan arī elektroniskās datu apstrādes ierīču darbību pamatā nodrošina programmatūra. Lai dators varētu strādāt, tam ir jābūt apgādātam ar programmatūru (*skat., piemēram, Latvijas Universitātes publikāciju “Informācijas tehnoloģijas pamatjēdzieni”*; [http://profizgl.lu.lv/pluginfile.php/6584/mod\\_resource/content/0/GM1.pdf](http://profizgl.lu.lv/pluginfile.php/6584/mod_resource/content/0/GM1.pdf), 61. lpp.). Datortīklus veido datori kopā ar programmatūru. Tātad šīs preces viena otru papildina un kopā kalpo vienam un tam pašam nolūkam,

- iepriekšminēto var attiecināt arī uz apstrīdētās zīmes 9. klases precēm “elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori”, jo arī šīs ierīces var kalpot kā datortīklu sastāvdaļas un datu pārraides iekārtas,

- apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertās videofilmas ir saistītas ar pretstatīto zīmju 9. klases preču sarakstā ietvertajiem digitālajiem datu nesējiem un līdzīgas lejuplādējamām elektroniskajām publikācijām. Tās ir saistītas arī ar pretstatīto zīmju 41. klases pakalpojumu sarakstā ietverto elektronisku publikāciju sagatavošanu un publicēšanu;

4.3. var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētās zīmes 25. klases preces ”apgērbi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi” ir zināmā mērā līdzīgi pretstatīto zīmju 26. klases precēm “matu lentes; sakrokota auduma matu gumijas; galvas lentes; lentu pušķi matiem”, jo šīs preces viena otru papildina, veidojot saskaņotu apģērba, t. sk. arī sporta apģērba, ansambli, un tās izgatavo no viena un tā paša izejmateriāla.

To pašu nevar teikt par apstrīdētās zīmes 25. klases precēm ”apavi” – atšķiras to lietošanas nolūks, tās savstarpēji nekonkurē un arī nepapildina viena otru;

4.4. apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “konsultācijas un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komercnolūkiem; konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; tirgus izpēti un mārketinga pētījumi; konsultācijas uzņēmējdarbības riska pārvaldības jomā” ir līdzīgi pretstatīto zīmju 35. klasē ietvertajiem ieteikumu, informācijas un konsultāciju pakalpojumiem.

Reklāma ir ietverta gan apstrīdētās, gan pretstatīto zīmju pakalpojumu sarakstos. Apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “izstāžu organizēšana reklāmas vai komercnolūkiem; preču reklamēšana komercnolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi” ir līdzīgi pretstatīto zīmju 35. klasē ietvertajiem reklāmas pakalpojumiem, jo reklāma ir interesantā, saistošā formā sniegta informācija ar mērķi piesaistīt (kam) uzmanību, izraisīt interesi (par ko), padarīt (ko) populāru u.tml. (*skat. attiecīgo šķirkli [www.tezaurs.lv](http://www.tezaurs.lv) ar atsauci uz Latviešu literārās valodas vārdnīcu, R., Zinātne, 1972.-1996.*)

Apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā” ir līdzīgi pretstatīto zīmju 35. klasē ietvertajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem.

Apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “datubāzu pārvaldīšana” pastarpināti ir saistīti ar pretstatīto zīmju 9. klasē ietverto “datoru programmatūru”.

Apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi “biroja darbi”, kā arī “nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai” nav līdzīgi nevienam no pretstatīto zīmju reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem, jo atšķiras to mērķis;

4.5. visi apstrīdētās zīmes 38. klasē ietvertie pakalpojumi ir saistīti ar pretstatīto zīmju 9. klasē ietverto datoru programmatūru, jo mūsdienās elektroniskās datu apstrādes un arī pārraides ierīču darbību pamatā nodrošina programmatūra, līdz ar to tā ir arī telesakaru, satelītu sakaru un jebkuru datu pārraides pakalpojumu sniegšanas pamatā. Informācijas tehnoloģiju pakalpojumi kontrolē 38. klases elektroniskos telesakaru pakalpojumus, un tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide.

5. Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētā zīme **SPELL** ir ļoti līdzīga pretstatītajām zīmēm **SPELL BEAUTY**, **SPELL** (fig.), **SPELL beauty** (fig.) un **SPELL magazine** (fig.):

5.1. 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 (*skat. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punktu un prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 25. punktu*);

5.2. apstrīdētā zīme **SPELL** un pretstatītā zīme **SPELL BEAUTY** (Nr. EUTM 013757687) ir reģistrētas kā vārdiskas zīmes, kamēr pārējās pretstatītās zīmes **SPELL** (fig.) (Nr. EUTM 014769236), **SPELL beauty** (fig.) (Nr. EUTM 014769327) un **SPELL magazine** (fig.) (Nr. EUTM 014769426) ir figurālas zīmes. Nav šaubu, ka visās pretstatītajās zīmēs dominē apzīmējums “SPELL”:

- figurālajā zīmē **SPELL** (fig.) tas ir vienīgais elements. Tas ir skaidri salasāms, un zīmes grafiskais izpildījums nav tik īpašs, lai varētu novērst patērētāju uzmanību no šīs zīmes vārdiskā elementa,

- vārdiskajā zīmē **SPELL BEAUTY** bez apzīmējuma “SPELL” ir ietverts arī apzīmējums “BEAUTY”, taču attiecībā uz lielāko daļu no precēm un pakalpojumiem, kuriem šī zīme reģistrēta, tas ir aprakstošs apzīmējums - tulkojumā no angļu valodas “*beauty*” nozīmē “skaistums; daiļums” (*skat. Angļu-latviešu vārdnīcu tīmekļvietnē <https://www.letonika.lv>*), un gan kosmētisko un matu kopšanas līdzekļu, gan arī dažādu matu rotu lietošanas mērķis ir padarīt cilvēku un tā ķermeni skaistāku. Savukārt šī vārda lietojums saistībā ar elektroniskajām publikācijām un to sagatavošanu, kā arī apmācību norāda uz publikāciju un apmācības saturu, proti, skaistumkopšanu. Vārds “*beauty*” pieder pie biežāk lietotajiem angļu valodas vārdiem, līdz ar to tā nozīme būs saprotama lielai daļai attiecīgo Latvijas patērētāju,

- arī uz figurālo zīmi **SPELL beauty** (fig.) attiecas viss iepriekšminētais par apzīmējuma “*beauty*” aprakstošo raksturu, turklāt šajā figurālajā zīmē apzīmējums “*beauty*” atveidots daudz mazākiem, arī krāsas ziņā neuzkrītošākiem burtiem nekā apzīmējums “SPELL”,

- figurālajā zīmē **SPELL magazine** (fig.) bez apzīmējuma “SPELL” ir ietverts arī apzīmējums “*magazine*”, taču vismaz attiecībā uz elektroniskajām publikācijām un to sagatavošanu tas ir aprakstošs apzīmējums, jo tulkojumā no angļu valodas nozīmē “žurnāls; periodisks izdevums” (*skat. Angļu-latviešu vārdnīcu tīmekļvietnē <https://www.letonika.lv>*). Turklāt apzīmējums “*magazine*” šajā figurālajā zīmē atveidots zem koša, sārta apzīmējuma “SPELL” daudz mazākiem, arī krāsas ziņā neuzkrītošākiem burtiem. Vārds “*magazine*” pieder pie biežāk lietotajiem angļu valodas vārdiem, līdz ar to tā nozīme būs saprotama lielai daļai attiecīgo Latvijas patērētāju;

5.3. apstrīdētā zīme **SPELL** ir ietverta visās pretstatītajās zīmēs.

Apstrīdētā zīme pēc skanējuma ir identiska pretstatītajai zīmei **SPELL** (fig.). Tā ir fonētiski līdzīga pretstatītajām zīmēm **SPELL BEAUTY**, **SPELL beauty** (fig.) un **SPELL magazine** (fig.), jo šajās pretstatītajās zīmēs kā pirmais tiks izlasīts un nosaukts zīmēs dominējošais, atšķirtspējīgais apzīmējums “SPELL”.

Apstrīdētā zīme **SPELL** vizuāli ir līdzīga visām pretstatītajām zīmēm, jo atkārtoti sākmācību daļu “SPELL”. Lai arī trīs no pretstatītajām zīmēm ir figurālas, “SPELL” ir to centrālais un dominējošais elements.

Tiem patērētājiem, kuri zinās angļu valodas vārda “*spell*” nozīmi (burvju vārdi, burvestība; (pareizi) uzrakstīt; nosaukt pa burtiem; *skat. Angļu-latviešu vārdnīcu tīmekļvietnē <https://www.letonika.lv>*), salīdzināmās zīmes būs arī jēdzieniski identiskas (pretstatītās zīmes **SPELL** (fig.) gadījumā) vai ļoti līdzīgas (pārējo pretstatīto zīmju gadījumā);

5.4. kas attiecas uz apzīmējuma “*spell*” atšķirtspēju, tad vienīgās šaubas par to varētu būt saistībā ar pretstatīto zīmju preču sarakstos ietverto datorprogrammatūru, jo tekstastrādes programmatūra parasti satur arī pareizrakstības un gramatikas pārbaudes rīkus (angliski – *spelling and grammar*). Attiecībā uz pārējām precēm un pakalpojumiem šim apzīmējumam piemīt augsta atšķirtspēja.

6. Apstrīdētā zīme reģistrēta precēm un pakalpojumiem, kas adresēti ļoti plašam patērētāju lokam. Līdz ar to par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata vidusmēra patērētājs, kas ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Atsevišķas 9. klases preces un 38. klases pakalpojumi to komplicētā rakstura dēļ varētu būt tādi, ar kuriem saskarē faktiski nonāk tikai attiecīgo jomu speciālisti, kuru zināšanas šajās jomās ir padziļinātas.

7. Preču zīmju sajaukšanas iespējas visaptverošs novērtējums ietver savstarpēju sakarību starp faktoriem, kas uz lietu attiecas, un it īpaši starp zīmju līdzību un attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības

augstāku pakāpi un *vice versa* (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc [1998], 17. punkts*). Apelācijas padome uzskata, ka šajā lietā preču zīmju augstā līdzības pakāpe kompensē atsevišķu preču un pakalpojumu zemāko līdzības pakāpi.

8. Ņemot vērā iepriekš minēto, Apelācijas padome uzskata, ka relevantie Latvijas patērētāji salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta precēm un pakalpojumiem, kuri ir identiski un līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kuriem reģistrētas pretstatītās zīmes. Patērētāji varētu domāt, ka attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsme ir no viena un tā paša vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem.

9. Iebilduma iesniedzējs savu iebildumu ir pamatojis arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

10.1. Lai gan iebilduma iesniedzēja argumenti šīs normas piemērošanas sakarā galvenokārt attiecas uz apstrīdētās preču zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA un ar to saistīto personu komercdarbību vispār, bez minētajiem apstākļiem šajā lietā pastāv arī cits būtisks apstāklis, proti, apstrīdētās zīmes īpašnieks ir pieteicis pretstatītajai zīmei **SPELL** (fig.) fonētiski identisku (identisku vārdisko apzīmējumu saturošu) preču zīmi citastarp arī attiecībā uz identiskām precēm. Tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008) Augstākā tiesa sniedz tādu apstākļu uzskaitījumu, kuri var tikt izmantoti negodprātības konstatēšanai. Kā viens no apstākļiem citu starpā minēts tas, ka preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai (*skat. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH, 39. punktu*). Pretstatītā zīme **SPELL** (fig.) Eiropas Savienībā pieteikta reģistrācijai 2015. gadā, tātad labu laiku pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma. Ņemot to vērā, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par faktu, ka citai personai pieder fonētiski identiska zīme, kas reģistrēta identiskām precēm. Preču zīmi reģistrē, lai iegūtu izņēmuma tiesības uz apzīmējumu, kas palīdz patērētājiem identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, un neviens komersants nemēģina ienākt tirgū, kaut kādā līmenī neizpētot nozarē darbojošos uzņēmumus un to preču zīmes. Šādas informācijas ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar iebilduma iesniegumā izklāstītajiem paņēmieniem.

Saskaņā ar Eiropas Savienības tiesu judikatūru, vērtējot zīmes negodprātīga pieteikuma aspektus, tāpat var tikt ņemta vērā apstrīdētā apzīmējuma izcelsme un tā izmantošana kopš tā radīšanas, kā arī uzņēmējdarbības loģika, ar kādu iesniegts pieteikums reģistrēt šo apzīmējumu, kā arī notikumu hronoloģija saistībā ar minēto iesniegšanu (*skat. VT sprieduma lietā T-107/16, Airhole Facemasks, Inc. v EUIPO, 22. punktu*).

10.2. Ņemot vērā minēto un vērtējot to kopsakarā ar iebilduma iesniegumā norādītajiem faktiem par apstrīdētās zīmes īpašnieku, proti, ka tas reģistrācijai Latvijā ir pieteicis ievērojamu skaitu preču zīmju, kas citastarp satur arī Latvijā plaši pazīstamu, citiem īpašniekiem piederošu preču zīmju apzīmējumus, un to, ka nav nekādas informācijas par to, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks būtu uzsācis šo daudzo preču zīmju faktiski izmantošanu, ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētā zīme ir pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku, ciktāl tas attiecas uz identiskām precēm.

### Rezolutīvā daļa

Ņemot 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 6. panta otrās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. daļēji apmierināt Lielbritānijas uzņēmējdarbības FEME LIMITED iebildumu pret preču zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu šādām precēm un pakalpojumiem:

- 3. kl. – parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie līdzekļi, ne medicīniskiem nolūkiem; dekoratīvā kosmētika; plakstiņu ēnas; kosmētiskie zīmuļi acīm; lūpu krāsas; matu losjoni;

ziepes, ne medicīniskiem nolūkiem;

- 9. kl. – datortehnika; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas;

- 25. kl. – apģērbi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi;

- 35. kl. – konsultācijas un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai; izstāžu organizēšana reklāmas vai komercnolūkiem; preču reklamēšana komercnolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komercnolūkiem; konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; reklāma; starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā; tirgus izpēte un mārketinga pētījumi; datubāzu pārvaldīšana; konsultācijas uzņēmējdarbības riska pārvaldības jomā;

- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi;

2. 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 zīmes **SPELL** (reģ. Nr. M 72 195) reģistrācijas atzīšanu par spēkā esošu šādam preču un pakalpojumu sarakstam:

- 25. kl. – apavi;

- 35. kl. – biroja darbi; nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai.

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/ D. Liberte

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

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova