



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 72 284-Ie  
(OP-2018-29)

LĒMUMS

Rīgā

2018. gada 15. 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 27. martā Latvijas uzņēmēj sabiedrības TIRDZNIECĪBAS CENTRS PLESKODĀLE, SIA (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniedzis patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā G. Meržvinskis pret preču zīmes **SPICE**

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA; pieteik. Nr. M-17-814; pieteik. dat. 26.09.2017; reģ. Nr. M 72 284; reģ. (publ.) dat. 20.02.2018; 14., 25. un 26. kl. preces un 38. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) identiskumu Latvijā agrākajai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **SPICE** (reģ. Nr. M 50 034) un līdzību Latvijā agrākajai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **spice** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. M 67 303)



un attiecīgo preču un pakalpojumu līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētajā preču zīmē **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) ir sajaucami atveidotas, imitētas iebilduma iesniedzēja plaši pazīstamas preču zīmes **SPICE** un **spice** (fig.), un apstrīdētās zīmes lietošanu attiecībā uz tās reģistrācijā iekļautajām precēm un pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un pakalpojumiem un plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamo zīmju īpašnieka interesēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa);

- apstrīdētā preču zīme **SPICE** var maldināt patērētājus par attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsmi, jo iebilduma iesniedzējam pieder neregistrēta preču zīme **spice** un domēns “spice.lv”, kas godprātīgi lietoti Latvijā jau pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma attiecībā uz līdzīgām precēm un pakalpojumiem (LPZ 9. panta trešās daļas 4. punkts);

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

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 28.03.2018 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāvja 25.05.2018 izteikto lūgumu, 06.06.2018 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē 15.08.2018.

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

03.08.2018 saņemti TIRDZNICĪBAS CENTRS PLESKODĀLE, SIA Finanšu un grāmatvedības vadītājas B. Siliņas papildinājumi iebilduma iesniegumam, un tie 06.08.2018 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 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 **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) reģistrācijai pieteikta 26.09.2017 un reģistrēta 20.02.2018 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 14. kl. – dārgmetāli; juvelierizstrādājumi; dārgakmeņi; hronometriskie instrumenti;
- 25. kl. – apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi;
- 26. kl. – mežģīnes; izšuvumi; lentes; pītas lentes; pogas; āķi; kniepadatas; adatas; mākslīgie ziedi;
- 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. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

2.1. vārdisku preču zīmi **SPICE** (reģ. Nr. M 50 034), kura reģistrācijai pieteikta 08.08.2001 un reģistrēta 20.09.2002 attiecībā uz 36. klases pakalpojumiem “nekustamo īpašumu lietas, arī tirdzniecības platību iznomāšana”;

2.2. figurālu preču zīmi **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303), kuru veido horizontāli izstiepts taisnstūris melnā krāsā ar noapaļotiem stūriem, kura vidusdaļā novietots balts uzraksts “spice” (virs burta “i” viena balta punkta vietā ir attēloti divi). Šī zīme reģistrācijai pieteikta 05.07.2013, un tā reģistrēta 20.04.2014 attiecībā uz 35. klases pakalpojumiem “pārtikas, dzērienu, mēbeļu un interjera priekšmetu, apavu, somu, apģērbu, bērnu preču, mājsaimniecības preču, kosmētikas un parfimērijas izstrādājumu, ziedu, grāmatu, sadzīves preču, elektronikas un auto piederumu lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumi”.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāvis, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo un otro daļu, 9. panta trešās daļas 4. punktu un 6. panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmes **SPICE**

(reģ. Nr. M 72 284) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to šādi:

3.1. pretstatītās preču zīmes **SPICE** (reģ. Nr. M 50 034) un **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303) reģistrācijai ir pieteiktas agrāk nekā apstrīdētā preču zīme **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284), kura reģistrācijai pieteikta 26.09.2017. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. 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* (*Eiropas Savienības Tiesas (EST) prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc [1998], 17. punkts*);

3.3. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas atšķirīgās preču un pakalpojumu klasēs. Tomēr apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 25. un 26. klases preces var atzīt par līdzīgām pretstatītās zīmes **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303) 35. klases pakalpojumiem, kuri ietver apstrīdētās zīmes preču vai tām līdzīgu preču mazumtirdzniecības pakalpojumus. Attiecībā uz pārējo apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu līdzību pretstatīto zīmju pakalpojumiem ir jāņem vērā, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes **SPICE** un **spice** (fig.) ir plaši pazīstamas preču zīmes Latvijā, tātad pretstatītajām preču zīmēm ir piešķirama plašāka aizsardzība. Iebilduma iesniedzēja preču zīmju lietošanas un reklāmas rezultātā Latvijas patērētāji labi zina tirdzniecības kompleksu **spice**, kura darbība tika uzsākta 2001. gadā. Šajā tirdzniecības centrā tiek piedāvāts plašs preču un pakalpojumu klāsts, tostarp preces un pakalpojumi, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme;

3.4. apstrīdētā zīme un vārdiskā pretstatītā zīme ir identiskas, jo tās abas veido viens un tas pats vārdiskais apzīmējums, proti, "SPICE". Salīdzināmajās zīmēs ietvertais apzīmējums "SPICE" Latvijas patērētājiem saistīsies ar vārdu "virsotne", tādējādi radot asociācijas ar kaut ko tādu, kas ir sasniedzis zenītu, kulmināciju vai augstāko punktu;

3.5. apstrīdētā zīme ir vizuāli līdzīga un fonētiski un semantiski identiska pretstatītajai figurālajai zīmei **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303):

3.5.1. Eiropas Savienības tiesu praksē ir atzīts, ka vārdiskajiem elementiem preču zīmē parasti piemīt lielāka atšķirtspēja nekā grafiskajiem elementiem, jo vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto preci/pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot preču zīmes grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (VT) spriedums lietā T-312/03, Wassen International Ltd. v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB) (tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO)) (SELENIUM-ACE) [2005], 37. punkts*). Pretstatītajā figurālajā zīmē patērētājiem pamanāmāks un atmiņā paliekošāks būs tās vārdiskais elements "spice", kas ir novietots zīmes centrā, turklāt izpildīts baltā krāsā uz melna taisnstūra fona. Kaut arī šī pretstatītā zīme ir izpildīta mazajiem burtiem un virs burta "i" ir novietoti divi punkti, tas nemazina salīdzināmo zīmju vizuālo līdzību. Šādas atšķirības patērētāju uztverē nebūs būtiskas. Turklāt vidusmēra patērētājam reti ir dota iespēja tieši blakus salīdzināt preču zīmes, parasti tam jāpaļaujas uz atmiņā palikušu nepilnīgu priekšstatu par kādu zīmi;

3.5.2. ņemot vērā, ka patērētāji pretstatīto figurālo zīmi izrunās kā "spice", apstrīdētā zīme ir atzīstama par tai fonētiski identisku;

3.5.3. salīdzināmo zīmju vienīgais vārdiskais apzīmējums ir "SPICE", tādējādi tās tiks uztvertas arī semantiski identiski;

3.6. līdz ar to, salīdzināmajām zīmēm pastāvot līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot tās vai uztverot kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka attiecīgās preces un pakalpojumus, kas tiek piedāvāti ar salīdzināmajām preču zīmēm, sniedz viena un tā pati uzņēmēj sabiedrība;

3.7. kā liecina uzņēmuma TIRDZNIECĪBAS CENTRS PLESKODĀLE, SIA Finanšu un grāmatvedības vadītājas B. Siliņas 01.08.2018 parakstīta izziņa (turpmāk arī – Izziņa), tirdzniecības centrs "Spice" ir viena no iecienītākajām iepirkšanās vietām Rīgā. Šis tirdzniecības komplekss tika atvērts

2001. gadā, un sākotnēji tajā bija pieejami 80 veikali. Šobrīd šo tirdzniecības kompleksu veido divi iepirkšanās centri – “Spice” un “Spice Home” (īpašnieks - MKEE, SIA), un to darbību nodrošina nepilni septiņi simti darbinieku. 2005. gadā tika atklāti vairāk nekā 50 jauni veikali, 2006. gadā – tika atvērta “Modes aleja” ar 20 jauniem, pircēju iecienītiem un pasaulē slaveniem modes zīmolu veikaliem, savukārt veikalā “RIMI hipermarkets” tika izveidota maizes ceptuve, konditoreja, kafejnīca un svaigi spiesto sulu bārs. 2007. gadā tika atklāts specializēto mājas preču tirdzniecības centrs “Spice Home”, kurš ar 40 interjera, mēbeļu un sadzīves priekšmetu veikaliem bija lielākais šāda veida tirdzniecības centrs Baltijas valstīs. 2010. gada beigās tika pabeigti teritorijas labiekārtošanas darbi, palielinot transporta plūsmas kapacitāti un autostāviņu skaitu, izveidojot gājēju ceļņus starp tirdzniecības centriem “Spice” un “Spice Home” un iekārtojot atpūtas laukumu bērniem. Kopumā tirdzniecības kompleksa “Spice” celtniecībā un paplašināšanā tika investēti vairāk nekā 55 milj. eiro (*lietā iesniegta iepriekšminētā Izziņa ar pielikumiem*);

3.8. pašlaik tirdzniecības kompleksā “Spice” darbojas 206 veikali, kuri patērētājiem piedāvā plašu preču un pakalpojumu klāstu, piemēram, mēbeles, preces interjeram un virtuvei, elektronikas preces, apgaismošanas ierīces, apģērbus, apavus, pārtiku, juvelierizstrādājumus, kosmētiku, arī telekomunikāciju pakalpojumus un šūšanas darbnīcas pakalpojumus (*Izziņas pielikumā ir pievienots saraksts ar preču un pakalpojumu veidiem un to veikalu nosaukumiem, kuri piedāvā attiecīgās preces un pakalpojumus*). Iebilduma iesniedzējs, noslēdzot līgumus ar telpu nomniekiem, uz laiku, kamēr attiecīgais nomnieks veic komercdarbību tirdzniecības kompleksā “Spice”, nodod viņa lietošanā arī preču zīmi **SPICE** (zīme tiek izmantota, piemēram, pie veikalu kasēm, uz cenu zīmēm, uz atlaižu kuponiem). Bez iebildumā pretstatītajām zīmēm iebilduma iesniedzējs ir pieteicis reģistrācijai gan vārdisku preču zīmi **SPICE** (pieteik. Nr. M-18-208), gan figurālu zīmi **spice** (fig.) (pieteik. Nr. M-18-207; zīme atbilst pretstatītajai zīmei **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303), tikai ir sarkanā krāsā) attiecībā uz ļoti plašu preču un pakalpojumu klāstu, tostarp uz precēm un pakalpojumiem, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme (*Apelācijas padomes piezīme – minētās preču zīmes tika reģistrētas 20.08.2018*);

3.9. lai veicinātu tirdzniecības kompleksa “Spice” atpazīstamību, iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis ievērojamus finanšu līdzekļus mārketinga aktivitātēs. Laika periodā no 2013. gada līdz 2017. gadam izdevumi par reklāmu dažādos plašsaziņas līdzekļos kopumā veido 1,697 milj. eiro (2013. – vairāk nekā 418 tūkst. eiro, 2014. – vairāk nekā 299 tūkst. eiro, 2015. – vairāk nekā 388 tūkst. eiro, 2016. – vairāk nekā 369 tūkst. eiro un 2017. – vairāk nekā 221 tūkst. eiro). Par iebilduma iesniedzēja reklāmas izdevumu nozīmīgo apjomu liecina “TNS Latvia” veiktie apkopojumi, kuros, izmantojot datubāzi “AdFacts”, ir atspoguļoti vairāku tirdzniecības centru (piemēram, “GALLERIA RĪGA”, “ALFA”, “STOCKMANN”, “RĪGA PLAZA”, “MOLS”, tostarp tirdzniecības centra “Spice”) reklāmas izdevumi divu gadu periodā (2013./ 2014. gads un 2015./ 2016. gads). No šiem apkopojumiem izriet, ka 2013. gadā visvairāk līdzekļu reklāmā bija ieguldījis tirdzniecības centrs “Spice”, 2014. gadā tirdzniecības centrs “Spice” ierindojās piektajā vietā, 2015. gadā – otrajā vietā un 2016. gadā – trešajā vietā (*Izziņas pielikumā ir pievienotas izdrukas ar minētajiem “TNS Latvia” apkopojumiem par reklāmas izdevumiem*);

3.10. jau vairākus gadus iebilduma iesniedzējs sponsorē vai organizē dažādus koncertus un pasākumus, kuros piedalās sabiedrībā labi pazīstamas personas. Šo pasākumu reklāmās ir izmantots arī iebilduma iesniedzēja zīmols **spice** (fig.). Iebilduma iesniedzējs citstarp ir atbalstījis šādus pasākumus: 2013. gadā no aprīļa līdz septembrim tirdzniecības centrā “Spice” norisinājās sadarbības projekts ar Laimu Vaikuli, 2014. gada janvārī tirdzniecības centrs “Spice” sadarbojās ar maestro Raimonu Paulu, 2014. gada aprīlī sadarbībā ar “TALLINK” tika organizētas “Tallink brazīļu dejas”, 2015. gada jūlijā un augustā tirdzniecības centrs “Spice” atbalstīja grupas “Prāta Vētra” koncerttūri “7 soļi svaiga gaisa”, 2015. gada augustā tirdzniecības centrs “Spice” atbalstīja festivālu “Inese Galante Summertime”, 2016. gada maijā tirdzniecības centrs “Spice” atbalstīja grupas “Opus Pro” koncerttūri, 2016. gada aprīlī sadarbībā ar “Lego” tika organizēta kampaņa “Spice Lego jampadracis”, 2017. gada februārī tirdzniecības centrs “Spice” atbalstīja mūziķa Dona koncertu, 2017. gada aprīlī un maijā tirdzniecības centrs “Spice” sadarbībā ar “air Baltic” organizēja īpašu pavasara kampaņu (*Izziņas pielikumā ir pievienotas izdrukas ar informāciju par minētajiem un citiem pasākumiem, kuros izmantotas iebilduma iesniedzēja preču zīmes*);

3.11. iebilduma iesniedzējs divreiz gadā izdod žurnālu “spicelife”, kurā citstarp tiek publicēta aktuālā informācija par iebilduma iesniedzēju. Šis izdevums tiek izplatīts gan tirdzniecības centrā “Spice”, gan piegādāts patērētājiem un potenciālajiem komersantiem (klientiem) uz to pastkastēm.

Iebilduma iesniedzējs ir reģistrējies arī preču zīmi **spicelife** (fig.) (reģ. Nr. M 68 102; pieteik. dat. 08.07.2014) (*Izziņas pielikumā ir pievienotas izdrukas no žurnāla "spicelife" izdevumiem: "pavasaris/vasara 2017", "rudens/ziema 2017", "pavasaris/vasara 2016", "rudens/ziema 2016", "rudens/ziema 2015", "pavasaris/vasara 2015", "pavasaris/vasara 2014", "rudens/ziema 2014", "pavasaris/vasara 2013", "rudens/ziema 2013", kā arī izdruka no Patentu valdes tīmekļa vietnē pieejamās preču zīmju datubāzes ar datiem par preču zīmi ar reģ. Nr. M 68 102*);

3.12. iebilduma iesniedzējs izdod žurnālam "spicelife" līdzīgu avīzi un atlaižu bukletus sezonas preču izpārdošanas laikā. Šo izpārdošanu ietvaros tiek organizēti dažādi muzikāli un citi izklaidējoši pasākumi (*Izziņas pielikumā ir pievienots atlaižu buklets ar norādi par tā derīgumu no 21.04.2017 līdz 14.05.2017, kā arī 6 avīzes, uz kurām ir datumi, bet nav norāžu par to izdošanas gadu*);

3.13. kopš 2012. gada iebilduma iesniedzēja uzdevumā tirgus izpētes uzņēmums "GFK" ir veicis pētījumus par zīmola **SPICE** atpazīstamību patērētāju vidū. No 2012. gada maijā veiktā pētījuma "Tirdzniecības centra SPICE potenciāla izpēte" izriet, ka vairākums aptaujāto, atbildot uz jautājumu, kurus tirdzniecības centrus tie zina, spontāni kā pirmo ir nosaukuši tirdzniecības centru "Spice" (skat. 2012. gada maija pētījuma 15. slaidu). Šajā pētījumā arī secināts, ka tirdzniecības centrs "Spice" ir apmeklētākais tirdzniecības centrs Rīgā un zināms lielākam skaitam patērētāju nekā citi lielveikali (skat. 2012. gada maija pētījuma 18., 19., 20. un 21. slaidu). Starp galvenajiem pētījuma secinājumiem arī minēts, ka tirdzniecības centram "Spice" ir lielākais regulāro pircēju īpatsvars un lielākais īpatsvars, kas plāno iepirkties arī turpmāk (skat. 2012. gada maija pētījuma 7. slaidu). Tāpat tirdzniecības centrs "Spice" salīdzinājumā ar citiem konkurentiem visveiksmīgāk ir spējis piesaistīt patērētāju uzmanību ar savām mārketinga aktivitātēm (skat. 2012. gada maija pētījuma 9. slaidu). Arī turpmākie pētījumi, kas veikti periodā no 2014. gada līdz 2017. gadam, apliecina, ka tirdzniecības centrs "Spice" ir saglabājis savas līdera pozīcijas kā atpazīstamākā iepirkšanās vieta, tostarp ir veiksmīgi īstenotas mārketinga aktivitātes, kuras ir pamanījuši relevantie patērētāji (skat. 2014. gada janvāra pētījuma 11., 13., 17., 37., 38., 52. un 53. slaidu; skat. 2015. gada jūlija pētījuma 9., 11., 12., 14., 15., 16., 40., 41., 60. un 61. slaidu; skat. 2016. gada septembra pētījuma 8., 10., 11., 12., 14., 17., 37., 39., 65. un 66. slaidu; skat. 2017. gada jūnija pētījuma 17., 18. un 19. slaidu) (*Izziņas pielikumā ir pievienoti minētie pētījumi, kā arī sēdes laikā parstāvis iesniedz sarakstu ar atsaucēm uz pētījumu relevantajiem slaidiem*);

3.14. sistemātisku reklāmas kampaņu rezultātā pretstatītās preču zīmes ir kļuvušas par plaši pazīstamām preču zīmēm Latvijā attiecībā uz lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumiem saistībā ar plaša spektra precēm un pakalpojumiem. Ņemot vērā, ka ar pretstatītajām zīmēm tiek piedāvātas tirdzniecībai arī 14., 25. un 26. klases preces, kurām ir reģistrēta apstrīdētā zīme, šajā apjomā lietā ir pamats piemērot LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumus. Savukārt attiecībā uz apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem ir attiecināmi LPZ 8. panta otrās daļas noteikumi. Ir jāņem vērā, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes ir apveltītas ar augstu atpazīstamības līmeni, līdz ar to arī tāda rakstura pakalpojumi, kas nodrošina komunikāciju ar dažādu saziņas līdzekļu palīdzību, var saistīties ar iebilduma iesniedzēju;

3.15. kopš 2001. gada iebilduma iesniedzēja preču zīme **spice** ir godprātīgi lietota kā neregistrēta preču zīme, proti, kā tirdzniecības kompleksa nosaukums, un tā darbība ir saistīta ar plaša spektra preču un pakalpojumu piedāvāšanu patērētājiem. Turklāt iebilduma iesniedzējs savā komercdarbībā lieto reģistrētu domēnu "spice.lv", lai nodrošinātu tīmekļa vietnes <https://www.spice.lv> darbību. Līdz ar to iebilduma iesniedzējs arī atsaucas uz LPZ 9. panta trešās daļas 4. punktu, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var apstrīdēt, pamatojoties arī uz tiesībām, kas saistītas ar neregistrētu preču zīmi vai citu apzīmējumu, kas lietots preču vai pakalpojumu atšķiršanai, ja neregistrētā preču zīme vai cits apzīmējums pirms reģistrētās preču zīmes pieteikuma datuma godprātīgi lietots Latvijā komercdarbībā saistībā ar identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem tik ilgi un tādā apjomā, ka reģistrētās preču zīmes lietošana var maldināt patērētājus par attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmi;

3.16. apstrīdētās preču zīmes **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku:

3.16.1. kopš 20.05.2014 apstrīdētās preču zīmes īpašnieks Latvijas uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrācijai Latvijā ir pieteicis 341 preču zīmi, tostarp arī Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes (piemēram, "IPOD", "ITUNES") vai preču zīmes, kas ir identiskas vai ļoti līdzīgas citiem

uzņēmumiem piederošām preču zīmēm (*lietā iesniegta 26.03.2018 veikta izdruka par GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmēm no Patentu valdes tīmekļa vietnē pieejamās preču zīmju datu bāzes*). Bez tam pret daļu no GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrētajām preču zīmēm ir iesniegti iebildumi;

3.16.2. saskaņā ar Uzņēmumu reģistra datubāzes *Lursoft* datiem, GRIGORIUS HOLDINGS, SIA Latvijā nav veicis nekādas komerciālas darbības – nav iesniegti nekādi finanšu rādītāji, uzņēmums nav reģistrēts kā PVN maksātājs, un nodokļu maksājumi valsts kopbudžetā, iedzīvotāju ienākuma nodoklis, kā arī valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas uzrādās kā neiemaksātas (*lietā iesniegta 26.39.2018 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. Šādu rīcību var raksturot kā tiesību piesavināšanos nolūkā radīt citai personai problēmas turpmākas identiskas vai līdzīgas preču zīmes reģistrācijā vai lietošanā;

3.16.3. lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir jānovērtē, vai preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme 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. Nav šaubu, ka uzņēmumam GRIGORIUS HOLDINGS, SIA vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēja agrākajām preču zīmēm, it īpaši tāpēc, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes **SPICE** un **spice** (fig.) ir plaši pazīstamas zīmes Latvijā;

3.16.4. runājot par nostiprinātiem ētiskas rīcības, godīgas uzņēmējdarbības un komerciālas 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*).

### Motīvu daļa

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

2. Iebilduma iesniedzējs lietā atsauca uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta, 8. panta pirmās un otrās daļas, 9. panta trešās daļas 4. punkta un 6. panta otrās daļas noteikumiem:

- 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;

- 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 nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. LPZ 8. panta otrā daļa nosaka, ka papildus šā panta pirmās daļas noteikumiem preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu arī tad, ja preces vai pakalpojumi, kuriem pieteikta šīs zīmes reģistrācija, nav līdzīgi Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes precēm vai pakalpojumiem, bet ar nosacījumu, ka apstrīdētās preču zīmes lietošanu saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieka interesēm;

- reģistrāciju saskaņā ar LPZ 9. panta trešās daļas 4. punkta noteikumiem var apstrīdēt, pamatojoties arī uz tiesībām, kas saistītas ar neregistrētu preču zīmi vai citu apzīmējumu, kas lietots preču vai pakalpojumu atšķiršanai, ja neregistrētā preču zīme vai cits apzīmējums pirms reģistrētās preču zīmes pieteikuma datuma (vai attiecīgi prioritātes datuma) godprātīgi lietots Latvijā komercdarbībā saistībā ar identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem tik ilgi un tādā apjomā, ka reģistrētās preču zīmes lietošana var maldināt patērētājus par attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmi;

- saskaņā ar LPZ 6. panta otro daļu preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

3. Ciktāl runa ir par atsaukšanos uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, iebilduma iesniedzējs pretstata preču zīmes **SPICE** (reģ. Nr. M 50 034) un **spice** (fig.) (reģ. Nr. M 67 303), kuras reģistrācijai pieteiktas attiecīgi 08.08.2001 un 05.07.2013. Apstrīdētā zīme **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) reģistrācijai pieteikta 26.09.2017. Tātad minētās pretstatītās zīmes salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir agrākas preču zīmes.

4.1. Apstrīdēto zīmi veido vārdiskais apzīmējums “SPICE”, kas ir identisks pretstatītajai vārdiskajai preču zīmei **SPICE** (reģ. Nr. M 50 034). Turklāt abās zīmēs ietvertu vārdu “SPICE” Latvijas patērētāji uztvers arī semantiski. Latviešu valodā vārdam “spice” ir vairākas nozīmes. Viena no tām ir *smaile*, ar kuru, visticamāk, primāri asociēsies vārds “spice”, un ar kuru var apzīmēt gan tievu, parasti konusveida, trīsstūrveida, galu kādam priekšmetam vai veidojumam, gan augstāko, piemēram, kalna, klints, punktu, citiem vārdiem sakot, virsotni (skat. <http://www.tezaurs.lv/#/sv/smaile>). Pārējās nozīmes, piemēram, *dziju šķipsna* vai vārda “spices” (daudzskaitlī) nozīme – *mežģīnes*, nav tik ierastas, – maz ticams, ka asociācijas ar tām varētu rasties vairākumam patērētāju, ja vien runa nav tieši par adīšanai paredzēto izejvielu, proti, dziju, vai īpaša veida smalkiem pavedieniem veidoto audumu, proti, mežģīnēm. Līdz ar to Apelācijas padome pievienojas iebilduma iesniedzējam, ka komercdarbības kontekstā vārds (preču zīme) “spice” var asociēties ar virsotni, kas tēlaini var arī vēstīt, ka savā nozarē attiecīgais komersants ir sasniedzis zenītu vai atrodas augstākajā punktā. Tādējādi apstrīdētā zīme un vārdiskā pretstatītā preču zīme ir identiskas visos preču zīmju novērtēšanas aspektos – gan fonētiski, gan vizuāli, gan arī semantiski.

4.2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis arī otru tā preču zīmes reģistrāciju, proti, figurālu zīmi **spice** (fig.). Šīs zīmes grafiskums izpaužas kā melna taisnstūra ar noapaļotiem stūriem centrā novietots balts uzraksts “spice”, kas izpildīts mazajiem burtiem un ierastā viena punkta vietā virs burta “i” ir attēloti divi. Apzīmējums “spice” ir viegli uztverams, jo tas atveidots baltiem burtiem uz melna fona. Turklāt uzrakstam “spice” ir piešķirams lielāks svars jeb nozīme šīs zīmes kopuztverē arī tāpēc, ka tam piemīt jēdzieniska nozīme. Apelācijas padome ņem vērā, ka attiecībā uz pretstatītās figurālās zīmes reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem apzīmējums “spice” ir pietiekami tēlainis apzīmējums, tātad tam piemīt relatīvi augsta atšķirtspēja. Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka atšķirības starp apstrīdētās zīmes apzīmējumu “SPICE” un pretstatītās figurālās zīmes apzīmējumu “spice” ir niecīgas, – tas vien, ka viens apzīmējums ir izpildīts mazajiem burtiem uz tumša taisnstūra fona un satur nebūtiskus grafiskus elementus punktu veidā, bet otrs – ar lielajiem burtiem, bez šāda fona un attiecīgajiem grafiskajiem elementiem, tomēr nenodrošina krasu šo zīmju atšķirību. Izšķirošāk, kā tas daudzkārt konstatēts Apelācijas padomes un Latvijas tiesu praksē, ka bieži tieši vārdiskajā elementā koncentrējas preču zīmes atšķirtspēja. Tādējādi Apelācijas padome secina, ka šajā gadījumā var atzīt augstu līdzību arī starp preču zīmēm **SPICE** un **spice** (fig.), jo tās fonētiski un semantiski ir identiskas, bet vizuāli - ļoti līdzīgas.

5. Novērtējot līdzību starp precēm un pakalpojumiem, kuriem ir reģistrētas salīdzināmās zīmes, Apelācijas padome secina, ka kopumā starp tiem pastāv visai zema līdzība:

5.1. apstrīdētās zīmes 14., 25. un 26. klases preces un 38. klases pakalpojumi pēc to rakstura krasi atšķiras no pretstatītās vārdiskās zīmes 36. klases pakalpojumiem “nekustamo īpašumu lietas, arī tirdzniecības platību iznomāšana”;

5.2. pretstatītā figurālā zīme ir reģistrēta lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumiem saistībā ar dažādu preču klāstu, proti, ar pārtikas precēm, ar mēbelēm un interjera priekšmetiem, ar apģērbiem, apaviem un somām, ar mājsaimniecības precēm, sadzīves precēm, ar elektroniku un auto piederumiem. Mazumtirdzniecības pakalpojumu mērķis pēc būtības ir attiecīgo preču piedāvāšana un laišana tirgū, lai patērētājs šīs preces varētu ērti aplūkot un iegādāties. Līdz ar to pārsvarā gadījumu mazumtirgotāji nenodrošina attiecīgo preču ražošanu. Tomēr pastāv arī ierasta prakse, ka preču ražotāji atver savus specializētos veikalus, tādējādi sniedzot iepirkšanās centram konkurējošus pakalpojumus. Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka vismaz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 25. klases preces (*apģērbi, apavi, galvassegas, peldkostīmi, sporta apģērbi, brīvā laika apģērbi*) un 26. klases preces (*mežģīnes,*

*izšuvumi, lentes, pītas lentes, pogas, āķi, kniepadatas, adatas, mākslīgie ziedi*) zināmā mērā ir līdzīgas, cieši saistītas ar lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumiem saistībā ar konkrētajām vai tām līdzīgām 25. un 26. klases precēm, tātad – ar pretstatītās figurālās zīmes 35. klases pakalpojumiem;

5.3. pārējā apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu apjomā, proti, attiecībā uz 14. klases precēm un 38. klases pakalpojumiem, Apelācijas padome nekonstatē to līdzību ar pretstatītās figurālās zīmes konkrēto preču lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumiem. Šajā gadījumā starp attiecīgajām apstrīdētās zīmes precēm un pakalpojumiem, no vienas puses, un pretstatītās figurālās zīmes pakalpojumiem, no otras puses, nav arī konstatējama to savstarpēja konkurence, jo agrākās zīmes pakalpojumu saraksts neietver apstrīdētās zīmes 14. klases preču mazumtirdzniecību un 38. klases pakalpojumu piedāvāšanu. Apelācijas padome kritiski vērtē iebilduma iesniedzēja pārstāvja argumentu, ka attiecīgo preču un pakalpojumu līdzību var pamatot ar apstākļiem, kas attiecināmi uz pretstatītās zīmes faktisko lietojumu, proti, ka attiecīgajā lielveikalā patērētājiem ir pieejami gan juvelierizstrādājumu veikali, gan tur savus pakalpojumus piedāvā telesakaru uzņēmumi. Kaut arī, novērtējot zīmju sajaukšanas iespēju, šāds fakts un arī cita informācija, kas attiecas uz lietas apstākļiem, var tikt ņemti vērā kopumā ar citiem lietas apstākļiem, taču zīmes faktiskais lietojums nekādā ziņā nevar aizstāt LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktā noteikto preču zīmju reģistrācijās ietverto preču vai pakalpojumu salīdzinājumu vai arī prevalēt pār to.

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. Atsevišķi 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. Ievērojot to, ka apstrīdētā zīme fonētiski un semantiski atkārtoti pretstatītās figurālās zīmes elementu “spice”, kuram ir būtiska loma pretstatītās zīmes kopiespaidā, Apelācijas padome atzīst, ka LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumi šajā lietā ir piemērojami attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm tiktāl, ciktāl tās ir līdzīgas interjera priekšmetu, apavu, apģērbu, mājsaimniecības un sadzīves preču lielveikalu mazumtirdzniecības pakalpojumiem, proti, attiecībā uz 25. un 26. klases precēm. Apelācijas padome uzskata, ka minētajā preču apjomā pastāv iespēja, ka attiecīgie šo preču patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas. Savukārt pārējā apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu apjomā, proti, attiecībā uz 14. klases precēm un 38. klases pakalpojumiem, Apelācijas padome nekonstatē to līdzību ne pakalpojumiem, kuriem ir reģistrēta pretstatītā figurālā zīme **spice** (fig.), ne arī pakalpojumiem, kuriem reģistrēta pretstatītā zīme **SPICE**. Tātad iebilduma iesniedzēja atsauksšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu ir uzskatāma par pamatotu tikai daļēji.

8. Līdz ar to ir svarīgi novērtēt, vai šajā lietā var atzīt, ka iebilduma iesniedzēja pretstatītās preču zīmes ir plaši pazīstamas Latvijā, jo, pierādot apstākļus, kas ir relevanti LPZ 8. panta otrās daļas sakarā, iebilduma iesniedzējs var realizēt savu preču zīmju izņēmuma tiesības arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes precēm vai pakalpojumiem.

9. Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiāli ļauj atzīt, ka iebilduma iesniedzēja preču zīme **SPICE** bija Latvijā plaši pazīstama zīme pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma (26.09.2017). Minētais apzīmējums Latvijas patērētājiem ir plaši pazīstams kā mazumtirdzniecības centra nosaukums, kurš ar 80 veikaliem savu darbību Rīgā uzsāka 2001. gadā. Pašlaik tajā ir 206 veikali, kas piedāvā plašu preču un pakalpojumu sortimentu. Lietā ir dati, kas apliecina, ka iebilduma iesniedzējs tirdzniecības centra popularizēšanas pasākumos ir ieguldījis apjomīgas finanses - laika periodā no 2013. gada līdz 2017. gadam ir ieguldīti kopumā vairāk nekā 1,6 milj. eiro. Šāda ieguldījuma nozīmīgumu apliecina lietā iesniegtie apkopojumi, kuri atspoguļo, ka tirdzniecības centrs “Spice” salīdzinājumā ar citiem tirdzniecības centriem ir viens no tiem komersantiem, kurš reklamā iegulda visvairāk līdzekļu. Lietā ir iesniegtas vairāku gadu aptaujas, kuras apliecina, ka iebilduma iesniedzēja ieguldītie finanšu līdzekļi ir rezultējušies tajā, ka kopš 2012. gada tirdzniecības centrs “Spice” Latvijā ir ieņēmis līdera pozīciju kā atpazīstamākā iepirkšanās vieta. Veiksmīgi ir īstenotas mārketinga aktivitātes, kuras ir pamanījuši relevantie patērētāji. Minētos aptaujas secinājumus vizuāli ilustrē arī reāli pasākumu piemēri – dažādi koncerti un aktivitātes, kuru ietvaros ir izmantotas iebilduma iesniedzēja preču zīmes **SPICE** un **spice**



(fig.). Līdz ar to nav šaubu, ka reklāmas pasākumu un citu popularitāti veicinošu apstākļu dēļ ir atzīstams, ka tirdzniecības centra “Spice” preču zīmei **SPICE** Latvijā var piešķirt to aizsardzību, kāda pienākas plaši pazīstamām zīmēm.

10. Ņemot vērā, ka apstrīdētā zīme **SPICE** ar nebūtiskām izmaiņām (lielo vai mazo burtu lietojumu, ja ir runa par zīmes figurālo izpildījumu) pilnībā atkārtoti iebilduma iesniedzēja tirdzniecības centra nosaukumu, var nešaubīgi apgalvot, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta iebilduma iesniedzēja plaši pazīstamā preču zīme. Tādējādi Apelācijas padome atzīst, ka LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumi šajā lietā ir piemērojami attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm tiktāl, ciktāl tās iepriekš jau tika atzītas par līdzīgām pretstatītās figurālās zīmes 35. klases pakalpojumiem, proti, attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 25. un 26. klases precēm.

11. Lai piemērotu LPZ 8. panta otro daļu, ir jākonstatē, ka apstrīdētās preču zīmes lietošanu saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamas zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamas zīmes īpašnieka interesēm. Izvērtējot lietā esošo informāciju un apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu raksturu, Apelācijas padome secina, ka lietas apstākļi atbilst LPZ 8. panta otrās daļas noteikumiem:

11.1. ir būtiski, ka preču zīmei **SPICE** piemīt augsta atšķirtspēja gan pašai par sevi, gan sakarā ar tās pazīstamību tirgū, tādējādi tai piešķirama visplašākā aizsardzība. Tik pat nozīmīgi, ka apstrīdētā zīme pēc būtības ir identiska plaši pazīstamajam tirdzniecības centra nosaukumam **SPICE**;

11.2. apstrīdētās preču zīmes 14. klases preces (dārgmetāli, juvelierizstrādājumi, dārgakmeņi, hronometriskie instrumenti) ir preču kategorija, ko citu preču vidū ierasti piedāvā arī lielveikali. Tas attiecas arī uz iebilduma iesniedzēju, kas piedāvā juvelierizstrādājumus un pulksteņus, piemēram, veikalos “Grenardi”, “CUCU”, “Pandora”. Līdz ar to apstrīdētās zīmes **SPICE** lietošanu saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 14. klases precēm patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un plaši pazīstamās preču zīmes **SPICE** īpašnieku. Attiecībā uz apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem, kas nodrošina komunikāciju ar dažādu saziņas līdzekļu palīdzību, Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka arī šo pakalpojumu raksturs nav tāds, lai izslēgtu savstarpējo saistību starp tiem un plaši pazīstamās preču zīmes **SPICE** īpašnieku. Apelācijas padome ņem vērā, ka augsti attīstītu tehnoloģiju laikmetā apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu raksturs nav viennozīmīgs, jo mūsdienās komersanti paši pārzina un pielieto komunikācijas iespējas, kuras var nodrošināt ar dažādu saziņas līdzekļu palīdzību. No lietas materiāliem izriet, ka iebilduma iesniedzējs veiksmīgi īsteno mārketinga aktivitātes, izmantojot tādas komunikācijas kanālus kā televīziju, internetu (tostarp iebilduma iesniedzēja Interneta mājaslapu), radio, vides reklāmu, interaktīvu informācijas nodrošināšanu tirdzniecības centra telpās, kuru ietvaros iepirkšanās centrs **SPICE** popularizē ne tikai savu, bet arī citu komersantu zīmolus. Lietā iesniegtās aptaujas liecina, ka tirdzniecības centra **SPICE** atpazīstamība patērētāju vidū ir ļoti augsta, tas Latvijā ir ieņēmis līdera pozīciju kā atpazīstamākā iepirkšanās vieta, tādējādi ticamāka ir iespēja, ka identiska apzīmējuma lietošana saistībā ar atšķirīgāka rakstura precēm un pakalpojumiem patērētājiem var izsaukt asociācijas ar iebilduma iesniedzēja plaši pazīstamo preču zīmi **SPICE**;

11.3. apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 14. klases precēm un 38. klases pakalpojumiem var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm. Kaitējums var izpausties, piemēram, kā plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē, apstrīdētās zīmes esamība tirgū apdraud plaši pazīstamās zīmes ekskluzivitāti. Eiropas Savienības Tiesa ir skaidrojusi, ka kaitējums agrākas preču zīmes atšķirtspējai rodas it īpaši tādā gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-252/07, Intel Corporation Inc. v CPM United Kingdom Ltd. [2008], 29. punkts*).

12. Iebilduma iesniedzējs iebildumu ir pamatojis arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu. Šā pamatojuma sakarā Apelācijas padome secina:

12.1. Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008.), lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir norādīts vairāku apstākļu

kopums, kas aptverošā vērtējumā liecina par preču zīmes pieteicēja negodprātību. Starp šiem apstākļiem ir minēti šādi kritēriji:

- preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai;
- attiecīgā preču zīme ir Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes nepārprotams atveidojums, imitācija, tulkojums vai transliterācija, pat tad, ja apstrīdētā zīme ir pieteikta reģistrācijai citām precēm vai pakalpojumiem, nevis tām precēm vai pakalpojumiem, saistībā ar kuriem lieto plaši pazīstamo preču zīmi (skat. <http://at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi/civiltiesibas>; 104. un 105. lpp.);

12.2. ņemot vērā iepriekš lēmumā atzīto par iebilduma iesniedzēja tirdzniecības centra **SPICE** plašo pazīstamību Latvijā, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēju, kuram pieder identiska preču zīme **SPICE**. Apstrīdētā zīme pēc būtības ir vērtējama kā identiska preču zīme iebilduma iesniedzēja preču zīmēm, līdz ar to apstrīdētā zīme ir Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes nepārprotams atveidojums vai imitācija. Turklāt, kaut arī apstrīdētā zīme ir reģistrēta citām precēm vai pakalpojumiem, nevis tiem pakalpojumiem, saistībā ar kuriem tiek lietota plaši pazīstamā preču zīme **SPICE**, Apelācijas padome jau iepriekš lēmumā secināja, ka arī apstrīdētās preču zīmes nelīdzīgo preču un pakalpojumu raksturs nav tik tāls, lai izslēgtu savstarpējo saistību starp tiem un plaši pazīstamas preču zīmes **SPICE** īpašnieku. Plaši pazīstamu preču zīmju aizsardzības pamatprincips ir, ka komersants nedrīkst iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no cita komersanta preču zīmes. Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks var iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū (piem., iespēju šo zīmi vieglāk atcerēties) no pretstatītās preču zīmes **SPICE** slavas. Līdz ar to Apelācijas padome atzīst, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieka rīcībā, piesakot un reģistrējot uz sava vārda preču zīmi **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284), ir saskatāms negodprātīgs nolūks.

13. Novērtējot iebilduma iesniedzēja atsaukšanās pamatotību uz LPZ 9. panta trešās daļas 4. punkta noteikumiem, Apelācijas padome uzskata, ka, pat ja lietā varētu atzīt faktu, ka iebilduma iesniedzējs ir godprātīgi lietojis Latvijā neregistrētu preču zīmi pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma saistībā ar identiskiem vai līdzīgiem pakalpojumiem tik ilgi un tādā apjomā, ka apstrīdētās preču zīmes lietošana var maldināt patērētājus par attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmi, tam šajā lietā nav izšķirošas nozīmes. Šāda fakta konstatējuma gadījumā tāpat būtu jāņem vērā, ka LPZ 9. panta trešās daļas 4. punkts ir attiecināms vienīgi uz tām apstrīdētās zīmes precēm vai pakalpojumiem, kuri ir atzīstami par identiskiem un līdzīgiem attiecīgo preču mazumtirdzniecības pakalpojumiem, kuriem ir tikusi izmantota iebilduma iesniedzēja neregistrēta preču zīme. Šajā kontekstā iepriekš lēmumā jau tika atzīts, ka tās ir apstrīdētās zīmes 25. un 26. klases preces. Pārējā apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu apjomā ir piemērojamas LPZ 8. panta otrās daļas un 6. panta otrās daļas normas, kuru sakarā iebilduma iesniedzēja argumentācija un pierādījumi ir izvērstāki un kuru pamatotība jau iepriekš lēmumā ir attiecīgi izvērtēta un atzīta.

### 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, 8. panta pirmās un otrās daļas un 6. panta otrās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt Latvijas uzņēmēj sabiedrības TIRDZNIECĪBAS CENTRS PLESKODĀLE, SIA iebildumu pret preču zīmes **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

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 **SPICE** (reģ. Nr. M 72 284) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu.

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