



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 lietu šifrs:
RIAP/2019/M 72 577-Ie
(OP-2018-79)
RIAP/2019/M 72 577-Ie
(OP-2018-85)
RIAP/2019/M 72 577-Ie
(OP-2018-95)

LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 17. jūnijā

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk – Apelācijas padome) šādā lietu izskatīšanas sastāvā: priekšsēdētājs – J. Bērzs, locekļi – D. Liberte, I. Plūme-Popova, sekretāra pienākumus pilda – Z. Gavare, J. Guobis, I. Plūme-Popova,

2019. gada 8. maijā Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumus, kurus, pamatojoties uz likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta pirmo daļu un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, iesnieguši:

- 2018. gada 25. jūnijā Lietuvas uzņēmēj sabiedrības Pieno Žvaigždes, AB vārdā patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā R. Olmane – turpmāk arī iebildums OP-2018-79;

- 2018. gada 20. jūlijā Latvijas uzņēmēj sabiedrības Tukuma Piens, AS vārdā patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā I. Šatovs – turpmāk arī iebildums OP-2018-85;

- 2018. gada 20. jūlijā (ar precizējumiem 2018. gada 16. augustā) Latvijas uzņēmēj sabiedrības Preiļu siers, AS vārdā akciju sabiedrības valdes priekšsēdētājs J. Šņepsts – turpmāk arī iebildums OP-2018-95,

pret preču zīmes **oranža krāsa** (krāsu zīme)



(preču zīmes īpašnieks – RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-17-398; pieteik. dat. 06.04.2017; reģ. Nr. M 72 577; reģ. (publ.) dat. 20.04.2018; 29. klases preces)

reģistrāciju Latvijā.

Iebildumu motivējumi:

- apstrīdētā preču zīme **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) nevar veidot preču zīmi, jo ir apzīmējums, kas neatbilst LPZ 3. panta noteikumiem, kas nosaka, ka preču zīmi var veidot jebkurš apzīmējums, ko var grafiski attēlot un kas ļauj atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem (LPZ 6. panta pirmās daļas 1. punkts) – iebildums OP-2018-79;
- apstrīdētajai preču zīmei **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm (LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkts) – iebildumi OP-2018-79; OP-2018-85; OP-2018-95;
- apstrīdētā preču zīme **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) var maldināt patērētājus (LPZ 6. panta pirmās daļas 7. punkts) – iebildums OP-2018-95.

Iebilduma iesniegumu kopijas saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 02.07.2018 (iebildums OP-2018-79), 24.07.2018 (iebildums OP-2018-85) un 21.08.2018 (iebildums OP-2018-95) tika nosūtītas apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei patentpilnvarniecei ar specializāciju preču zīmju jomā I. Štālai, norādot atbilžu iesniegšanas termiņu un kārtību.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve 30.08.2018 iesniedza atbildi uz iebildumu OP-2018-79, kas 31.08.2018 nosūtīta iebilduma iesniedzēja pārstāvei, 21.09.2018 – atbildi uz iebildumu OP-2018-85, kas 25.09.2018 nosūtīta iebilduma iesniedzēja pārstāvim un 11.10.2018 – atbildi uz iebildumu OP-2018-95, kas 12.10.2018 nosūtīta iebilduma iesniedzējam.

Apelācijas padome 04.09.2018 saskaņā ar RIPL 69. panta otrās daļas noteikumiem apvienoja iebildumus OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95 vienā lietvedībā, kā arī, ņemot vērā iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja pārstāves lūgumu, noteica apvienoto iebilduma lietu izskatīšanu mutvārdu procesā Apelācija padomes sēdē 08.02.2019, par ko tajā pašā dienā informēja visus lietu dalībniekus.

Iebilduma lietu dalībnieki pirms iebildumu izskatīšanas Apelācija padomes sēdē 08.02.2019, kā arī vēlāk iesniedza šādus papildinājumus, papildu paskaidrojumus un pierādījumus iebilduma iesniegumiem, kā arī atbildēm uz iebildumiem:

- 08.10.2018 iebilduma iesniedzēja paskaidrojumi par apstrīdētās zīmes īpašnieka atbildi uz iebildumu (iebildums OP-2018-79) – tie 09.10.2018 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei;
- 24.01.2019 iebilduma iesnieguma papildinājumi (iebildums OP-2018-85) – tie 25.01.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei;
- 24.01.2019 apstrīdētās zīmes īpašnieka papildu paskaidrojumi un pierādījumi (iebildumi OP-2018-79; OP-2018-85; OP-2018-95) – tie 25.01.2019 nosūtīti visiem iebildumu iesniedzējiem (to pārstāvjiem);
- 08.03.2019 iebilduma iesniedzēja rakstveida pierādījumi (iebildums OP-2018-95) – tie 13.03.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei;
- 08.03.2019 apstrīdētās zīmes īpašnieka papildu paskaidrojumi un pierādījumi (iebildumi OP-2018-79; OP-2018-85; OP-2018-95) – tie 11.03.2019 nosūtīti visiem iebildumu iesniedzējiem (to pārstāvjiem);
- 22.03.2019 iebilduma iesnieguma papildinājumi un papildu pierādījumi (iebildums OP-2018-85) – tie 24.03.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei;
- 18.04.2019 apstrīdētās zīmes īpašnieka papildu paskaidrojumi un pierādījumi (iebildumi OP-2018-79; OP-2018-85; OP-2018-95) – tie 23.04.2019 nosūtīti visiem iebildumu iesniedzējiem (to pārstāvjiem);
- 24.04.2019 iebilduma iesnieguma papildinājumi un papildu pierādījumi (iebildums OP-2018-85) – tie 25.04.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei;
- 30.04.2019 iebilduma iesnieguma papildinājumi un papildu pierādījumi (iebildumi OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95) – tie 07.05.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei.

Iebilduma lietu izskatīšana tika uzsākta Apelācijas padomes sēdē 08.02.2018. Sēdē piedalījās iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja pārstāve R. Olmane, iebilduma OP-2018-85 iesniedzēja pārstāvis I. Šatovs un iebilduma OP-2018-95 iesniedzēja pilnvarota pārstāve L. Vīksne, kā arī apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves I. Štāla un patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā B. Tērauda.

Pēc lietu dalībnieku uzklaustīšanas Apelācijas padome secināja, ka lietu izskatīšanā nozīmīga varētu būt apstrīdētās zīmes īpašnieka sniegtā informācija par atsevišķu preču veidu, proti, biezipiena sieriņu oranžā iepakojumā, procentuālo daudzumu attiecībā pret pārējo uzņēmuma ražoto pienu un pienu

produkcijas un tirdzniecības apjomiem, tirdzniecības apgrozījuma summām, kā arī šādas tirdzniecības ilgumu. Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve apliecināja, ka tādi dati zīmes īpašnieka rīcībā ir. Ņemot vērā minēto, Apelācijas padome nolēma atlikt iebildumu izskatīšanu un saskaņā ar RIIPL 50. panta trešo daļu uzaicināt apstrīdētās zīmes īpašnieku iesniegt nepieciešamos pierādījumus līdz 08.03.2019, par nākošo iebildumu izskatīšanas sēdes datumu nosakot 05.04.2019.

Iebilduma lietu izskatīšana tika turpināta Apelācijas padomes sēdē 05.04.2019. Sēdē piedalījās iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja pārstāve R. Olmane, iebilduma OP-2018-85 iesniedzēja pārstāvis I. Šatovs un apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves I. Štāla un B. Tērauda. Iebilduma OP-2018-95 iesniedzējs informēja Apelācijas padomi, ka tā pārstāve L. Vīksne Apelācijas padomes sēdē 05.04.2019 nepiedalīsies.

Kaut arī apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve 08.03.2019 bija iesniegusi datus par biezpiena sieriņu oranžā iepakojumā procentuālo daudzumu attiecībā pret pārējo produkciju, tirdzniecības apjomiem, apgrozījuma summām un tirdzniecības periodu, kas attiecīgi tika nosūtīti iebildumu iesniedzējiem (to pārstāvjiem), iebilduma OP-2018-85 iesniedzēja pārstāvis sēdes gaitā izteica pretenzijas pret šo datu noformējumu un materiālu apliecinājuma iztrūkumu. Ņemot vērā to, ka iesniegtie dati nebija pretrunā ar pārējiem lietā iepriekš iesniegtajiem materiāliem un saskanēja ar tajos ietverto informāciju, tādejādi nedodot pamatu apšaubīt to patiesumu, bet to noformējums tomēr nebija atbilstošs šādu dokumentu noformēšanas prasībām, Apelācijas padome nolēma atkārtoti atlikt iebildumu izskatīšanu un uzaicināt apstrīdētās zīmes īpašnieku iesniegt atbilstoši noformētus pierādījumus līdz 23.04.2019, par nākošo iebildumu izskatīšanas sēdes datumu nosakot 08.05.2019.

Apelācijas padomes sēdē 08.05.2019 piedalījās:

- iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja pārstāve – R. Olmane,
- iebilduma OP-2018-85 iesniedzēja pārstāvis – I. Šatovs,
- iebilduma OP-2018-95 iesniedzēja pārstāve – L. Vīksne,
- apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves – I. Štāla un B. Tērauda.

Aprakstošā daļa

1. Iebilduma lietā apstrīdētā preču zīme **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrēta kā krāsu zīme (oranžas krāsas tonis atbilstoši PANTONE 165C) attiecībā uz 29. klases precēm “*piens un piena produkti; kefīrs; biezpiens; izstrādājumi no biezpiena; deserti, kas pagatavoti no piena produktiem; biezpiena sieriņi; biezpiena sieriņi ar piedevām; krējums; saldaiss krējums; sviests; jogurti; dzeramie jogurti; jogurti ar piedevām; svaigs vai nenogatavināts siers; svaigs siers ar piedevām; svaigs siers ar garšvielām*”.

2. Iebilduma iesniedzēji, atsaucoties uz LPZ 6. panta pirmās daļas 1., 2. un 7. punkta noteikumiem, lūdz atzīt preču zīmes **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrāciju Latvijā par spēkā neesošu attiecībā uz visām tās reģistrācijā ietvertajām precēm un iebilduma iesniegumos savus iebildumus motivē šādi:

2.1. apstrīdētā preču zīme nevar veidot preču zīmi, jo neatbilst LPZ 3. panta noteikumiem un neļauj atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem (LPZ 6. panta pirmās daļas 1. punkts) – iebildums OP-2018-79;

2.2. apstrīdētā preču zīme var maldināt patērētājus (LPZ 6. panta pirmās daļas 7. punkts) – iebildums OP-2018-95;

2.3. apstrīdētajai preču zīmei trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm (LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkts) – iebildumi OP-2018-79; OP-2018-85; OP-2018-95:

2.3.1. iebildumā OP-2018-79 tas pamatots ar tālāk uzskaitītajiem argumentiem.

Kā norādīts Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008), “visvienkāršāk skaidrojams 6. panta pirmās daļas 2. punkts, kas attiecas uz gadījumu, kad apzīmējumam “trūkst jebkādas atšķirtspējas”. Te kā piemērus varētu minēt ļoti vienkāršus (elementārus) grafiskus apzīmējumus (aplis, svītra, taisnstūra etiķetes

rāmītis), atsevišķus burtus vai ciparus, primitīvas, plaši izplatītas iepakojuma formas (taisnstūra formas kārbā; parastas formas pudele) un citus indiferentus apzīmējumus, kas patērētājiem nevar izraisīt priekšstatu, ka tie identificē preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi”.

Saskaņā ar Eiropas Savienības Tiesas (EST, iepriekš – Eiropas Kopienu tiesa, EKT) judikatūru, lai būtu atzīstams, ka preču zīmei piemīt atšķirtspēja, tai ir jāidentificē pieteikto preču izcelsme no viena uzņēmuma un tādējādi jādod iespēja atšķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm (EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01 *Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003] 40. punkts). Bez tam zīmes atšķirtspēja jāvērtē, pirmkārt, attiecībā uz pieteiktajām precēm un, otrkārt, no attiecīgo preču patērētāju uztveres pozīcijas, pieņemot, ka vidusmēra patērētājs ir pietiekami zinošs, vērīgs un piesardzīgs.

EST ir atzinusi, ka patērētājiem nav ierasts paradums atšķirt preču izcelsmi, tikai balstoties uz krāsu vienu pašu vai tikai uz iepakojuma krāsu, ja šīm krāsām nav pievienoti nekādi grafiskie vai vārdiskie elementi, jo parasti krāsas vienas pašas netiek izmantotas komercdarbībā kā identifikācijas līdzekļi. Krāsai kā tādai parasti nepiemīt spēja parādīt noteikta uzņēmuma preču atšķirību (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-104/01 *Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau* [2003] 65. punkts). Tādēļ krāsa viena pati nav uzskatāma par atšķirtspējīgu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, ja nav konstatēti kādi izņēmuma apstākļi. Šādi izņēmuma apstākļi preču zīmes īpašniekam ir jāpierāda attiecībā uz visām pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. “Krāsas kā tādas gadījumā tikai izņēmuma apstākļos ir iedomājama atšķirtspējas pastāvēšana pirms jebkādas lietošanas, īpaši tad, kad preču vai pakalpojumu skaits, attiecībā uz kuriem preču zīme tiek lūgta, ir ļoti ierobežots un ja konkrētais tirgus ir ļoti specifisks” (minētā nolēmuma 66. punkts). Papildus minētajam EST ir atzinusi, ka “jo lielāks būtu to preču un pakalpojumu skaits, attiecībā uz ko tiek lūgta preču zīmes reģistrācija, jo ekskluzīvās tiesības, ko, iespējams, piešķirtu preču zīme, būtu pārmērīgākas un tādējādi nonāktu konfliktā ar netraucētas konkurences sistēmu un vispārējām interesēm nepamatoti neierobežot krāsu pieejamību citiem uzņēmējiem, kuru piedāvāto preču un pakalpojumu veids atbilst precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz ko tiek lūgta reģistrācija” (turpat, 56. punkts).

Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk – Patentu valde) preču zīmju reģistrā ir redzams, ka oranžā krāsa ir plaši lietota preču zīmēs, kuras reģistrētas attiecībā uz piena produktiem.

Nemot vērā minēto, uzskatāms, ka reģistrētais apzīmējums – **oranža krāsa** – nevar veidot preču zīmi un viens pats nevar pildīt preču zīmes galveno uzdevumu – nodrošināt viena uzņēmuma preču atšķirību no citu uzņēmumu precēm.

Turklāt, piešķirot vienam uzņēmumam ekskluzīvas tiesības uz oranžo krāsu attiecībā uz tik plašu preču klāstu – *piens un piena produkti; kefīrs; biezpiens; izstrādājumi no biezpiena; deserti, kas pagatavoti no piena produktiem; biezpiena sieriņi; biezpiena sieriņi ar piedevām; krējums; saldaiss krējums; sviests; jogurti; dzeramie jogurti; jogurti ar piedevām; svaigs vai nenogatavināts siers; svaigss siers ar piedevām; svaigss siers ar garšvielām* – tiek radīta situācija, ka ikvienam piena nozarē strādājošam uzņēmumam tiktu liegta iespēja izmantot tik populāro oranžo krāsu savā komercdarbībā;

2.3.2. iebildumā OP-2018-85 tas pamatots ar tālāk uzskaitītajiem argumentiem.

LPZ 4. panta sestā daļa nosaka reģistrētas preču zīmes īpašnieka izņēmuma tiesības, proti, tiesības aizliegt izmantot citām personām komercdarbībā jebkuru preču zīmei identisku apzīmējumu saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, kuriem reģistrēta preču zīme, kā arī jebkuru apzīmējumu, ja sakarā ar tā identiskumu vai līdzību preču zīmei un to preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību, kuriem reģistrēta preču zīme un saistībā ar kuriem minēto apzīmējumu lieto, pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji šo apzīmējumu sajauc ar preču zīmi vai uztver šo apzīmējumu kā tādu, kas saistīts ar preču zīmi.

No minētās normas izriet, ka apstrīdētās zīmes aizsardzības apjoms ir plašāks nekā tās reģistrācijā norādītais oranžās krāsas tonis – PANTONE 165C. Iegūtās izņēmuma tiesības neļaus konkurentiem izvēlēties, reģistrēt un izmantot ne tikai šo toni, bet arī citus līdzīgus oranžas krāsas toņus, tādējādi ierobežojot konkurentiem pieejamo oranžās krāsas toņu skaitu.

LPZ 6. panta trešā daļa nosaka, ka zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm. Patentu valde nepamatoti reģistrēja apstrīdēto krāsu preču zīmi, uzskatot, ka tā ir ieguvusi atšķirtspēju saistībā ar piena produktiem izmantošanas dēļ. Iepazīstoties ar apstrīdētās zīmes reģistrācijas lietu, ir secināms, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks nav iesniedzis pietiekamus pierādījumus tam, ka noteikts oranžās krāsas tonis būtu ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz zīmes

reģistrācijā pieteiktajiem piena produktiem. Turklāt krāsas izmantošana vēl nenozīmē, ka attiecīgais patērētājs uztver krāsu kā preču zīmi, kas atšķir viena uzņēmuma preces no cita uzņēmuma precēm.

Jākonstatē, ka Patentu valde, veicot šīs krāsu zīmes ekspertīzi, ir nonākusi pie pretrunīgiem secinājumiem. Patentu valde ir konstatējusi, ka piena produktu tirgū oranža krāsa tiek intensīvi izmantota un arī citi piena produktu ražotāji Latvijā izmanto oranžo krāsu savu produktu noformēšanā. Savukārt pēc apstrīdētās zīmes īpašnieka materiālu par pieteiktās preču zīmes izmantošanu saņemšanas, Patentu valde secināja, ka krāsu zīmi – **oranžo krāsu** – tomēr var reģistrēt attiecībā uz 29. klases precēm (piena produkti), ignorējot iepriekš konstatēto, ka piena produktu tirgū daudzi uzņēmumi izmanto oranžo krāsu savu produktu iepakojuma noformēšanā.

Nosakot konkrētas krāsas potenciālo atšķirtspēju, ir nepieciešams izvērtēt sabiedrības intereses krāsu pieejamībā. Krāsu skaits, ko šī sabiedrība var izšķirt, ir neliels, jo tai reti ir iespēja tieši salīdzināt preces, kas ir dažādos krāsu toņos. No tā izriet, ka faktiski pieejamo dažādo krāsu skaits potenciālai izmantošanai par preču zīmi, lai parādītu preču vai pakalpojumu atšķirības, ir jāuzskata par ierobežotu (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-104/01 *Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau* [2003] 45. - 47. punkts). Jāņem vērā krāsu pieejamību citiem uzņēmējiem, kuru piedāvāto preču un pakalpojumu veids atbilst precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz ko tiek lūgta reģistrācija (turpat, 55. punkts). Tik plašs monopols nav savienojams ar netraucētas konkurences sistēmu, it īpaši tāpēc, ka pastāv risks, ka tādējādi tiktu radītas nelegitīmas konkurences priekšrocības par labu tikai vienam uzņēmējam un tas ierobežotu ekonomisko attīstību (turpat, 54. punkts). Iespēju reģistrēt preču zīmi var ierobežot, pamatojoties uz sabiedrības interesēm (turpat, 50. punkts).

Šajā lietā ir konstatējams, ka apstrīdētā zīme ir reģistrēta pretēji sabiedrības interesēm, jo piena produktu spektrs, attiecībā uz kuriem šī zīme ir reģistrēta, ir ļoti plašs un ietver plaša patēriņa preces. Tādējādi piešķirtās izņēmuma tiesības ir nesamērīgas, un tas nav sabiedrības interesēs;

2.3.3. iebildumā OP-2018-95 tas pamatots ar tālāk uzskaitītajiem argumentiem.

Iebilduma iesniedzējs jau vairākus gadus savā komercdarbībā izmanto oranžo vai tai līdzīgas krāsas saistībā ar piena produktiem.

Ņemot vērā, ka reģistrētas preču zīmes īpašnieks iegūst izņēmuma tiesības aizliegt citām personām komercdarbībā izmantot identiskus vai līdzīgus apzīmējumus saistībā ar identiskām vai līdzīgām precēm, var izveidoties situācija, kad apstrīdētās zīmes īpašnieks var vērsties pret jebkuru piena pārstrādes uzņēmumu, kas jau vairākus gadus ražo un pārdod Latvijā piena produktus, izmantojot oranžo krāsu vai tai līdzīgu krāsu savu produktu dizaina noformējumā.

Jāuzskata, ka apstrīdētās zīmes – **oranža krāsa** – reģistrēšana ir nesamērīgs apstrīdētās zīmes īpašnieka konkurentu ierobežojums, kas var nodarīt tiem kaitējumu. Lai nodrošinātu godīgu konkurenci un oranžas un tai līdzīgu krāsu pieejamību piena produktu iepakojumā un preču zīmju reģistrācijās, apstrīdētās zīmes reģistrācija ir jāatzīst par spēkā neesošu.

3. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse iebildumus neatzīst un savu pozīciju atbildēs uz iebildumiem OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95 argumentē šādi:

3.1. iebilduma OP-2018-79 iesniedzējs nepamatoti atsaucas uz LPZ 6. panta pirmās daļas 1. punktu, kas nosaka, ka kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus (ja tie reģistrēti, reģistrāciju saskaņā ar šā likuma noteikumiem var atzīt par spēkā neesošu), kas nevar veidot preču zīmi, tas ir, apzīmējumus, kas neatbilst šā likuma 3. panta noteikumiem. LPZ 3. pants nosaka, ka preču zīmi var veidot jebkurš apzīmējums, ko var grafiski attēlot un kas ļauj atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem, un šī panta 2. punkts nosaka, ka it īpaši preču zīmes var būt attēls, zīmējums, grafisks simbols, krāsas tonis, krāsu salikums. Tādējādi ir skaidrs, ka krāsas tonis var būt preču zīme;

3.2. iebilduma OP-2018-95 iesniedzējs atsaucas uz LPZ 6. panta pirmās daļas 7. punktu, kas nosaka, ka kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus (ja tie reģistrēti, reģistrāciju saskaņā ar šā likuma noteikumiem var atzīt par spēkā neesošu), kas var maldināt patērētājus par preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi u. tml. Tā kā iebilduma iesniedzējs nav norādījis, kā oranža krāsa var maldināt patērētājus, šāds iebilduma pamatojums nav atzīstams par argumentētu un pierādītu;

3.3. iebildumu OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95 iesniedzēji atsaucas uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punktu, kas nosaka, ka kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus (ja tie reģistrēti,

reģistrāciju saskaņā ar šā likuma noteikumiem var atzīt par spēkā neesošu), kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. Savukārt LPZ 6. panta trešā daļa nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz šā panta pirmās daļas 2., 3. vai 4. punkta noteikumu pamata, kā arī nevar atzīt par spēkā neesošu uz šo pašu noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem.

Apstrīdētās zīmes īpašnieks pirms zīmes reģistrācijas saņēma Patentu valdes pieprasījumu, kurā tika norādīts, ka zīme nav reģistrējama, jo pieteiktajam apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm (LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkts). Atbildē uz pieprasījumu tika norādīts, ka pieteiktā preču zīme tās lietošanas dēļ Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

Atbildes uz pieprasījumu kopija pievienota atbildei uz iebildumu OP-2018-79, norādot, ka atbildes uz pieprasījumu pielikumos ietvertā informācija ir konfidenciāla. Iebilduma iesniedzēja pārstāvei tika dota iespēja iepazīties ar materiāliem Apelācijas padomē (*šāda iespēja tika dota arī pārējiem iebildumu iesniedzējiem, un to izmantoja arī iebilduma OP-2018-85 iesniedzēja pārstāvis*). Minētie pielikumi ietver RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA 2016. gada produkcijas katalogu, uzņēmuma izziņu par oranžās krāsa izmantošanu tā produkcijā, mārketinga aktivitāšu pārskatus, tabulas par zīmes īpašnieka tirgus daļām pa produktu kategorijām, pārskatu par pārdoto produktu apjomu, licences līgumu un rēķinu kopijas.

Patentu valde pieteikto preču zīmi reģistrēja attiecībā uz daļu no pieteiktajām precēm (*Apelācijas padomes piezīme: visām pieteiktajām precēm, izņemot “siers, kausētais siers” (29. kl.) un “saldējums” (30. kl.)*). Ņemot vērā, ka zīme ir reģistrēta, pamatojoties uz to, ka tā ir ieguvusi atšķirtspēju lietošanas rezultātā, iebildumu iesniedzēju atsaukšanās uz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem nav atzīstama par pamatotu.

Attiecībā uz iebildumu iesniedzēju argumentiem, kas balstīti uz EST judikatūras atzinumiem, ir jānorāda, ka krāsu zīme pie noteiktiem apstākļiem var pildīt preču zīmes funkciju (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-104/01 *Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau* [2003] 27., 41. - 42. punkts). Lai konstatētu, ka pastāv noteikti apstākļi, kompetentai iestādei, kas veic zīmes reģistrāciju, ir jāveic ekspertīze (turpat, 77. punkts). Patentu valde šādu ekspertīzi ir veikusi un zīme – **oranža krāsa** – tika atzīta par reģistrējamu.

Iebilduma OP-2018-79 iesniedzējs vērs uzmanību uz to, ka ir reģistrētas citas zīmes, kas ietver oranžo krāsu. Var konstatēt, ka šajās zīmēs oranžās krāsas tonis atšķiras no apstrīdētās zīmes krāsas toņa. Turklāt zīmju reģistrācijas fakts nenorāda uz situāciju tirgū, proti, no zīmju reģistrācijas vēl nevar secināt, ka tās tiek faktiski izmantotas, un tādējādi tas nevar būt par iemeslu, lai cita komersanta preču zīme nevarētu iegūt atšķirtspēju patērētāju uztverē. Zīmju atrašanās reģistrā neaplicina, ka patērētāji ir tās redzējuši tirgū uz attiecīgajām precēm.

Nepatiesi ir iebilduma iesniedzēju apgalvojumi, ka ar apstrīdētās krāsu zīmes reģistrāciju un uzņēmuma tiesību iegūšanu tiek deformēta konkurence un aizskartas sabiedrības intereses (iebildums OP-2018-85) vai ar šo reģistrāciju tiek radīts nesamērīgs konkurentu ierobežojums (iebildums OP-2018-95). Reģistrētās preču zīmes – **oranža krāsa** – tonis nav tāds, kas tiktu tradicionāli intensīvi izmantots piena produktu nozarē. Oranžās krāsas tonis, protams, citu krāsu starpā var parādīties arī uz citu ražotāju produkcijas, tomēr tas nav tāds, kas tradicionāli asociējas ar piena produktiem vai tiktu izmantots iepakojumu dizainā, kā tas ir ar baltu, zilu vai zaļu krāsu, kuras ir nepieciešamas un tradicionāli tiek izmantotas uz piena produktiem. Tā kā oranžās krāsas tonis kā piena produktu iepakojuma pamatelements ir pietiekami neparasts un neikdienišķs, tas pie noteiktiem apstākļiem var pildīt preču zīmes funkciju – atšķirt viena uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm. Tas ir gadījumā, kad uzņēmums ir ilgstoši identificējis sevi ar šo krāsu un tādējādi tā ieguvusi atšķirtspēju.

Lai arī krāsu zīmes tiek reģistrētas bez noteikta ierobežojuma telpā, iegūtās tiesības ir tikai šķietami plašas. No vispārējiem uzņēmuma tiesību ierobežojumiem var secināt, ka reģistrētas krāsu zīmes īpašnieks nav tiesīgs aizliegt jebkādu oranžās krāsas toņa klātesamību jebkurā pat vismazākajā apjomā uz citu ražotāju produkcijas vai uz dizaina elementiem, kas neliecina, ka tieši šī krāsa ir izmantota, lai identificētu savu produkciju. Nelietojot oranžās krāsas toni kā vienīgo pamatelementu, neizpildīsies nosacījums, ka patērētāji to uztver kā tādu, kas saistīts ar reģistrēto preču zīmi. Šādā gadījumā preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt to izmantot citiem. Līdz ar to nevar apgalvot, ka tiktu radīta situācija, kad ikvienam piena nozarē strādājošam uzņēmumam tiek liegta iespēja izmantot oranžo krāsu savā komercdarbībā.

4. Paskaidrojumos par apstrīdētās zīmes īpašnieka atbildi uz iebildumu un papildinājumos pie iebilduma OP-2018-79 iesnieguma iebilduma iesniedzējs sniedz tālāk minētos argumentus un papildu pierādījumus.

Apstrīdētās zīmes īpašnieks nav argumentējis, kāpēc tieši viņam būtu piešķirama ekskluzivitāte uz oranžu krāsu saistībā ar piena produktiem un kādēļ citiem komersantiem, kuri ir lietojuši oranžo krāsu savā komercdarbībā, šī prakse būtu jāmaina.

No atbildei uz Patentu valdes pieprasījumu pievienotajiem materiāliem redzams, ka oranžā krāsa nav lietota kā preču zīme viena pati bez papildu vārdiskiem elementiem, piemēram, bez vārda “Kārums”. Tādēļ nav pamatots secinājums, ka **oranža krāsa** ilgstošas lietošanas dēļ ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz visiem apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajiem piena produktiem. Visi pievienotie materiāli pierāda kombinētās preču zīmes **kārums** (fig.) (reģ. Nr. M 65 437) izmantošanu. Turklāt materiālos ir arī attēli ar piena produktiem, kuru iepakojums nesatur oranžo krāsu, piemēram, biezpiena sierīni “Kārums” ar dažādām garšām, atsevišķi siera “Dzintars” iepakojumi, kā arī pankūkas un žeļejas. Savukārt informācijā par reklāmas kampaņām nav atsevišķi norādīti dati par izdevumiem, kas attiecas uz produktiem ar oranžo iepakojumu. Tas pats attiecas uz datiem par tirgus daļām. Turklāt daļa materiālu ir sliktā, nesalasāmā kvalitātē, kā arī atsevišķiem materiāliem trūkst tulkojuma valsts valodā.

EST ir norādījusi, ka, lai gan krāsas spēj sniegt zināmas ideju asociācijas un izraisīt sajūtas, ar tām to iedabas dēļ īpaši nevar nodot precīzu informāciju. It īpaši tas nav iespējams tādēļ, ka krāsas to pievilcīguma dēļ daudz un bieži izmanto preču un pakalpojumu reklāmā un mārketingā, taču bez jebkāda precīza vēstījuma (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-104/01 *Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau* [2003] 40. punkts).

Patentu valde norādīja apstrīdētās zīmes īpašniekam uz virkni uzņēmumu, kuri savā komercdarbībā izmanto oranžo krāsu uz piena produktu iepakojuma. Ja apstrīdētās zīmes reģistrācija paliek spēkā uz visiem piena produktiem, citu tirgus dalībnieku tiesības tiek ierobežotas, jo tie būs spiesti nomainīt produktu iepakojuma krāsu salikumu. Šāda brīvas konkurences ierobežošana nav pieļaujama saskaņā ar vispārpieņemto judikatūru. EST ir atzinusi, ka atbilstoši vispārējām interesēm jābūt iespējai brīvi izmantot preču vai pakalpojumu aprakstošus apzīmējumus vai norādes (EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 *Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) v Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger* [1999] 25. punkts un EST prejudiciālā nolēmuma apvienotajās lietās C-53/01, C-54/01, C-55/01 *Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG v Deutsches Patent- und Markenamt* [2003] 73. punkts).

Iebilduma iesniedzējs – Pieno Žvaigzdes, AB – kopš 2005. gada izplata Latvijā plašu produktu klāstu, kuri ir oranžā krāsā (*pievienots uzņēmuma mārketinga menedžeres Dalias Siurbienes apliecinājums ar pielikumiem: a) saraksts ar produktiem, kas pārdoti Latvijā; b) Latvijā pārdoto produktu attēli; c) tabula ar apgrozījuma datiem periodā no 2005. gada līdz 2017. gadam, kā arī rēķini-pavadzīmes par produktu piegādi lietuviešu un angļu valodā bez tulkojuma latviešu valodā*).

5. Papildinājumos pie iebilduma OP-2018-85 iesnieguma iebilduma iesniedzējs sniedz tālāk minētos argumentus un papildu pierādījumus.

EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-104/01 *Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau* [2003] ir norādījusi, ka krāsa pati par sevi nevar tikt uzskatīta par preču zīmi, jo krāsa ir parasta parādība. Tomēr noteiktos apstākļos krāsu var reģistrēt kā preču zīmi. Tas ir atkarīgs no tā, vai krāsa var nodot specifisku informāciju attiecībā uz pieteiktās preces vai pakalpojuma izcelsmes avotu. Krāsas spēj radīt noteiktas izjūtas un asociēties ar kaut kādām noteiktām parādībām, tomēr tām ir maza sākotnējā spēja nodot specifisku informāciju, īpaši, kad tās tiek plaši izmantotas ikdienā sava pievilcīgā izskata dēļ. Ikdienā krāsas neasociējas ar kaut ko noteiktu. Tādēļ ir svarīgi apstākļi, kādos krāsa tiek izmantota, jo tikai krāsas lietošanas apstākļi var attiecīgo krāsu padarīt par zīmi (iebilduma iesniedzējs atsauca uz minētā nolēmuma 27., 28., 39. un 40. punktiem).

Arī apstrīdētās zīmes īpašnieks atzīst, ka krāsa pati par sevi var pildīt preču zīmes funkciju pie noteiktiem apstākļiem. No tā var secināt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks atzīst, ka zīmei – **oranža krāsa** – nav sākotnējās atšķirtspējas un to var reģistrēt tikai izņēmuma apstākļos.

Attiecībā uz piena produktiem tiek izmantoti visi tradicionālie preču zīmju veidi – vārdiskās un grafiskās zīmes. Piena produktu tirgū, kas ir plaša patēriņa preču tirgus, ir augsts dažādu krāsu izmantošanas īpatsvars, kas noved pie tā, ka patērētāji var uztvert tikai minētās tradicionālās zīmes, bet nepievērš uzmanību krāsām pašām par sevi.

Patentu valde, veicot apstrīdētās zīmes pieteikuma ekspertīzi, secināja, ka piena produktu tirgū tiek intensīvi izmantoti dažādi oranžās krāsas toņi un arī citi piena produktu ražotāji Latvijā izmanto

oranžo krāsu savu produktu noformēšanai. Vienlaicīgi Patentu valde atzina apstrīdēto zīmi par reģistrējamu attiecībā uz visiem reģistrācijas pieteikumā norādītajiem 29. klases piena produktiem (*Apelācijas padomes piezīme – ekspertīzes gaitā preču saraksts tika ierobežots*), kas faktiski ir pretrunā Patentu valdes pirmajam secinājumam.

Apstrīdētās zīmes īpašnieks netika iesniedzis pierādījumus, ka tas reāli izmanto tieši oranžās krāsas toni PANTONE 165C. Tādējādi Patentu valde ir vērtējusi oranžās krāsas izmantošanu kā tādu, nevis konkrēta oranžās krāsas toņa izmantošanu. Turklāt apstrīdētās zīmes īpašnieka atbildē uz Patentu valdes pieprasījumu iesniegtie pierādījumi nav uzskatāmi par objektīviem un pietiekamiem. Ar tik mazu pierādījumu apjomu nav iespējams pierādīt iegūto atšķirtspēju krāsu zīmei, kuru ikdienā patērētāji neuztver kā zīmi, bet gan kā grafisku dekoratīvo elementu, kas rada patērētājiem noteiktas izjūtas, bet nedod informāciju par preču izcelsmi.

Apstrīdētās zīmes īpašnieks nav iesniedzis pierādījumus, ka tikai viņš ir izmantojis Latvijā oranžo krāsu pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma, un tādus pierādījumus iesniegt nav iespējams, jo piena produktu tirgū oranžo krāsu izmanto vairāki Latvijas un ārvalstu piena produktu ražotāji. Nav arī iesniegti pierādījumi, ka oranžā krāsa būtu pietiekami neparasta un neikdienišķa kā piena produktu iepakojuma pamatelements. Oranžā krāsa ir tradicionāla krāsa piena produktu tirgū, piemēram, iebilduma iesniedzējs – Tukuma Piens, AS – komercdarbībā plaši izmanto oranžo krāsu uz piena produktiem.

Ja apstrīdētās zīmes īpašnieks atzīst, ka tam ar preču zīmes – **oranža krāsa** – reģistrāciju netiek piešķirtas izņēmuma tiesības aizliegt citām personām izmantot reģistrēto preču zīmi, jo citas personas izmanto identiskus vai līdzīgus oranžās krāsas toņus, tad tas atzīst, ka preču zīmei – **oranža krāsa** – nav atšķirtspējas, un līdz ar to oranžo krāsu saistībā ar piena produktiem ir tiesības izmantot visiem komersantiem (*pievienots Tukuma Piens, AS valdes locekļa O. Tammes apliecinājums, ka minētais uzņēmums jau vairāk nekā 10 gadus ražo un piedāvā pārdošanai preces, kuru iepakojums satur oranžo krāsu, apliecinājuma pielikumā pievienoti arī šo preču attēli*).

Iebilduma iesniedzējs ir konstatējis, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks attiecībā uz piena produktiem komercdarbībā izmanto vairākus atšķirīgus oranžās krāsas toņus, kas atšķiras no apstrīdētās zīmes reģistrācijā norādītā toņa PANTONE 165C. Fakts, ka nav izmantots viens tonis, bet vairāki atšķirīgi, neļauj konstatēt atšķirtspēju apstrīdētajai zīmei, kas identificēta tieši ar minēto krāsas toni. LPZ 3. panta 2. punkts paredz, ka zīme var būt krāsas tonis, nevis krāsa pati par sevi neatkarīgi no tās toņa (*pievienotas izdrukas ar apstrīdētās zīmes īpašnieka un ražotāju produkcijas attēliem, kopijas no Lauku Avīzes speciālizdevumiem “Siera avīze” (2003) un “Piena labumi” (2005), kā arī Tukuma Piens, AS produktu kataloga*). Fakti, ka oranžo krāsu uz piena produktu iepakojumiem laika posmā no 2008. gada līdz 2016. gadam izmantoja vairāki piena produktu ražotāji, apliecina pievienotās kopijas no lielveikalu tīklu RIMI, MAXIMA un Super Netto akcijas preču avīzēm ar šo produktu iepakojuma attēliem.

6. Papildinājumos pie iebilduma OP-2018-95 iesnieguma iebilduma iesniedzējs sniedz tālāk minētos argumentus un papildu pierādījumus.

Valsts uzņēmums “Preiļu siera rūpnīca” tika dibināts 1972. gadā. Uzņēmēj sabiedrība Preiļu siers, AS (iebilduma OP-2018-95 iesniedzējs) ir dibināta 1994. gadā un ir vienīgais siera “Čedars” ražotājs Baltijas valstīs. Laika gaitā ir mainījies uzņēmuma produkcijas sortiments, bet pēdējos gados notiek specializācija piena produktu ražošanā. Uzņēmums ražo cietos sierus “Čedars”, glazētos biezpiena sieriņus “Mazulis”, kā arī siera sūkalu, piena, vājpiena un paniņu pulveri. 2004. un 2005. gadā uzņēmums ir saņēmis virkni apbalvojumu gan Latvijā, gan starptautiskajā mērogā par sasniegumiem piena produktu eksportā. Lai nodrošinātu nemainīgu produktu kvalitāti un apmierinātu tirgus pieprasījumu, ir izveidots concerns ar saistītiem uzņēmumiem Latgales reģionā.

Iebilduma iesniedzējs jau vairākus gadus savā komercdarbībā arī izmanto oranžo krāsu vai tai līdzīgu krāsu saistībā ar piena produktiem. Reģistrējot oranžo krāsu kā preču zīmi, tiks ierobežotas gan iebilduma iesniedzēja, gan citu komersantu intereses. Turklāt apstrīdētās zīmes īpašnieka un iebilduma iesniedzēja produkcijas krāsu toņi ir atšķirīgi. Iebilduma iesniedzējs nevēlas, lai tā produkcija tiktu sajaukta ar apstrīdētās zīmes īpašnieka produkciju, piemēram, biezpiena sieriņiem “Kārumi”. Lielākā daļa pircēju iebilduma iesniedzēja produkciju atpazīst tieši pēc šāda toņa. Tā kā zīmes pārsvarā salīdzina kopumā un patērētāju uztverē dominē pirmais iespaids, pastāv iespēja, ka patērētāji apstrīdēto zīmi var uzskatīt par līdzīgu iebilduma iesniedzēja produkcijai.

Tādējādi apstrīdētās zīmes reģistrēšana ir nesamērīgs konkurentu ierobežojums, kas var nodarīt ievērojamu kaitējumu tiem uzņēmējiem, kuri šobrīd un vairāku gadu garumā izmanto oranžo vai tai līdzīgu krāsu saistībā ar piena produktiem (*pievienotas Preiļu siers, AS produkcijas attēlu izdrukas, ietverot arī katra produkta sastāvdaļu aprakstu*).

7. Apstrīdētās zīmes īpašnieks sniedz tālāk minētos papildu paskaidrojumus un pierādījumus pie atbildēm uz iebildumiem OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95.

To, ka preču zīme – **oranža krāsa** – ir ieguvusi atšķirtspēju un patērētāju uztverē saistās ar apstrīdētās zīmes īpašnieku un tā zīmolu “Kārums”, pierāda tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2018. gada decembrī veiktā aptauja, kas pievienota paskaidrojumiem. Aptauja cita starpā parāda oranžās krāsas pamanāmību uz dažādu veidu piena produktiem un oranžas krāsas piena produktu iepakojuma saistību ar konkrētu ražotāju vai zīmolu. Kopumā 69% respondentu oranžo krāsu ir piedēvējuši zīmolam “Kārums” un 4% tieši norādījuši uz RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA. Turklāt nav minēts neviens cits ražotājs vairāk nekā 1% atbilžu. Patērētāju aptaujas augsto procentuālo atpazīstamību apstrīdētās zīmes īpašnieks ir ieguvis, ilgstoši un intensīvi lietojot apstrīdēto zīmi uz plaša spektra piena produktiem kopš 2009. gada, bet uz biezpiena sieriņiem – kopš 1994. gada.

Zīmols “Kārums” vienmēr ir bijis mīļtāko zīmolu topos un saņēmis apbalvojumus (*pievienota izdruka no Interneta vietnes www.ddb.lv un sociālo mediju aģentūras “Grizzly Riga” 2017. gada maija atskaites kopija*). Apstrīdētās zīmes īpašnieks veic intensīvu sava zīmola, kas ietver apstrīdēto preču zīmi – **oranža krāsa** –, popularizēšanu dažādās mārketinga kampaņās. Tiek veiktas pārdošanas veicināšanas kampaņas sociālajos medijos, regulāri tiek rīkotas loterijas, produktu popularizēšanas kampaņas sporta un kultūras pasākumos, televīzijas reklāmās (*pievienotas atskaites, izziņas un rēķinu kopijas par loterijām un reklāmas izmaksām laika periodā no 2014. gada līdz 2018. gadam*). No minētā var secināt, ka preču zīmes intensīva lietošana, spilgta reklāma, lietošanas pastāvīgums un ilgums, kā arī preču zīmes reklāmā investētās summas un patērētāju daļas proporcija, kura identificē attiecīgās preces ar apstrīdētās zīmes īpašnieku, ko apliecina augstie atpazīstamības rādītāji patērētāju aptaujā, apstiprina, ka preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju lietošanas rezultātā.

Lai arī apstrīdētā zīme pamatā ir lietota kopā ar citu apzīmējumu, jānorāda uz EST atzinumu, ka atšķirtspēju preču zīme var iegūt, ja to izmanto kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļu vai kopā ar šo reģistrēto preču zīmi, un pietiek ar to, ka šīs izmantošanas rezultātā ieinteresētās personas ar pieteikto preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu faktiski uztver kā tādu, ko ražo vai sniedz attiecīgais uzņēmums (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-353/03 *Société des produits Nestlé SA v Mars UK Ltd.* [2005] 30. un 32. punkts). Tā kā apstrīdētā zīme pamatā ir lietota kopā ar apzīmējumu “Kārums”, svarīgi atzīmēt, ka lietošana ar papildu apzīmējumu tieši izriet no reģistrētās zīmes rakstura, jo krāsu zīmes reti ir iespējams izmantot bez papildu elementiem, līdzīgi kā tas būtu ar telpiskām vai citām netradicionālām zīmēm.

Attiecībā uz iebildumu iesniedzēju argumentu, ka atsevišķos materiālos parādās arī produktu iepakojumi citās krāsās, jānorāda, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ražo arī citus produktus, bet tas nenozīmē, ka būtu noraidāmi pierādījumi par oranžo krāsu. Savukārt attiecībā uz datiem par tirgus daļām un pārdoto produktu apjomu jānorāda, ka, sagatavojot šos datus, apstrīdētās zīmes īpašnieks ņēma vērā tikai tos, kas attiecas uz produktiem oranžā krāsā. Tas pats attiecas uz datiem par mārketinga pārdošanas veicināšanas kampaņām.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka piena produktu pārdošanas apjomi gan procentuāli, gan pēc vienību skaita atspoguļoti Aģentūras “ACNielsen Latvia” sagatavotos datos tabulu veidā, kas pievienotas papildu paskaidrojumiem. Savukārt produktu iepakojumu ārējais izskats redzams pievienotajos RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA produkcijas katalogos no 2015., 2016. un 2018. gada. Iesniegtajās tabulās ir atsevišķi izcelti dati par biezpiena sieriņiem “Kārums” oranžas krāsas iepakojumā, kas sastāda 27% līdz 29% no visa biezpiena sieriņu tirgus periodā no 2015. gada līdz 2018. gadam un pārdoto vienību skaits ir vidēji 22 līdz 24 miljoni vienību gadā periodā no 2012. gada līdz 2016. gadam. Tabulās ietvertos datus ir aplicinājušas RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA amatpersonas.

8. Iebildumu OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95 iesniedzēji pirms 08.05.2019 sēdes iesniedza Latvijas fakti, SIA 30.04.2019 veiktās patērētāju aptaujas rezultātu apkopojumu par dažādu krāsu saistību ar konkrētu piena produktu ražotāju un tā ražotajiem piena produktiem. Aptaujas rezultātos piena produktu ražotāji netiek uzrādīti, bet no krāsām, saskaņā ar aptaujas datiem, ar piena produktiem visvairāk tiek asociētas baltā – 75%, zilā – 41% un zaļā – 24%.

9. Apelācijas padomes sēdēs iebildumu iesniedzēju pārstāvji pie jau iepriekš minētajiem argumentiem papildus norāda sekojošo:

- iebildums OP-2018-79: apstrīdētās zīmes īpašnieka pievienotā SKDS aptauja ir attiecināma uz 2018. gada decembri, bet produktu atpazīstamība bija jāpierāda uz periodu pirms preču zīmes reģistrācijas. Pārējie pierādījumi liecina par preču zīmes **Kārums** atpazīstamību, bet šī preču zīme nav

minēto iebildumu strīda objekts. Pierādījumi nesatur datus par katru no apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajiem produktiem. Iesniegtajos pierādījumos neparādās oranžas krāsas lietojums bez papildelementiem. Vairāk parādās sieriņi “Kārums”, kur oranžā krāsā ir dominējošā. Tomēr arī šajā gadījumā faktiski atšķirtspējīgs būs nosaukums, nevis tikai krāsa;

- iebildums OP-2018-85: lielākā daļa apstrīdētās zīmes īpašnieka iesniegto materiālu attiecas uz periodu pēc zīmes pieteikuma datuma – 06.04.2017. Preču zīmes **Kārums** izmantošana nepierāda krāsu zīmes – **oranža krāsa** – izmantošanu. Apstrīdētās zīmes īpašnieka iesniegto papildmateriālu argumentācija ir deklaratīva, bet aptauju un to veicēju kompetence ir apšaubāma. Iesniegtie pierādījumi nav pienācīgā veidā apliecināti no trešo personu puses.

10. Iebildumu OP-2018-79 un OP-2018-85 iesniedzēju pārstāvji Apelācijas padomes sēdēs 08.02.2019 un 05.04.2019 demonstrē šo iebilduma iesniedzēju, kā arī citu komersantu dažādu piena produktu iepakojuma paraugus, kuri satur oranžas krāsas elementus. Uzrādīto produktu iepakojuma paraugu fotogrāfijas pievienotas iebilduma lietām.

11. Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves Apelācijas padomes sēdēs pie jau iepriekš minētajiem argumentiem papildus norāda sekojošo:

- attiecībā uz argumentiem par iesniegto pierādījumu laika perioda neatbilstību termiņam pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma vai reģistrācijas datuma, jānorāda, ka Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008) jautājumā par to, uz kuru brīdi jākonstatē apzīmējuma atšķirtspēja, norādīts, ka kaut arī LPZ 6. panta trešā daļa šādu termiņu konkrēti neformulē, tas ir skaidri formulēts LPZ 31. panta pirmajā daļā. Proti, ja attiecīgie pamatojumi pastāv un lietas izskatīšanas brīdī turpina pastāvēt;

- kas attiecas uz datiem par apstrīdētās zīmes īpašnieka produkcijas apjomu un produkcijas veidu procentuālo sadalījumu, jānorāda, ka aģentūra ACNielsen Latvia, SIA ir labi zināma tirgus un sabiedriskās domas izpētes kompānija, tādēļ nepamatoti ir argumenti par to, ka tā nebūtu kompetenta iesniegto datu apkopšanā. Savukārt pirms Apelācijas padomes sēdes 08.05.2019 iesniegtās tabulas ir sagatavojuši RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA pārdošanas daļa, balstoties uz aģentūras AC Nielsen Latvia, SIA datiem, un tabulas ir apliecinājušas apstrīdētās zīmes īpašnieka uzņēmuma amatpersonas.

Motīvu daļa

1. Iebildumi ir iesniegti saskaņā ar LPZ un RIPL noteikto kārtību. Tādējādi nav šķēršļu, lai iebildumus izskatītu pēc būtības.

2. Iebildumi ir pamatoti ar atsaucēm uz LPZ 6. panta pirmās daļas 1., 2. un 7. punktu:

2.1. LPZ 6. panta pirmās daļas 1. punkts nosaka, ka par spēkā neesošu var atzīt reģistrētu preču zīmi, kas neatbilst šā likuma 3. panta noteikumiem, kas nosaka, ka preču zīmi var veidot jebkurš apzīmējums, ko var grafiski attēlot un kas ļauj atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem;

2.2. LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkts nosaka, ka par spēkā neesošu var atzīt reģistrētu preču zīmi, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem;

2.3. LPZ 6. panta pirmās daļas 7. punkts nosaka, ka par spēkā neesošu var atzīt reģistrētu preču zīmi, kas var maldināt patērētājus par preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi u. tml.

3. Apelācijas padome uzskata par nepamatotu iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 6. panta pirmās daļas 1. punktu. Šī norma paredz, ka neregistrē vai, ja tie reģistrēti, var atzīt par spēkā neesošiem apzīmējumus, kas nevar veidot preču zīmi, jo neatbilst LPZ 3. panta noteikumiem. LPZ 3. pants nosaka preču zīmes reģistrācijas priekšnoteikumus attiecībā uz zīmes formu, proti, zīmei jābūt grafiski attēlojamai un jāļauj atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. It īpaši zīmes var būt vārdiskas, grafiskas, telpiskas, kombinētas un īpašu veidu. Šī panta 2. punkts nosaka, ka it īpaši preču zīmes var būt attēls, zīmējums, grafisks simbols, krāsas tonis, krāsu salikums. Ir skaidrs, ka apstrīdētā zīme, kas ir pieteikta un reģistrēta kā krāsu zīme, izpilda šos

noteikumus. Savukārt tas, vai zīmei **oranža krāsa** pēc savas būtības piemīt atšķirtspēja, ir vērtējams saistībā ar citu normu, proti, LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem.

4. Apelācijas padome uzskata par nepamatotu iebilduma OP-2018-95 iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 6. panta pirmās daļas 7. punkta noteikumiem. Šī norma paredz, ka neregistrē vai, ja tie reģistrēti, var atzīt par spēkā neesošiem apzīmējumus, kas var maldināt patērētājus par preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi u. tml. Kaut arī iebilduma iesniedzējs ir norādījis šo normu iebilduma iesnieguma pamatojumā, nedz iebilduma iesniegumā, nedz iesniegtajos papildu pierādījumos, nedz Apelācijas padomes sēžu laikā netika sniegta nekāda minētās normas argumentācija vai attiecīgi pierādījumi. Arī Apelācijas padome nesaskata, kādu maldinājumu patērētājos var izraisīt piena produktu oranžas krāsas iepakojums. Turklāt iebilduma iesniedzējs norāda, ka pats ražo un piedāvā patērētājiem piena produktus oranžās krāsas iepakojumā, kas faktiski būtu pretrunā argumentam, ka cita persona maldina patērētājus ar šādas krāsas produktu iepakojumu, un tādā gadījumā arī pats iebilduma iesniedzējs varētu maldināt patērētājus ar savas produkcijas noformējumu.

5. Iebildumu OP-2018-79, OP-2018-85 un OP-2018-95 iesniedzēji ir pamatojuši savus iebildumus ar LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punktu. Savukārt apstrīdētās zīmes īpašnieks atbildes uz iebildumiem balsta uz LPZ 6. panta trešo daļu, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz šā panta pirmās daļas 2., 3. vai 4. punkta noteikumu pamata, kā arī nevar atzīt par spēkā neesošu uz šo pašu noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā Latvijas attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem.

6. Apelācijas padomes ieskatā šo iebilduma lietu sakarā ir jāņem vērā arī apstākļi, kā apstrīdētā preču zīme **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) tika reģistrēta, it īpaši tāpēc, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks atbildēs uz iebildumiem ir atsaucies uz Patentu valdes lēmumu, ar kuru šī zīme ir atzīta par reģistrējamu, kā arī iebildumu iesniedzēji savā argumentācijā ir vērtējuši šī lēmuma pamatotību:

6.1. vērtējot apstrīdēto zīmi, Patentu valde sākotnēji konstatēja, ka pieteiktajam apzīmējumam – **oranžai krāsai** – trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm. Pamatojuma argumentos, citu starpā, tika minēts, ka oranžā krāsa attiecībā uz pārtikas produktiem tiek lietota bieži un Latvijas patērētāji piena produktus, kuru noformējumā ir izmantota oranžā krāsa, redz, pazīst un zina. Oranžās krāsas (arī krāsu salikumā) pielietojums attiecībā uz pārtikas produktiem, to skaitā piena produktiem un saldējumu, ir populārs arī preču zīmēs. Tā kā pieteiktais apzīmējums ir krāsu zīme bez atšķirtspējīgiem papildelementiem un oranžā krāsa ir bieži lietota attiecībā uz pienu un piena produktiem, tā nevar pildīt preču zīmes pamatuzdevumu – norādīt uz attiecīgo preču izcelsmi no viena noteikta uzņēmuma, dodot iespēju atšķirt šī uzņēmuma preces no cita uzņēmuma precēm. Tajā pašā laikā Patentu valde atzina, ka uzņēmuma RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA reģistrētā preču zīme **kārums** (fig.) (reģ. Nr. M 65 437) lietošanas dēļ attiecībā uz biezpiena sierīņu, proti, “Kārums”, kura iepakojuma krāsu salikumā ir oranžā krāsa, Latvijas patērētāju uztverē ir jau ieguvusi atšķirtspēju un kļuvusi par zīmolu;

6.2. atbildē uz Patentu valdes pieprasījumu pieteicējs (apstrīdētās zīmes īpašnieks) iesniedza materiālus par uzņēmuma ražotajiem un patērētājiem piedāvātajiem piena produktiem ar oranžas krāsas elementiem to iepakojumā. Atkārtoti vērtējot zīmes reģistrācijas pieteikumu un papildus pievienotos materiālus, Patentu valde atzina apzīmējumu – **oranža krāsa** – par reģistrējamu attiecībā uz visām reģistrācijai pieteiktajām 29. klases precēm, izņemot “*siers, kausētais siers*” un izņemot 30. klases preces “*saldējums*”;

6.3. ņemot vērā minēto, Apelācijas padome pievienojas Patentu valdes ekspertīzes secinājumam, ka apzīmējums (krāsu zīme) – **oranža krāsa** – pats par sevi nenodrošina pietiekamu atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā ietvertajiem piena produktiem.

7. Var konstatēt, ka izskatāmo iebilduma lietu ietvaros apstrīdētās zīmes īpašnieks nenorāda, ka apstrīdētajai zīmei jau sākotnēji piemīt pietiekama atšķirtspēja attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm (uz kuras trūkumu kā pamatojumu reģistrācijas atzīšanai par spēkā neesošu norāda iebildumu iesniedzēji), bet balsta savu pozīciju, neatzīstot iesniegtos iebildumus, uz to, ka reģistrētā krāsu zīme – **oranža krāsa** – lietošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju Latvijas patērētāju uztverē attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm.

Nemot vērā minēto, Apelācijas padome šajās iebilduma lietās vērtē, vai ir piemērojami LPZ 6. panta trešās daļas noteikumi, kas pie attiecīgiem nosacījumiem izslēdz LPZ 6. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanu kā pamatojumu reģistrācijas atzīšanai par spēkā neesošu:

7.1. Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi>) attiecībā uz atšķirtspējas iegūšanu preču zīmes lietošanas rezultātā un LPZ 6. panta trešās daļas normu piemērošanu norādītas sekojošas atziņas.

Minēto noteikumu (LPZ 6. panta trešā daļa) atbildētājs (apstrīdētās preču zīmes īpašnieks) var izmantot, atspēkojot prasītāja (iebilduma iesniedzēja) argumentus, kas saistīti ar LPZ 6. panta pirmās daļas 2., 3. vai 4. punkta normām, ja vien atbildētāja rīcībā ir pierādījumi par preču zīmes lietošanu un tās rezultātā izveidojušos patērētāju priekšstatu par attiecīgo apzīmējumu kā noteiktas personas (komersanta, tirgus dalībnieka) preces identificējošu apzīmējumu, proti, preču zīmi, kas spēj norādīt preču komerciālo izcelsmi. Tātad arī par gadījumiem, kad izskatāmajam apzīmējumam sākotnēji atšķirtspēja nepiemīt.

Tajā pašā laikā šādos gadījumos nevar prasīt, lai patērētāji būtu spējīgi precīzi nosaukt šādas preču zīmes īpašnieku, konkrēti identificēt to. Pietiek, ja patērētāji spēj noteikt, ka ar attiecīgo zīmi marķētās preces ir kāda noteikta komersanta preces un tādējādi ir atšķiramas no pārējo preču klāsta. Tādā gadījumā apzīmējums, kas bijis bez atšķirtspējas, ir ieguvis jaunu nozīmi, un tā blakus nozīme attaisno preču zīmes reģistrāciju.

Apzīmējuma atšķirtspēju šajā vērtējumā nevar padarīt atkarīgu no tā, cik liela ir nepieciešamība attiecīgo apzīmējumu atstāt brīvu vispārīgai lietošanai. Vērtējums jāizdara attiecībā uz precēm, kurām zīme reģistrēta, un jāņem vērā attiecīgo preču vidusmēra patērētāja iespējamā uztvere, kurš ir samērīgi informēts un samērīgi vērtīgs un uzmanīgs. Pierādījumi, kurus iesniedz par to, ka apzīmējums spēj identificēt preci, jāvērtē visaptveroši, un šā vērtējuma ietvaros cita starpā var ņemt vērā šādus apstākļus: tirgus daļu, kurā zīme sekmīgi darbojas; zīmes izmantošanas intensitāti, ģeogrāfisko areālu, pastāvīgumu un ilgumu; zīmes reklāmai investētās summas; attiecīgās patērētāju daļas proporciju, kura identificē preci kā tādu, kuras izcelsme ir no konkrēta uzņēmuma.

Jākonstatē, ka patērētāji vai vismaz to būtiska daļa konkrēto apzīmējumu atzīst par preču zīmi. Tomēr novērtējumā par to, vai konkrētais apzīmējums ir vai nav sasniedzis atbilstību reģistrējamības priekšnoteikumiem, nedrīkst aprobežoties ar atsaukšanos uz kādiem abstraktiem, vispārīgiem lielumiem, piemēram, iepriekšpieņemtu patērētāju procentu, kuri apzīmējumu uztver kā preču zīmi.

Tādējādi var izrādīties, ka zīme ieguvusi atšķirtspēju vienīgi attiecībā uz daļu no reģistrācijas sarakstā ietvertajām precēm. Iepriekšminētais principā neizslēdz arī iespēju, ka kāds apzīmējums var iegūt atšķirtspēju, arī ja tas lietots kā reģistrētas preču zīmes pietiekami būtiska daļa vai kopā ar citu, jau reģistrētu preču zīmi (minētā apkopojuma 45. - 47. lpp.);

7.2. vērtējot, vai lietošanas rezultātā apstrīdētā zīme ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz pieteiktajām precēm, Apelācijas padomei ir šādi apsvērumi:

7.2.1. apstrīdētā zīme **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) ir reģistrēta kā krāsu zīme, un tā sastāv tikai no **atsevišķas krāsas** (bez kontūrām). Tas nozīmē, ka krāsu zīme nav ierobežota telpā, tomēr Apelācijas padomes ieskatā attiecīgās krāsas laukumam uz preces, kura ar to tiek marķēta, vai uz tās iepakojuma ir jābūt nozīmīgam un nebūtu jārada šaubas, ka reģistrētā krāsa preces marķējumā ir būtiska, nevis tikai kopā ar citām krāsām vai elementiem iepakojuma dizainu papildinoša sastāvdaļa;

7.2.2. no apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvju paskaidrojumiem un iesniegtajiem materiāliem var konstatēt, ka ilgstoši un pietiekami lielā apjomā iepakojums, kura fona krāsa ir oranža, ir izmantots produktam “*biezpiena sieriņi*”. Kā norādīts RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA valdes locekļa A. Čirjevskas 01.11.2017 izziņā, biezpiena sieriņiem oranžas krāsas iepakojums ir izmantots kopš 1994. gada, bet uz citiem piena produktiem – kopš 2009. gada. Kaut arī nav iesniegti nekādi dati par izmantošanas apjomu vai preču reklāmā investētajiem līdzekļiem par laika periodu no 1994. gada līdz 2000. gadam, minētajā izziņā ir ietverti dati par periodu no 2009. gada līdz 2017. gadam (dažas sponsorēšanas aktivitātes attiecas arī uz agrāku laika periodu no 2000. gada un 2005. gada). Kopējie mārketinga izdevumi par preču oranžas krāsas iepakojumā, kas atbilst preču zīmei **oranža krāsa**, laika posmā no 2009. gada līdz 2017. gadam sastāda 2 miljonus eiro, kas ir diezgan ievērojama summa. Tomēr šinī gadījumā iztrūkst norādes par to, tieši uz kādiem produktiem un kādās proporcijās (cik kuram produktam) tas ir attiecināms;

7.2.3. par patērētāju attieksmi un asociācijām, redzot piena produktus oranžas krāsas iepakojumā, un tādējādi apstrīdētās zīmes atpazīstamību patērētāju vidū saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām precēm (piena produktiem) liecina iesniegtie patērētāju aptauju dati. Kā liecina tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2018. gada decembrī veiktā aptauja, kas pievienota apstrīdētās zīmes īpašnieka paskaidrojumiem, 69% respondentu oranžo krāsu ir piedēvējuši zīmolam “Kārums” un 4% tieši norādījuši uz RĪGAS PIENSAIMNIEKU, SIA. Par zīmola “Kārums” atpazīstamību pietiekami ilgā laika periodā liecina iesniegtie materiāli par zīmola vietu reitingos un saņemtajiem apbalvojumiem, kā arī datiem par atpazīstamību un pārdošanu veicinošām akcijām un reklāmu, tajās ieguldītajiem līdzekļiem un laika periodu. Apelācijas padome piekrīt iebilduma OP-2018-79 iesniedzēja pārstāves norādītajam, ka iesniegtie materiāli galvenokārt norāda uz oranžas krāsas izmantošanu kopā ar vārdisko apzīmējumu “Kārums”, kas ir patstāvīga preču zīme. Tajā pašā laikā Apelācijas padome uzskata par pamatotu apstrīdētās zīmes pārstāvju atsauci uz EST judikatūrā nostiprināto, ka atšķirtspēju preču zīme var iegūt arī tad, ja to izmanto kā reģistrētas preču zīmes sastāvdaļu vai kopā ar šo reģistrēto preču zīmi un pietiek ar to, ka šīs izmantošanas rezultātā ieinteresētās personas ar pieteikto preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu faktiski uztver kā tādu, ko ražo vai sniedz attiecīgais uzņēmums (EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-353/03 *Société des produits Nestlé SA v Mars UK Ltd.* [2005] 30. un 32. punkts).

Minētā sakarā būtiski ir izvērtēt to, kādu vietu un kādā apmērā oranžā krāsa, kas ir reģistrēta kā krāsu preču zīme, ieņem uz apstrīdētās zīmes īpašnieka dažādu veidu piena produktu iepakojuma. Izvērtējot materiālus, ko apstrīdētās zīmes īpašnieks tika iesniedzis Patentu valdē atbildē uz ekspertīzes pieprasījumu, kā arī papildu paskaidrojumos atbildēm uz iebildumiem un Apelācijas padomes sēdēs demonstrētajos materiālos, to skaitā preču iepakojuma paraugus un RĪGAS PIENSAIMNIEKA, SIA produkcijas katalogus, Apelācijas padome konstatē, ka visbūtiskāk oranžā krāsa ir atveidota un redzama biezpiena sieriņu “Kārums” iepakojumā. Faktiski tas viss ir oranžā krāsā ar apjoma ziņā necīgiem citu krāsu elementiem.

Saskaņā ar Aģentūras “ACNielsen Latvia” sagatavotajiem datiem, kurus ir apkopojusi RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA pārdošanas daļa un apliecinājušas uzņēmuma amatpersonas, būtiska ir biezpiena sieriņu “Kārums” uzrādīta procentuālā daļa visu biezpiena sieriņu tirgū – 27-29%, kas vienam preču veidam ir ievērojams apjoms, ka arī realizēto vienību skaits, kas sastāda vidēji 22 līdz 24 miljonus vienību gadā periodā no 2012. gada līdz 2016. gadam.

Tādējādi Apelācijas padome konstatē, ka ir atzīstama preču zīmes – **oranža krāsa** – lietošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja Latvijas patērētāju uztverē attiecībā uz 29. klases precēm “*biezpiena sieriņi*” un attiecībā uz šīm precēm ir pamatota LPZ 6. panta trešās daļas noteikumu piemērošana;

7.2.4. savukārt attiecībā uz pārējām apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 29. klases precēm, izņemot “*biezpiena sieriņi*”. Apelācijas padome konstatē, ka iesniegtajos materiālos un sēdēs uzrādītajos materiālos šo RĪGAS PIENSAIMNIEKS, SIA preču iepakojumā oranžā krāsa ieņem mazāku vai mazāk nozīmīgu vietu un preču iepakojuma kopiespaids neliecina par oranžās krāsas dominanci tajos. Turklāt dati par šo preču tirdzniecību neliecina par attiecīgo preču piedāvājuma būtisku apjomu salīdzinājumā ar citām (arī citu ražotāju) attiecīgā veida precēm, vai arī konkrētās preces nav izdalītas datus par pārdošanas veicināšanas, reklāmas kampaņām un tirdzniecības apjomiem, kas neļauj izdarīt attiecīgus secinājumus par katru no pārējo apstrīdētajā reģistrācijā ietverto preču veidiem. Tātad dati par katru no minētajām precēm ir vai nu mazāk pārliecinoši, vai tādi nav iesniegti. Turklāt, vērtējot pievienotajos materiālos vai uzrādītajos preču iepakojuma paraugos šo preču vizuālo izskatu, jākonstatē, ka oranžas krāsas laukumi uz šo preču iepakojuma ir mazāki, fragmentāri, vai arī tajos ievērojamu vietu aizņem grafiski elementi citās krāsās, piemēram, piena paku noformējumā ietverts izteiksmīgs baltu piena šļakatu atveidojums, kas ir būtisks iepakojuma kompozīcijā un kopuztverē. Viss minētais neļauj secināt, ka preču zīme – **oranža krāsa** – lietošanas rezultātā būtu ieguvusi atšķirtspēju Latvijas patērētāju uztverē attiecībā uz pārējām precēm, izņemot “*biezpiena sieriņi*”.

Ņemot vērā minēto, Apelācijas padome konstatē, ka attiecībā uz pārējām apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 29. klases precēm izņemot “*biezpiena sieriņus*”, lietošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja nav pierādīta, un attiecībā uz šīm precēm nav pamata piemērot LPZ 6. panta trešās daļas noteikumus.

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" 6. panta pirmās daļas 2. punkta un 6. panta trešās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. daļēji apmierināt Lietuvas uzņēmēj sabiedrības Pieno Žvaigždes, AB iebildumu pret preču zīmes **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu 29. klases preču sarakstu šādā redakcijā: "*biezpiena sierīņi*";

2. daļēji apmierināt Latvijas uzņēmēj sabiedrības Tukuma Piens, AS iebildumu pret preču zīmes **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu 29. klases preču sarakstu šādā redakcijā: "*biezpiena sierīņi*";

3. daļēji apmierināt Latvijas uzņēmēj sabiedrības Preiļu siers, AS iebildumu pret preču zīmes **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu 29. klases preču sarakstu šādā redakcijā: "*biezpiena sierīņi*";

4. 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 **oranža krāsa** (krāsu zīme) (reģ. Nr. M 72 577) reģistrācijas atzīšanu par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu preču sarakstu saskaņā ar šī lēmuma rezolutīvās daļas 1., 2. un 3. punktā minēto.

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 30.³ 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 priekšsēdētājs /personiskais paraksts/ J. Bērzs

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ D. Liberte

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova