



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/2019/M 72 606-Ie  
(OP-2018-88)

## LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 18. aprīlī

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

2019. gada 22. martā 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 – RIPL) 60. panta noteikumiem, 2018. gada 20. jūlijā Somijas uzņēmēj sabiedrības ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniedzis profesionālais patentpilnvarnieks preču zīmju jomā G. Meržvinskis pret preču zīmes

**JOYCO** (telpiska preču zīme; turpmāk arī – telp.)



(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība GRAND CANDY LLC (Armēnija); pieteik. Nr. M-17-1415; pieteik. dat. 03.10.2017; reģ. Nr. M 72 606; reģ. (publ.) dat. – 20.04.2018; 28. un 30. kl. preces)

reģistrāciju Latvijā attiecībā uz daļu no 30. klases precēm.

Iebilduma pamatojumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības preču zīmēm:

grafiskajai zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942)



un grafiskajai zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165)



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

- apstrīdētā preču zīme **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) ir līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākajām pretstatītajām Kopienas (Eiropas Savienības; turpmāk arī – ES) preču zīmēm – grafiskajai zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) un grafiskajai zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165), kurām ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdētās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar attiecīgajām precēm dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, un šādu apstrīdētās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieka interesēm (LPZ 39.<sup>3</sup> pants).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 24.07.2018 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvei patentpilnvarniecei A. Fortūnai, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves patentpilnvarniece A. Fortūnas atbilde uz iebildumu saņemta 04.09.2018, un tā nākamajā dienā nosūtīta iebilduma iesniedzēja pārstāvim G. Meržvinskim. Iesniegtajā atbildē uz iebildumu apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve saskaņā ar LPZ 23. panta trešās prim daļas noteikumiem pieprasījusi iebilduma iesniedzējam iesniegt pierādījumus par abu pretstatīto agrāko preču zīmju faktisku izmantošanu ES.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāvja G. Meržvinska 29.08.2018 izteikto lūgumu, 05.09.2018 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

18.12.2018 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāvja G. Meržvinska iebilduma iesnieguma papildinājumi, un tajā pašā dienā tie nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvei A. Fortūnai.

Lietas izskatīšana tika uzsākta Apelācijas padomes sēdē 2019. gada 2. februārī, kurā piedalījās iebilduma iesniedzēja pārstāve patentpilnvarniece preču zīmju jomā K. Ostrovska un apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvis patentpilnvarnieks A. Fortūna. Apelācijas padome konstatēja, ka lietā iesniegtie pierādījumi par agrāko zīmju lietojumu Eiropas Savienībā nav pietiekami, tostarp daļa

materiālu nav atbilstoši noformēti. Apelācijas padome nolēma saskaņā ar RIIPL 50. panta trešo daļu uzaicināt iebilduma iesniedzēju līdz 01.03.2019 iesniegt trūkstošos pierādījumus, kā arī atbilstoši noformēt jau iesniegtos, par nākamo iebilduma izskatīšanas sēdes datumu nosakot 22.03.2019.

01.03.2019 saņemts iebilduma iesniedzēja pārstāves K. Ostrovskas iesniegums, kurā tiek lūgts turpmāk iebilduma lietu izskatīt bez iebilduma iesniedzēja pārstāvja klātbūtnes. Papildu pierādījumi no iebilduma iesniedzēja puses netika iesniegti.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās apstrīdētās preču zīmes īpašnieka puses pārstāvis patentpilnvarnieks J. Fortūna.

Nemot vērā iepriekš minēto iebilduma iesniedzēja pārstāves K. Ostrovskas iesniegumu, Apelācijas padome nolēma izskatīt iebilduma lietu iebilduma iesniedzēja puses prombūtnē, vadoties no lietā esošajiem materiāliem.

### Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā telpiskā preču zīme **JOYCO** (reģ. Nr. M 72 606) reģistrācijai pieteikta 03.10.2017 un reģistrēta 20.04.2018. Šī zīme ir rotaļlieta – stilizēta sēdoša panda, kas Preču zīmju reģistrā attēlota 6 atšķirīgos skatos (rakursos); uz pandas skausta novietota emblēma un uzraksts “JOYCO” bēšā krāsā, savukārt panda ķepā tur brūnu taisnstūra priekšmetu, kas atgādina šokolādes tāfelīti, ar uzrakstu “JOYCO”.

Šī zīme reģistrēta 28. un 30. klases precēm, bet iebildums ir vērstis tikai pret šādām 30. klases precēm: “aromatizētāji konditorejas izstrādājumiem, izņemot ēteriskās eļļas; vaniļins (vaniļas aizstājējs); vaniļa (garšviela); vafeles; saistvielas saldējuma pagatavošanai; glazūras saldās mīklas konditorejas izstrādājumiem; konditorejas izstrādājumi Ziemassvētku eglīšu rotāšanai; saldās mīklas konditorejas izstrādājumi, galvenokārt pildīti; mīklas konditorejas izstrādājumi; zemesriekstu konditorejas izstrādājumi; konditorejas izstrādājumi no mandelēm; saldēts jogurts (saldējums); kakao; kakao produkti; karameles (konfektes); lakricas standziņas (konditorejas izstrādājumi); konfektes, to skaitā piparmētru konfektes, dražejas un šokolādes konfektes; krekeri; ledus atdzesēšanai; dabisks un mākslīgs pārtikas ledus; karameles; bišu māšu peru pieniņš; saldējums; deserta uzpuņņi (konditorejas izstrādājumi); šokolādes uzpuņņi; piparmētras konditorejas izstrādājumiem; kakao dzērieni ar pienu; dzērieni uz kakao bāzes; šokolādes dzērieni ar pienu; šokolādes dzērieni; cepumi; sausie cepumi; pīrāgi; saldumi (konditorejas izstrādājumi); pulveri saldējuma pagatavošanai; pralinē; piparkūkas; pūdercukurs konditorejas izstrādājumiem; košļājamā gumija; saldā mīkla konditorejas izstrādājumiem; sorbeti (saldējums); halva; maize; šokolāde”.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

2.1. melnbaltu grafisku preču zīmi (reģ. Nr. EUTM 008285942; pieteik. dat. 07.05.2009; reģ. dat. 08.03.2010; publ. dat. 10.03.2010) – stilizētu (ar nesamērīgi lielu galvu) melnbaltu stāvošas pandas attēlu. Zīme reģistrēta 5., 35. un 41. klases precēm un pakalpojumiem, kā arī 30. klases precēm “kafija, tēja, kakao, cukurs, rīsi, tapioka, sāgo, kafijas aizstājēji; milti un labības produkti, maize, maizes un konditorejas izstrādājumi, saldējums; medus, melases sīrups; raugs, cepamais pulveris; sāls, sinepes; etiķis, garšvielu mērces; garšvielas; pārtikas ledus”;

2.2. melnbaltu grafisku preču zīmi (reģ. Nr. EUTM 008285165, pieteik. dat. 07.05.2009; reģ. dat. 10.11.2009; publ. dat. 16.11.2009) – stilizētu (ar nesamērīgi lielu galvu) melnbaltu guļošas pandas attēlu. Zīme reģistrēta 5., 35. un 41. klases precēm un pakalpojumiem, kā arī 30. klases precēm “kafija, tēja, kakao, cukurs, rīsi, tapioka, sāgo, kafijas aizstājēji; milti un labības produkti, maize, maizes un konditorejas izstrādājumi, saldējums; medus, melases sīrups; raugs, cepamais pulveris; sāls, sinepes; etiķis, garšvielu mērces; garšvielas; pārtikas ledus”.

3. Iebilduma iesniedzēja puse, atsaucoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 39.<sup>3</sup> panta pirmo daļu, lūdz atzīt preču zīmes **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) reģistrāciju Latvijā par spēkā neesošu un iebildumā un iesniegtajos papildmateriālos argumentē to šādi:

3.1. apstrīdētā preču zīme **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) ir pieteikta reģistrācijai 03.10.2017. Savukārt gan pretstatītā grafiskā zīme (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942), gan pretstatītā grafiskā zīme (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) pieteiktas reģistrācijai Eiropas Savienībā 07.05.2009. Līdz ar to var secināt, ka pretstatītās zīmes ir agrākas zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertās 30. klases preces, pret kurām ir vērsti iebildums, faktiski ir ietvertas agrāko zīmju vispārīgāk formulētajā 30. klases preču sarakstā vai ir uzskatāmas par ļoti līdzīgām agrāko zīmju precēm;

3.3. apstrīdētajā telpiskajā zīmē ir ietverts dzīvnieks – panda, kas attēlots dažādos skatos, un tas nešaubīgi ir atzīstams par šīs zīmes dominējošo elementu. Arī abu pretstatīto zīmju dominējošais elements ir pandas attēls, – vienā zīmē panda attēlota stāvus pozīcijā, otrā – pusguļus uz sāna. Apstrīdētajā zīmē ietvertā panda pēc tās vizuālā kopiespauda ir līdzīga agrāko zīmju pandas attēlam, jo tās izraisa un atstāj vienādu iespaidu, proti, tās ir smaidošas, to ķepiņas ir paceltas sveicienā, radot kopumā pozitīvu iespaidu. Preces, kuras tiek marķētas ar salīdzināmajām zīmēm, ir plaša patēriņa ikdienas pārtikas preces, kuras iegādājoties, patērētāji nepievērš pastiprinātu uzmanību atsevišķām zīmju detaļām. Līdz ar to vidusmēra patērētājs nepiešķirs vērību, kādā tieši pozīcijā panda bija attēlota vai kādā izmērā bija pandas ķermeņa daļas, bet tas noteikti atcerēsies kopējo vizuālo iespaidu, kas salīdzināmo zīmju gadījumā ir vienāds.

Salīdzināmo zīmju līdzību nemazina apstākļi, ka apstrīdētajā zīmē uz pandas skausta attēlots uzraksts “JOYCO”. Ir jāņem vērā, ka šis uzraksts attēlots uz pandas mugurpusē, kuru, visticamāk, patērētāji pat neredzēs, jo attiecīgā rotaļlieta veikala plauktos būs redzama pretskatā. Tādējādi salīdzināmās zīmes ir uzskatāmas par līdzīgām arī fonētiski, jo, lai norādītu uz pretstatītajām grafiskajām zīmēm, kā arī uz apstrīdēto zīmi, patērētāji visdrīzāk atsauksies uz šajās zīmēs ietverto dzīvnieku – pandu.

Par salīdzināmo zīmju konceptuālo (semantisko) līdzību var spriest, izejot no iebilduma iesniedzēja agrākajās zīmēs ietvertā attēla satura, kas ir panda. Lāča – pandas attēls ir visiem labi zināms, tādējādi, to ieraugot, lielākajai daļai Latvijas patērētāju radīsies tūlītējas vizuālas asociācijas ar dzīvnieku pandu un, konkrēto preču kontekstā, ar Somijas uzņēmumu ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB;

3.4. līdz ar to, salīdzināmajām zīmēm pastāvot līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot tās vai uztverot kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka ar šīm zīmēm marķētas preces piedāvā viena un tā pati uzņēmēj sabiedrība. Patērētāji daudz labāk atceras preču zīmju līdzīgās pazīmes nekā atšķirības starp tām, un šajā gadījumā patērētāju atmiņā dominēs pandas tēls, kurš ir smaidīgs un izsauc pozitīvas emocijas;

3.5. pretstatītās grafiskās zīmes (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) un (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) tiek izmantotas attiecībā uz šokolādes un lakricas izstrādājumiem, turklāt tās ir apveltītas ar reputāciju Eiropas Savienībā. To apliecina šādi fakti un pierādījumi:

3.5.1. iebilduma iesniedzējs ir viens no atpazīstamākajiem Somijas saldumu ražotājiem un var lepoties ar gandrīz 100 gadu pieredzi cukura izstrādājumu izgatavošanā. Kopš 1986. gada tas ir kļuvis par Somijas lakricas industrijas līderi. Uzņēmums savu darbību sāka 1920. gadā zem tā toreizējā nosaukuma SOK. 1952. gadā tika radīts zīmols **PANDA**, un ar periodiski modernizētu stilizēto pandas attēlu tas ir saglabāts līdz pat mūsdienām:



Bez lietā pretstatītajām grafiskajām preču zīmēm pandas attēls ir nostiprināts arī šādās iebilduma iesniedzēja preču zīmju reģistrācijās:

**(pandas attēls)** (reģ. Nr. EUTM 016318859):



**LAKRITSIA VAAJAKOSKELTA** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 016314353):



**Panda** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 000591297):



Ar apzīmējumu “Panda” marķēto saldumu popularitātes rezultātā arī pats uzņēmums 1961. gadā ieguva šo nosaukumu, kļūstot par Panda Chocolate Factory SOK Vaajakoski. 2005. gadā šī fabrika kļuva par vienu no ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB uzņēmumiem (*iesniegtas izdrukas no Interneta vietnēm [www.panda.fi](http://www.panda.fi) un [www.orklacs.fi](http://www.orklacs.fi), kā arī izdrukas no Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) datubāzes “eSearch”*);

3.5.2. vārdiskā preču zīme **PANDA** un pandas attēls uz iebilduma iesniedzēja ražotajiem šokolādes un lakricas izstrādājumiem tiek izmantoti kopš šī zīmola radīšanas brīža 1950. gados. Pretstatītās grafiskās zīmes (**(pandas attēls)** (reģ. Nr. EUTM 008285942) un (**(pandas attēls)** (reģ. Nr. EUTM 008285165) uz iebilduma iesniedzēja precēm parādījās 2007. gadā. Savukārt, kā liecina iebilduma iesniedzēja rīcībā esošie produktu katalogi, izstrādājumi, kas marķēti ar vārdisko zīmi **PANDA**, tiek reklamēti un piedāvāti tirdzniecībā vismaz kopš 2000. gada, lai gan šīs vārdiskās zīmes lietojums nenoliedzami ir daudz senāks. No lietā iesniegtajiem katalogiem izriet, ka iebilduma iesniedzēja zīmola konceptu veido gan vārdiskā preču zīme **PANDA**, gan pandas attēls. Arī iebilduma iesniedzēja produkcijas klāstā ietilpst mīkstās rotaļlietas – pandas (*iesniegtas izdrukas no Interneta vietnes [www.orklacs.fi](http://www.orklacs.fi), kā arī kopijas no iebilduma iesniedzēja katalogiem, kas datēti ar 2000., 2007., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. un 2017. gadu*);

3.5.3. no ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB ģenerāldirektora vietnieka Pasi Flinkmana 2017. gada 31. augustā parakstītā apliecinājuma izriet, ka pretstatītās grafiskās preču zīmes ar pandas attēlu tiek izmantotas:

- kopš 2007. gada, piemēram, uz šokolādes-lakricas dražejām “PANDA SUKLAALAKURAE”, konfektēm “PANDA MINIMIX”, lakricām “PANDA LAKUMIX”, uz tumšās šokolādes “PANDA TUMMA SUKLAA”, piena šokolādes “PANDA MAITOSUKLAA”, uz Indijas riekstiem šokolādē “PANDA CASHEWPÄHKINÄ”;

- kopš 2008. gada, piemēram, uz rozīnēm šokolādē “PANDA SUKLAARUSINA”, sālās lakricas produktiem “PANDA PEPE SALMIAK”, lakricas produktiem ar bumbiera garšu “PANDA PEPE PÄÄRYNÄ”, lakricas kumosiem ar pildījumu “PANDA LAKUPALA”;
- kopš 2009. gada uz lakricas kumosiem ar šokolādes pārklājumu “PANDA DUELLO”;
- kopš 2010. gada uz šokolādes-lakricas dražejām “PANDA POP SUKLAALAKURAE” un šokolādes maisījuma “PANDA SUKLAAMIX CLASSIC”.

Kopš 2014. gada iebilduma iesniedzējs arī Latvijā pārdod zīmola **PANDA** preces. 2014. gadā tas notika caur vietējo vairumtirgotāju Latfood, un piegādāto preču apjoms sasniedza apmēram 26 000 kg. Attiecīgās preces bija **Panda Smoothie** un šokolādes dražejas **Panda Pop**. Pēc 2014. gada šīs preces Latvijas tirgū tiek izplatītas un pārdotas ar somu kooperatīva SOK veikalu starpniecību (*iesniegta kopija no minētā iebilduma iesniedzēja apliecinājuma un tā tulkojums latviešu valodā*);

3.5.4. pretstatīto zīmju (pandas attēlu) reputāciju apliecina neatkarīgā tirgus izpētes uzņēmuma Taloustutkimus Oy 2012. un 2013. gadā Somijā veiktie tirgus pētījumi, kas veikti, lai noskaidrotu, kā patērētāji (salīdzinājumā ar līdzīgām citu ražotāju precēm) atceras, atpazīst, lieto un vērtē šokolādes un lakricas izstrādājumus, kas tostarp marķēti ar pandas attēlu (*iesniegti abu minēto pētījumu kopsavilkumi*). Pētījumos citstarp secināts, ka gan 2012., gan 2013. gadā trīs ceturtdaļas respondentu – pārliecinošs vairākums –, lūgti nosaukt tiem zināmus lakricas ražotājus, spontāni identificē tieši zīmolu **PANDA**. Ar ievērojamu atstarpi otrajā un trešajā vietā ierindojas attiecīgi **Fazer** un **Halva** zīmoli. Turklāt ar zīmolu **PANDA** marķētajiem lakricas izstrādājumiem patērētāji dod izteiktu priekšroku – gan 2012., gan 2013. gadā 40% respondentu tos atzina par savu pirmo izvēli, bet 75% respondentu zīmolu **PANDA** ierindoja izvēles pirmajā trijniekā.

Runājot par šokolādi un tās izstrādājumiem, 2012. gada tirgus izpētes dati liecina, ka Somijā atpazīstamākais zīmols šajā jomā ir **Fazer**, taču pirmajā trijniekā ir ierindots arī **PANDA**. No 2011. uz 2012. gadu novērojams ar **PANDA** preču zīmēm marķēto šokolādes izstrādājumu pircēju skaita pieaugums.

Nemot vērā, ka tika aptaujāti vairāk nekā 1000 somi vecumā no 15 līdz 64 gadiem, ir pamats uzskatīt, ka iegūtie dati ir pietiekami, lai atainotu vidējā Somijas patērētāja attiecīgo preču iegādes paradumus. Tādējādi pētījumos noskaidrotais, ka zīmolu **PANDA** spontāni identificē 75% respondentu (un tas ir krietni lielāks skaitlis nekā konkurējošajiem zīmoliem), nepārprotami norāda uz iebilduma iesniedzēja preču zīmju iegūto reputāciju Somijā;

3.5.5. zīmols **PANDA** – gan vārdiskā, gan grafiskā izpildījumā – plaši un ilgstoši ir reklamēts video koplietošanas tiešsaistes sociālā tīkla tīmekļa vietnē *YouTube*. Iebilduma iesniedzēja oficiālajā *YouTube* kanālā “Panda Lakritsi & Suklaa” (“Panda Lakrica & Šokolāde” – *tulk.*) kopš 2009. gada ir publicēts vismaz simts jebkuram skatītājam brīvi pieejamu videoklipu vai reklāmu, kurās izmantotas “Panda” preču zīmes vārdiskā un/vai grafiskā izpildījumā. Šie videoklipi kopumā ir noskatīti vairāk nekā miljons reižu (*iesniegti ekrānuuzņēmumi no video koplietošanas tiešsaistes sociālā tīkla tīmekļa vietnes YouTube par videoklipiem kanālā “Panda Lakritsi & Suklaa”*);

3.5.6. laikā no 2014. līdz 2016. gadam iebilduma iesniedzēja produkcija plaši tikusi reklamēta visā Somijas teritorijā ar Interneta, dažādu televīzijas kanālu, ielu reklāmas stendu un arī preses izdevumu starpniecību (*iesniegts ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB darbinieka Rabbe Wikström 2017. gada 14. augustā apliecināts apkopojums par produkcijas “PANDA” reklamēšanu minētajā laika periodā; apkopojums cita starpā satur informāciju par reklamēto produktu, reklāmas veidu un par reklāmas publicēšanas sākuma un beigu datumiem*);

3.5.7. zīmola **PANDA** popularitāte ir veicināta arī citās Eiropas Savienības dalībvalstīs, piemēram, Lielbritānijā. Tur iebilduma iesniedzējs ir uzņēmies atbalstīt Ķīnas pandas lāču aprūpi Edinburgas zooloģiskajā dārzā, kā arī par godu prinča Viljama 30. dzimšanas dienai publiskajā telpā izveidojis prinča Viljama portretu no lakricas **PANDA** gabaliņiem, tādējādi nonākot mediju uzmanības lokā un ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību sasniedzot lielu patērētāju skaitu Lielbritānijas teritorijā (*iesniegta 04.01.2012 publikācija “Pandamonium!” no Interneta vietnes [www.naturalproductsonline.co.uk](http://www.naturalproductsonline.co.uk) un 09.04.2012 publikācija “Liquorice mural of William created” no Interneta vietnes [www.belfasttelegraph.co.uk](http://www.belfasttelegraph.co.uk)*). Turklāt zīmols **PANDA** ir ticis pārstāvēts Lielbritānijas

mērogā nozīmīgās tirdzniecības izstādēs un ir augstu novērtēts patērētāju un pārtikas ekspertu vidū (*iesniegtas izdrukas no Interneta vietnes [www.naturalproductsonline.co.uk](http://www.naturalproductsonline.co.uk)*);

3.5.8. iebilduma iesniedzēja produkcija “PANDA” ir izplatīta un popularizēta arī tādās ES valstīs kā Dānijā, Vācijā, Itālijā, Nīderlandē un Zviedrijā. Par to liecina dažādas publikācijas un reklāmas materiāli, tostarp meklētājā “google” atlasītie attēli laika posmā no 2011. – 2017. gadam (*iesniegtas izdrukas ar apkopotu informāciju par iebilduma iesniedzēja aktivitātēm minētajās ES valstīs*);

3.5.9. par iebilduma iesniedzēja produkcijas “PANDA” popularitāti Vācijā liecina arī tas, ka laika posmā no 2011. - 2016. gadam pārtikas preču veikalos ir pārdoti vairāk nekā 95 tūkst. kilogramu lakricas un šokolādes izstrādājumu, savukārt laika posmā no 2011. - 2018. gadam beznodokļu mazumtirdzniecības veikalos, kas ir pieejami ceļotājiem, ir pārdoti vairāk kā 1 milj. kg lakricas un šokolādes izstrādājumu (*iesniegtas izdrukas, kurās tabulu veidā atspoguļoti dati par preču “PANDA” tirdzniecības apjomiem kilogramos, tostarp ietverti produkcijas iepakojumu attēli*);

3.5.10. iebilduma iesniedzēja produkcijas “PANDA” popularitāte tiek veicināta ar dažādu reklāmas materiālu un pasākumu palīdzību, piemēram, ir tikuši iekārtoti reklāmas stendi vai novietoti plakāti un bukleti tirdzniecības vietās. Pandas tēls saistībā ar lakricas un šokolādes izstrādājumiem tiek popularizēts ne tikai attēlu veidā, bet arī tiek pievienots pie produktiem kā suvenīrs mīkstās rotaļlietas veidā. Iebilduma iesniedzēja produkti tiek popularizēti kā dabīgi izstrādājumi, bez veselībai kaitīgām vielām, kas tiek augstu novērtēts to patērētāju vidū, kas pievērš uzmanību veselīgam uzturam. Iebilduma iesniedzējs rīko dažādas akcijas savu produktu noieta veicināšanai, piemēram, piedāvājot produktus par pazeminātām (akcijas) cenām, veicinot produktu atpazīstamību gan sociālajos tīklos, gan piedaloties dažādos pasākumos (*iesniegtas izdrukas ar reklāmas materiāliem un daudziem produkcijas “PANDA” iepakojumu paraugiem*);

3.5.11. par iebilduma iesniedzēja produkcijas “PANDA” atpazīstamību Latvijā liecina tas, ka vairāki lakricas un šokolādes izstrādājumi ir tikuši piedāvāti veikalos “Stockmann” un “Cenu klubs”. Veikala “Stockmann” Interneta mājaslapā ir tikusi publicēta informācija, ka somi našķojas ne tikai ar lakricu, bet arī ar šokolādes konfekšiem, un viens no populārākajiem zīmoliem kopš 2004. gada ir “Panda” (*iesniegtas izdrukas no minēto veikalu Interneta mājaslapām, kā arī iesniegta fotogrāfija ar trīs dažādiem iepakojumiem “Panda” un 12.12.2018 čeku, kas apliecina šo produktu iegādi veikalā “Stockmann”*). Iebilduma iesniedzēja produkcija ir pieminēta arī citās publikācijās latviešu valodā. Piemēram, avenu lakricas izstrādājumi “Panda” ir pieminēti kā produkti bez augsta fruktozes sīrupa un nekā mākslīga (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas <http://lv.health-full.com> ar minēto rakstu*). Saldumi “PANDA” ir minēti žurnāla “Rīgas Laiks” Interneta mājaslapā publicētā rakstā “Melnā konfekšdiena”, norādot, ka tos ir iecienījusi arī somu prezidente Tarja Halonena un ka “Panda” ir ietekmīgs saldumu ražotājs (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas <https://www.rigaslaiks.lv> ar minēto rakstu*). Arī Latvijas uzņēmums “Kiilto” savā Interneta mājaslapā ir publicējis rakstu, kurā ir minējis par tā veiksmīgu sadarbību ar saldumu ražotāju “Panda” (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas <http://www.kiilto.lv> ar minēto rakstu*);

3.6. ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieks var negodīgi izmantot agrāko zīmju atšķirtspēju vai reputāciju, liekot patērētājiem uzskatīt, ka attiecīgās preces piedāvā iebilduma iesniedzējs vai ka tās ir kaut kādā veidā saistītas ar iebilduma iesniedzēju. Citiem vārdiem, apstrīdētās zīmes īpašnieks var iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu no pretstafīto zīmju īpašnieka zīmēm, piesaistot patērētāju uzmanību uz jau atpazīstamu preču zīmju rēķina. Tāpat apstrīdētās zīmes lietošana var ietekmēt zīmola “PANDA” līdera pozīcijas attiecīgajā preču segmentā, tādējādi tiktu mazināta iebilduma iesniedzēja zīmola “PANDA” vērtība.

4. Apstrīdētās preču zīmes **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) īpašnieks (tā pārstāvji) iebildumu neatzīst un lūdz to noraidīt, pamatojoties uz šādiem argumentiem:

4.1. salīdzināmās zīmes nav tik līdzīgas, lai būtu iespējama to sajaukšana. Kaut arī salīdzināmās zīmes satur pandas tēlu, to vizuālais kopiespaids ir atšķirīgs, jo satur virkni būtisku atšķirību:

- apstrīdētā zīme ir telpiska, un tajā ir redzams, ka panda ir rotaļlieta, turpretī agrākajās zīmēs panda ir attēlota ar neproporcionāli lielu galvu un sīku pārējo ķermeņa daļu atveidu;
- apstrīdētajā zīmē panda ir sēdus pozīcijā, bet agrākajās zīmēs – vienā zīmē panda ir stāvus pozīcijā, bet otrā – guļus uz sāniem;
- apstrīdētajā zīmē pandai viena priekšķepa ir pacelta sveicienā, bet otra ir saliekta priekšā. Turpretī pretstatītajās zīmēs – vienā zīmē panda ir guļus atspiedusies uz vienas ķepiņas, bet otra ķepiņa ir izstiepta uz sāniem, savukārt otrajā zīmē abas ķepas ir izstieptas uz sāniem;
- apstrīdētajā zīmē pandai vienā ķepā ir brūns taisnstūrveida priekšmets, kāda nav pretstatītajās zīmēs redzamajai pandai;
- apstrīdētajā zīmē gan uz pandas ķepā esošā priekšmeta, gan uz pandas skausta ir skaidri redzams un viegli izlasāms vārdiskais apzīmējums “JOYCO”, kāda nav pretstatītajās zīmēs;
- apstrīdētajā zīmē redzamajai pandai ir lielas un ovālas acis, turpretī pretstatītajās zīmēs pandas acis ir apaļas un – salīdzinājumā ar melno plankumu ap acīm – nelielas;
- apstrīdētajā zīmē redzamajai pandai ir pavērta un sarkana mutīte, bet pretstatītajās zīmēs pandas mute ir attēlota šauras svītriņas veidā;
- apstrīdētajā zīmē redzamās pandas melnajām ķepām ir balta ķepu iekšpuse, turpretī pretstatītajās zīmēs redzamajai pandai ķepiņas ir pilnībā melnas;
- apstrīdētajā zīmē redzamās pandas ausis ir melnas ar baltu plankumu, bet pretstatītajās zīmēs pandas ausis ir pilnībā melnas;

4.2. ievērojot to, ka apstrīdētā zīme ietver vārdisko apzīmējumu “JOYCO”, bet pretstatītās zīmes vārdiskus apzīmējumus nesatur, zīmes nav salīdzināmas fonētiski;

4.3. kaut arī salīdzināmās zīmes satur vienu un to pašu dzīvnieku, proti, pandu, šajā gadījumā šo zīmju konceptuālā līdzība nav pietiekama, lai izraisītu zīmju sajaukšanas iespēju. Dzīvnieka attēls pats par sevi nevar būt kāda komersanta izņēmuma tiesību objekts, jo to var attēlot ļoti dažādi. Šajā lietā apstrīdētās zīmes kopējā grafiskā kompozīcija ir būtiski atšķirīga no agrāko zīmju pandas attēlojuma;

4.4. arī Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO; iepriekš – *Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB)*) Iebildumu nodaļa un Apelācijas padomes ir izskatījušas vairākus preču zīmju strīdus, kas ir līdzīgi šai lietai:

- salīdzinot divas preču zīmes, kurās ir attēloti dzīvnieki – vērsis un bullis, tika norādīts, ka: 1) zīmes vizuāli ir atšķirīgas, jo tām ir atšķirīga grafiskā kompozīcija, un kopiespaids, ko tās izraisa patērētājiem, ir pilnīgi citāds; 2) dzīvnieka attēls pats par sevi kā tāds nevar būt izņēmuma tiesību objekts, jo to var attēlot ļoti daudz un dažādos veidos. Līdz ar to zīmju konceptuālā līdzība nav pietiekama, jo tikai asociācijas rašanās iespēja vien, kas sabiedrībai varētu rasties zīmju analogā semantiskā satura dēļ, pati par sevi nav pietiekama, lai izraisītu zīmju sajaukšanas iespēju; 3) zīmes nav līdzīgas, jo katrā no tām attēlotā buļļa (vērsa) atšķirības ir daudz nozīmīgākas par preču zīmju līdzīgajiem elementiem. Pat, ja [25. klases] preces ir identiskas, zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv (*skat. EUIPO Apelācijas padomes 12.12.2005 lēmumu lietā Nr. R 0273/2004-4, 18., 21. un 23. punktu*) (*iesniegts minētais EUIPO Apelācijas padomes lēmums*);
- salīdzinot figurālu un telpisku preču zīmi, kuras satur zaķa attēlu, tika norādīts, ka, ievērojot to, ka agrākā zīme sastāv no tēla ar nelielu tēlainības pakāpi, pats fakts, ka divas preču zīmes ir konceptuāli līdzīgas, nav pietiekams, lai patērētājiem radītu to sajaukšanas iespēju (*skat. EUIPO Iebildumu nodaļas 29.05.2013 lēmumu lietā Nr. B 1 962 847, f) apakšpunktu*) (*iesniegts minētais EUIPO Iebildumu nodaļas lēmums*);
- salīdzinot divas figurālas un telpisku preču zīmi, kuras satur zaķa attēlu, tika uzskatīts, ka konceptuāli zīmes ir līdzīgas, taču to vizuālā līdzība ir vienā gadījumā zema, bet otrā – tās vispār nav (*skat. EUIPO Apelācijas padomes 09.11.2010 lēmumu lietā Nr. R 806/2009-4, 19. un 34. punktu*) (*iesniegts minētais EUIPO Apelācijas padomes lēmums*);

4.5. pandas attēls ir ietverts daudzās Eiropas Savienības preču zīmju reģistrācijās, kuras attiecas uz konditorejas izstrādājumiem vai tiem līdzīgām precēm un pieder dažādiem īpašniekiem, piemēram: **ASIAKI ASIAN KITCHEN** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 017895050), **KIKISTAR** (fig.)



(reģ. Nr. EUTM 015969281), (**pandas galvas attēls**) (fig.) (reģ. Nr. EUTM 016682585), **SUSHI panda** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 015784176), (**pandas galvas attēls**) (fig.) (reģ. Nr. EUTM 014971816), **Active Panda** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 015889661), **Panda** (fig.) (reģ. Nr. EUTM 010148881). Līdz ar to nevar apgalvot, ka tikai iebilduma iesniedzējam pieder pandas attēlu saturošas preču zīmes (*iesniegtas preču zīmju izdrukas no EUIPO preču zīmju datu bāzes "eSearch"*);

4.6. ņemot vērā, ka salīdzināmās zīmes nav uzskatāmas par līdzīgām, nav izšķirošas nozīmes šo zīmju preču salīdzinājumam;

4.7. LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumi nav piemērojami šajā lietā arī tāpēc, ka iebilduma iesniedzējs nav iesniedzis pietiekamus pierādījumus par iebildumā pretstatīto preču zīmju izmantošanu Eiropas Savienībā:

4.7.1. faktiem par pretstatīto preču zīmju lietojumu, kas izriet no lietā iesniegtā ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB ģenerāldirektora vietnieka Pasi Flinkmana apliecinājuma, ir zema ticamība, jo tos ir apliecinājusi lietā ieinteresētā persona. Šādu faktu ticamība ir augstāka, ja tos apstiprina citi lietā iesniegtie papildu materiāli;

4.7.2. lietā iesniegtie dati, kas raksturo preču ar pretstatītajām zīmēm realizācijas apjomus, piemēram, dati, kas tabulas veidā apkopoti par Vācijas tirgu, nav atbilstoši apliecināti. Nav skaidrs, kas šos datus ir sagatavojis, līdz ar to pastāv šaubas par to patiesumu;

4.7.3. no lietas materiāliem izriet, ka iebilduma iesniedzējs izmanto dažādus pandas attēlus. Līdz ar to daļa materiālu atspoguļo pilnīgi citu iebilduma iesniedzēja preču zīmju lietojumu. Savukārt daļa materiālu attiecas vispārīgi uz iebilduma iesniedzēja produkciju, tādēļ tie nav attiecināmi tieši uz lietā pretstatīto grafisko zīmju lietojumu. Piemēram, apkopojums par reklāmas pasākumiem laikā no 2014. līdz 2016. gadam satur vispārīgu norādi "PANDA", līdz ar to nav skaidrs, kuras tieši preču zīmes un kādus produktus iebilduma iesniedzējs ir reklamējis;

4.7.4. nevar ņemt vērā lietā iesniegtos neatkarīgā tirgus izpētes uzņēmuma Taloustutkimus Oy 2012. gada maijā un 2013. gada maijā Somijā veiktos tirgus pētījumus. Pirmkārt, šie pētījumi neattiecas uz izvērtējamo laika periodu, kas ir pēdējie pieci gadi pirms iebilduma iesniegšanas (19.07.2013. – 19.07.2018). Otrkārt, pat ja aptaujās citastarp ir norādīts, ka iebilduma iesniedzēja produkcijas atpazīstamība ir noskaidrota, tostarp uz precēm, kas marķētas ar pandas attēlu, tas vēl neaplicina tieši pretstatīto grafisko zīmju lietojumu un atpazīstamību. Nav mazsvarīgi, ka iebilduma iesniedzējs izmanto dažādus pandas attēlus, kas savstarpēji pietiekami būtiski atšķiras. Treškārt, minētie pētījumi nesatur informāciju par veikto aptauju metodiku, kam var būt būtiska ietekme uz aptaujas rezultātu – piemēram, nav informācijas, kādi tieši jautājumi tika uzdoti un kādā veidā;

4.7.5. liela daļa materiālu ir somu valodā vai citās svešvalodās, kas apgrūtina izprast attiecīgos materiālus – piemēram, uz kādām tieši precēm attiecīgās preču zīmes ir tikušas izmantotas;

4.8. ņemot vērā iepriekš minētos trūkumus un nepilnības iebilduma iesniedzēja iesniegto pierādījumu sakarā, nav arī pierādīts, ka pretstatītajām grafiskajām preču zīmēm piemistu reputācija Eiropas Savienībā.

### Motīvu daļa

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

2. Iebilduma iesniedzējs ir atsaucies uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja sakarā ar šīs preču zīmes identiskumu

vai līdzību citas personas agrākai preču zīmei un attiecīgo preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. Saskaņā ar LPZ 23. panta trešo prim daļu, ja iebildums ir pilnībā vai daļēji pamatots ar agrāku preču zīmi (7. panta otrā daļa), pēc kuras reģistrācijas ir pagājuši ne mazāk kā pieci gadi, apstrīdētās preču zīmes īpašnieks ir tiesīgs pieprasīt, lai iebilduma iesniedzējs iesniedz acīmredzamus un pietiekamus pierādījumus par šīs agrākās preču zīmes faktisku izmantošanu atbilstoši LPZ 23. panta noteikumiem. Apelācijas padome neņem vērā attiecīgos iebilduma pamatojumus, ja pēc pieprasījuma šādi pierādījumi nav iesniegti vai ja tādu nav par pēdējiem pieciem gadiem pirms iebilduma iesnieguma iesniegšanas. Ja agrākā zīme tikusi izmantota tikai saistībā ar daļu no precēm vai pakalpojumiem, kuriem tā reģistrēta, Apelācijas padome izskata iebilduma pamatojumus tikai attiecībā uz tām precēm un pakalpojumiem, par kuriem iesniegti pierādījumi par zīmes faktisku izmantošanu.

4. Pieprasījums iesniegt acīmredzamus un pietiekamus pierādījumus par grafisko pretstatīto Eiropas Savienības preču zīmju (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) un (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) faktisku izmantošanu iesniegts atbildei uz iebilduma iesniegumu paredzētajā laikā, līdz ar to tas uzskatāms par iesniegtu termiņā.

5. LPZ 39.<sup>4</sup> panta pirmā daļa nosaka, ka, ja, pamatojoties uz agrāku Kopienas preču zīmi, iesniegts iebilduma iesniegums pret preču zīmes reģistrāciju (18. pants) un apstrīdētās preču zīmes īpašnieks izmanto tiesības pieprasīt pierādījumus par agrākās preču zīmes izmantošanu (23. panta trešā prim daļa), jāievēro Padomes regulas Nr. 207/2009 15. panta noteikumi.

Padomes 2009. gada 26. februāra regula (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (kodificēta versija) ir atcelta. Tās vietā no 01.10.2017 ir piemērojama EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULA (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (kodificēta redakcija), kuras 18. panta 1. punktā ir noteikts, ka, ja piecos gados pēc ES preču zīmes reģistrācijas tās īpašnieks nav sācis šo preču zīmi Savienībā patiesi izmantot saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz ko tā ir reģistrēta, vai ja tās izmantošana ir pārtraukta uz nepārtrauktu piecu gadu laikposmu, uz ES preču zīmi attiecina šajā regulā paredzētās sankcijas, ja vien šai neizmantošanai nav pamatotu iemeslu.

6. No iebilduma lietā esošajiem materiāliem var konstatēt, ka pretstatītā grafiskā ES preču zīme (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) reģistrēta 08.03.2010, bet pretstatītā grafiskā ES preču zīme (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) reģistrēta 10.11.2009. Tātad iebilduma iesnieguma iesniegšanas brīdī (20.07.2018) kopš minēto pretstatīto zīmju reģistrācijas ir pagājuši vairāk nekā pieci gadi, tādēļ apstrīdētās zīmes īpašnieka puse ir pamatoti pieprasījusi, lai iebilduma iesniedzējs iesniegtu pierādījumus par pretstatīto zīmju izmantošanu Eiropas Savienībā.

7. Vadoties no Eiropas Savienības tiesu judikatūras, lai konstatētu preču zīmes faktisku izmantošanu Eiropas Savienībā, attiecīgajai personai jāpierāda:

- preču zīmes izmantošanas veids, proti, ka izmantota ir tieši reģistrētā preču zīme, vienlaikus ņemot vērā, ka par preču zīmes izmantošanu uzskata arī tādas preču zīmes lietošanu, kas atsevišķos nebūtiskos elementos atšķiras no reģistrētās preču zīmes, ja zīmes formā pieļautās izmaiņas neiespaido zīmes atšķirīgo raksturu un atšķirtspēju;
- preču zīmes izmantošanas laiks, proti, ka tā ir izmantota pēdējo piecu gadu laikā pirms iebilduma iesnieguma iesniegšanas;
- preču zīmes izmantošanas vieta, proti, ka preču zīme ir izmantota Eiropas Savienībā;
- preču zīmes izmantošanas apjoms, proti, ka zīmes izmantošana atbilst mērķim iegūt vai uzturēt tirgū noteiktu vietu attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem.

8. Novērtējot iesniegto dokumentu kopumu par grafiskās preču zīmes (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) un grafiskās preču zīmes (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) faktisko izmantošanu izvērtējamajā laika periodā (19.07.2013 - 19.07.2018), Apelācijas padome secina:

8.1. uz izvērtējamo laika periodu un grafiskajām preču zīmēm (**pandas attēls**) attiecas iebildumam pievienotie iebilduma iesniedzēja produkcijas katalogi "Panda" somu valodā 2013. gadam

un 2014. gadam, kā arī 5-8/2015, kuros redzami ar grafiskajām zīmēm (**pandas attēls**) marķēti lakricas un šokolādes izstrādājumi. Pandas attēli – stāvus, sēdus un citās pozīcijās ir attēloti gan uz pašu preču iepakojumiem, gan katalogu noformējumā.

Kaut arī minētajos katalogos redzamais pandas attēlojums no pozīciju viedokļa nav tas pats, kāds ir reģistrētajās pretstatītajās zīmēs (vienā zīmē panda ir stāvus pozīcijā, bet otrā – uz sāna guļoša), Apelācijas padomes ieskatā tās nav tik būtiskas atšķirības. Apelācijas padome piešķir nozīmi tam, ka attiecīgā panda attēlota ar nesamērīgi lielu galvu un sīkām pārējām ķermeņa daļām, kas savukārt pilnībā atbilst reģistrētajām pretstatītajām zīmēm.

Pretstatītajās zīmēs ietvertais pandas tēls ir redzams arī dažos iebilduma iesniedzēja video koplietošanas tiešsaistes sociālā tīkla tīmekļa vietnes *YouTube* iebilduma iesniedzēja oficiālajā kanālā “Panda Lakritsi & Suklaa” publicētajos videoklipos. Videoklipi ir somu valodā, un to ievietošanas laiks ir dažāds, bet vismaz pirms 4 un 5 gadiem ievietotie klipi liecina par pretstatīto grafisko preču zīmju (**pandas attēls**) izmantošanu Somijā pēdējo piecu gadu laikā.

Pretstatītajās zīmēs ietvertais pandas tēls ir arī redzams dažās publikācijās, reklāmas materiālos uz produkcijas iepakojuma un iepakojumu paraugos, kas adresēti patērētājiem Dānijā (12.06.2016 publikācija “Panda Lakrids”), Zviedrijā (publikācija žurnālā “*BRANDNEWS*”, Nr.5/2017), Vācijā (26.10.2016 veikta izdruka ar iepakojumu attēliem) un attiecas uz izvērtējamo laika periodu;

8.2. lietā iesniegtie neatkarīgā tirgus izpētes uzņēmuma Taloustutkimus Oy pētījumi par Somijas konditorejas tirgu, lai noskaidrotu, kā patērētāji (salīdzinājumā ar līdzīgām citu ražotāju precēm) atceras, atpazīst, lieto un vērtē šokolādes un lakricas izstrādājumus, kas marķēti ar preču zīmēm **PANDA**, tostarp ar pandas attēlu, ir veikti 2012. gada maijā un 2013. gada maijā, tātad pirms izvērtējamā laika perioda. Turklāt Apelācijas padome var piekrist apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvim, ka šiem aptaujas rezultātiem šajā lietā nav nozīmes arī tāpēc, ka no aptauju ievadā vai kopsavilkumā ietvertās informācijas neizriet, par kādu tieši iebilduma iesniedzēja komercdarbībā izmantoto pandas attēlu iet runa. No lietas materiāliem izriet, ka iebilduma iesniedzējs ir reģistrējis preču zīmes (skat. šī lēmuma aprakstošās daļas 3.5.1. apakšpunktu) un izmanto komercdarbībā pandas attēlus, kas stilistiski atšķiras no pretstatītajās zīmēs ietvertā pandas atveidojuma. Tātad aptaujas rezultāti skaidri neatspoguļo tieši pretstatīto grafisko zīmju atpazīstamību Somijā;

8.3. līdzīgi apsvērumi ir attiecināmi uz uzņēmēj sabiedrības ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB sagatavoto apkopojumu par zīmola **PANDA** reklamēšanu Somijā laikā no 2014. līdz 2016. gadam. Minētajā apkopojumā ir vispārīga atsauce uz produktu “Panda”, līdz ar to no tā nevar secināt, tieši kuras iebilduma iesniedzēja preču zīmes un kādi produkti ir tikuši reklamēti Somijā;

8.4. attiecībā uz preču zīmju izmantošanas kvantitatīvo apmēru lietā ir norādīti dati par piegādāto preču apjomu Latvijā 2014. gadā, proti, ir tikušas piegādātas preces **Panda Smoothie** un šokolādes dražejas **Panda Pop** apmēram 26 000 kg apjomā. Lietā ir iesniegtas izdrukas no veikalu “Stockmann” un “Cenu klubs” Interneta mājaslapām, kurās vismaz “Cenu kluba” gadījumā ir redzamas konfektes “Panda Pop Jelly” ar pretstatītajās zīmēs ietverto pandas attēlu. Tomēr izdrukām nav datējuma. Arī čeks par veikto pirkumu veikalā “Stockmann” attiecas uz 12.12.2018 un produkciju, kura nesatur pretstatītajās zīmēs ietverto pandas attēlu. Līdz ar to lietā nav iesniegti nekādi materiāli, piemēram, rēķini, kas apliecinātu minēto preču realizācijas faktu Latvijā.

Par pretstatīto preču zīmju izmantošanas kvantitatīvo apmēru Vācijā ir iesniegtas tabulas, kurās apkopoti dati, tostarp šie materiāli satur attēlus no produkcijas iepakojumiem ar pretstatītajās zīmēs ietverto pandas attēlu. Daļa šo materiālu attiecas uz izvērtējamo laika periodu, taču apstrīdētās preču zīmes īpašnieks apšaubīja šo datu patiesumu, uzskatot, ka nav skaidrs, kas šos datus ir sagatavojis, jo tos neviens nav pienācīgi apliecinājis. Apelācijas padome, atliekot lietas izskatīšanu, bija devusi iespēju iebilduma iesniedzējam šos datus atbilstoši noformēt un iesniegt, taču iebilduma iesniedzējs to neizdarīja. Līdz ar to Apelācijas padome nevar atzīt attiecīgos faktus par pretstatīto preču zīmju izmantošanas kvantitatīvo apmēru Vācijā par pierādītiem;

8.5. izvērtējot, vai ir izpildīti attiecīgie nosacījumi, ir jāņem vērā būtisko faktu un apstākļu kopums, piemēram, attiecīgā tirgus raksturīgās iezīmes, ar preču zīmi aizsargāto preču vai pakalpojumu

raksturs, teritoriālais un kvantitatīvais izmantošanas apmērs, kā arī tās biežums un regularitāte (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-149/11, Leno Merken BV v Hagelkruis Beheer BV, 58. punkts*);

8.6. ņemot vērā visu iepriekš minēto, Apelācijas padome uzskata, ka daļa materiālu vizuāli atspoguļo pretstatīto grafisko zīmju (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) un (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) lietojumu Somijā, Dānijā un Vācijā, taču pietrūkst atbilstošu datu par šo preču zīmju izmantošanas kvantitatīvo apmēru. Iebilduma iesniedzējs nav pievienojis lietai nevienu rēķinu par produkcijas ar pretstatītajām zīmēm piegādēm, savukārt lietā iesniegtie dati par realizācijas apjomiem vai nu nav attiecināmi tieši uz pretstatīto zīmju lietojumu, vai arī tie nav pienācīgi apliecināti. Konditorejas izstrādājumi ir plaša patēriņa preces, kas adresētas plašam patērētāju lokam, un konkurence šo preču tirgū ir ļoti liela. Līdz ar to šāda rakstura preču kvantitatīvajam izmantošanas apmēram ir būtiska loma, lai varētu atzīt, ka pretstatīto preču zīmju izmantošana pēdējo piecu gadu laikā pirms iebilduma iesniegšanas atbilst mērķim iegūt vai uzturēt ES tirgū noteiktu vietu attiecīgajām precēm. Tas tomēr automātiski neizriet no tiem lietā iesniegtajiem materiāliem, kas iepriekš tika atzīti par atbilstošiem laika perioda un pretstatīto zīmju sakarā. Arī Vispārējā tiesa ir norādījusi, ka “preču zīmes faktisko izmantošanu nevar pierādīt, pamatojoties uz varbūtībām un pieņēmumiem, bet tā būtu jāpierāda ar stingriem un objektīviem pierādījumiem par efektīvu un pietiekamu preču zīmes izmantošanu attiecīgajā tirgū” (*Vispārējās tiesas sprieduma lietā T-191/07, Anheuser-Busch, Inc. pret ITSB (EUIPO), 105. punkts un Vispārējās tiesas sprieduma lietā T-39/01, Kabushiki Kaisha Fernandes pret ITSB (EUIPO), 47. punkts*).

9. Līdz ar to saskaņā ar LPZ 23. panta trešās prim daļas noteikumiem Apelācijas padomei nav pamata ņemt vērā iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem.

10. Iebilduma iesniedzējs atsauca arī uz LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumiem, kas paredz, ka iebilduma iesniegumu pret preču zīmes reģistrāciju var pamatot arī ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (Eiropas Savienības preču zīmi), kam ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā) un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) īpašnieka interesēm.

11. Lai piemērotu minēto normu, vispirms būtu jākonstatē, ka kādai no pretstatītajām zīmēm – grafiskajai preču zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285942) vai grafiskajai preču zīmei (**pandas attēls**) (reģ. Nr. EUTM 008285165) – vai tām abām piemīt reputācija Eiropas Savienībā.

12. Apelācijas padome var piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvim, ka šādu pierādījumu iebilduma lietā nav. Lietā iesniegtie materiāli, piemēram, tirgus izpētes uzņēmuma Taloustutkimus Oy 2012. gada maijā un 2013. gada maijā veiktie pētījumi par Somijas konditorejas tirgu, iezīmē iebilduma iesniedzēja produkcijas **PANDA** popularitāti Somijā, tomēr minēto pētījumu secinājumi skaidri neraksturo iebildumā pretstatīto grafisko zīmju atpazīstamību Somijā. To pašu var attiecināt uz citām iebilduma iesniedzēja aktivitātēm vai publikācijām (piemēram, Apvienotajā Karalistē), jo tās visas nedod skaidru un pietiekamu priekšstatu par to, vai attiecīgajām pretstatītajām grafiskajām preču zīmēm, proti, konkrētajiem stilizētās pandas attēliem, piemīt reputācija ES.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvis pamatoti vērš uzmanību uz to, ka iebilduma iesniedzējs gan reģistrējis, gan komercdarbībā izmanto pandas attēlus, kuru grafiskais izpildījums stilistiski atšķiras (vienā gadījumā pandas attēls atbilst šā dzīvnieka reālajam izskatam, citā – tam līdzīgs, bet vēl citā, piemēram, pretstatītajās zīmēs ietvertā panda ir atveidota ar milzīgu galvu, kas atgādina animācijas tēlu). Citiem vārdiem sakot, iebilduma iesniedzējam ir jāpierāda konkrēto, Eiropas Savienībā reģistrēto preču zīmju reputācija, proti, to zīmju reputācija, uz kurām tas ir atsaucies. Tātad tās ir šajā lietā pretstatītās zīmes, kurās ir ietverta panda ar nesamērīgi lielu galvu.

Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiāli šādu informāciju skaidri un nepārprotami nesatur, turklāt iztrūkst datu par pretstatīto zīmju lietošanas kvantitatīvo apmēru. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumiem nav pamatota.

### 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” 23. panta trešās prim daļas, 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumiem, **nolemj:**

1. noraidīt Somijas uzņēmējiesabiedrības ORKLA CONFECTIONERY & SNACKS FINLAND AB iebildumu pret preču zīmes **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) reģistrāciju Latvijā attiecībā uz daļu no 30. klases precēm;

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 iebilduma pret preču zīmes **JOYCO** (telp.) (reģ. Nr. M 72 606) reģistrāciju Latvijā noraidīšanu.

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

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

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

Lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/

I. Plūme-Popova

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/

J. Bērzs

/personiskais paraksts/

D. Liberte