



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 72 775-Ie
(OP-2018-97)

LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 1. 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 1. 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 – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2018. gada 15. augustā Somijas uzņēmēj sabiedrības STOCKMANN OYJ ABP (turpmāk – arī iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarnice ar specializāciju preču zīmju jomā B. Tērauda pret preču zīmes

ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS

(preču zīmes īpašnieks – fiziska persona Aleksandrs POPOVS (Latvija); pieteik. Nr. M-18-90; pieteik. dat. 24.01.2018; reģ. Nr. M 72 775; reģ. (publ.) dat. – 20.05.2018; 35. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- apstrīdētā preču zīme **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) ir līdzīga Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja preču zīmēm:

TRAKĀS DIENAS (reģ. Nr. M 45 902),

TRAKĀS DIENAS (reģ. Nr. M 56 294) un

Trakās Dienas (figurāla preču zīme, turpmāk - fig.) (reģ. Nr. M 56 309):

Trakās Dienas

un apstrīdētā zīme reģistrēta pakalpojumiem, kuri ir identiski un līdzīgi minēto pretstatīto zīmju pakalpojumiem, tādējādi patērētāji apstrīdēto zīmi var sajaukt ar pretstatītajām zīmēm vai uztvert to kā savstarpēji saistītu ar pretstatītajām zīmēm (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētajā zīmē **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** ir sajaucami atveidota, imitēta Latvijā plaši pazīstamā iebilduma iesniedzēja zīme **TRAKĀS DIENAS**, tādēļ patērētāji apstrīdētās preču zīmes lietošanu var uztvert kā norādi uz saistību starp ar apstrīdēto zīmi sniegtajiem pakalpojumiem un plaši pazīstamās zīmes īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamās zīmes īpašnieka interesēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 17.08.2018 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvim patentpilnvarniekam V. Anohinam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves patentpilnvarnieces ar specializāciju preču zīmju jomā I. Poļakas atbilde uz iebildumu saņemta 17.10.2018, un tā 22.10.2018 nosūtīta iebilduma iesniedzēja pārstāvei B. Tēraudai. Iesniegtajā atbildē uz iebildumu apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve, atsaucoties uz LPZ 23. panta daļu un RIPL 68. pantu, pieprasījusi iebilduma iesniedzējam iesniegt pierādījumus par visu pretstatīto agrāko preču zīmju faktisku izmantošanu Latvijā.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāves B. Tēraudas 15.08.2018 izteikto lūgumu, 22.10.2018 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

29.11.2018 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves B. Tēraudas iebilduma iesnieguma papildinājumi, un nākamajā dienā tie nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvei I. Poļakai.

15.02.2019 no apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves I. Poļakas saņemti atbildes papildinājumi, un 18.02.2019 tie personīgi izsniegti iebilduma iesniedzēja pārstāvei B. Tēraudai.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- no iebilduma iesniedzēja puses – patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā B. Tērauda;
- no apstrīdētās preču zīmes īpašnieka puses – patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā I. Poļaka.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) reģistrācijai pieteikta 24.01.2018 un reģistrēta 20.05.2018 šādiem 35. klases pakalpojumiem: “tīrgus izpēte; pasākumi preču noieta veicināšanai citu personu labā; izstāžu organizēšana reklāmas un komercnolūkos; mazumtirdzniecības pakalpojumi, arī ar Interneta starpniecību, attiecībā uz šādām precēm: elektroniskās ierīces un aparāti, arī dator tehnika un sadzīves tehnika, ciparvideodiski (DVD), kompaktdiski (CD), datorspēles, mūzikas instrumenti, grāmatas, kancelejas preces, mācību līdzekļi, mēbeles, tostarp bērnu mēbeles, biroja mēbeles, virtuves un dārza mēbeles, mājas tekstilizstrādājumi, paklāji, apgaismošanas ķermeņi, telpu dekoru, trauki, stikla izstrādājumi, santehnikas preces, mājsaimniecības preces, arī sadzīves ķīmijas un higiēnas preces, apģērbi, apavi, apģērbu aksesuāri sievietēm, vīriešiem un bērniem, arī zīdaiņiem un māmiņām, sporta apģērbi un apavi, sporta preces, bērnu preces, arī bērnu ratiņi, rotaļlietas un spēles, parfimērijas un kosmētikas preces, instrumenti, arī rokas instrumenti, elektriskie un dārza kopšanas instrumenti, makšķernieku piederumi, autotransportam paredzētas preces, arī automobiļu piederumi, riepas, autotransportam paredzētas ķīmijas preces, dzīvnieku barība, pārtikas preces un alkoholiskie dzērieni”.

2.1. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

2.1.1. vārdisku zīmi **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902). Šī zīme pieteikta reģistrācijai 12.04.1999, reģistrēta 20.04.2000 un atjaunota 12.04.2009. Zīme reģistrēta 35. klases pakalpojumiem “reklāma; darījumu vadīšana”;

2.1.2. vārdisku zīmi **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294). Šī zīme pieteikta reģistrācijai 24.02.2005, reģistrēta 20.04.2006 un atjaunota 24.02.2015;

2.1.3. figurālu zīmi **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) – trekniem, vertikāli izstieptiem burtiem izpildīts apzīmējums “Trakās Dienas”. Šī zīme pieteikta reģistrācijai 22.03.2005, reģistrēta 20.04.2006 un atjaunota 22.03.2015;

2.2. preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) reģistrētas 35. klases pakalpojumiem “reklāma; preču atlase un izvietošana (izņemot to transportu – reģ. Nr. M 56 294) citu personu labā, lai dotu patērētājiem iespēju šīs preces ērti aplūkot un iegādāties; preču noieta veicināšana trešajām personām; izstāžu organizēšana komercnolūkos; mazumtirdzniecības pakalpojumi lielveikalos (arī tirdzniecības pakalpojumi par pazeminātām cenām) ar plaša sortimenta precēm, ieskaitot apģērbus, apavus, galvassegas, parfimērijas

izstrādājumus, kosmētiskos un matu kopšanas līdzekļus, virtuves piederumus, traukus, elektrotehniku, tekstilpreces, pārtiku un citas rūpniecības preces un plaša patēriņa preces”.

3. Iebilduma iesniedzēja puse, atsaucoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 8. panta pirmo un otro daļu, iebilduma iesniegumā, papildinājumos pie iebilduma un Apelācijas padomes sēdē motivē iebildumu šādi:

3.1. pretstatītās preču zīmes pieteiktas reģistrācijai attiecīgi 12.04.1999, 24.02.2005 un 22.03.2005. Savukārt apstrīdētā preču zīme **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) pieteikta reģistrācijai 24.01.2018. Tādējādi pretstatītās preču zīmes uzskatāmas par agrākām preču zīmēm LPZ 7. panta 2. daļas noteikumu izpratnē;

3.2. apstrīdētās zīmes pakalpojumi pēc būtības ir identiski pretstatīto zīmju pakalpojumiem. Apstrīdētā zīme un pretstatītās zīmes ir reģistrētas gan reklāmai un preču noieta veicināšanas pasākumiem, gan tirdzniecībai ar dažādām plaša patēriņa precēm, kas tiek tradicionāli tirgotas lielveikalos (piem., pārtika, apģērbi, apavi, kosmētika, elektrotehnika, tekstilizstrādājumi, trauki);

3.3. salīdzināmo zīmju novērtējumā ir piešķirama nozīme to vārdisko daļu salīdzinājumam, proti, tam, vai apzīmējums “ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS” ir tik līdzīgs apzīmējumam “TRAKĀS DIENAS”, ka attiecībā uz identiskiem pakalpojumiem pastāv iespēja tos sajaukt vai savstarpēji saistīt;

3.4. apstrīdētā zīme sastāv no divām daļām – “ELKOR PLAZA” un “TRAKĀS BRĪVDIENAS”. Pirmo daļu veido uzņēmuma “ELKOR GRUPA” īpašniekam Aleksandram Popovam piederoša preču zīme **ELKOR PLAZA**, kas ir reģistrēta arī atsevišķi (reģ. Nr. M 58 066). “ELKOR PLAZA” ir atsevišķs komercnosaukums, kas tiek izmantots saistībā ar konkrētu veikalu (Brīvības gatvē 201, Rīgā), kurš ir lielākais tirdzniecības centrs uzņēmuma “ELKOR GRUPA” veikalu tīklā (*pārstāve iesniegusi izdruku no “Lursoft” datubāzes par uzņēmumu “ELKOR GRUPA”, SIA un izdruku no Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju datubāzes par preču zīmi ELKOR PLAZA, kā arī iesniegs attēls, kurā ir redzama veikala “ELKOR PLAZA” fasāde*);

3.5. apstrīdētās zīmes otro daļu veido vārdu salikums “TRAKĀS BRĪVDIENAS”, kas tiek izmantots izpārdošanas akciju apzīmēšanai lielveikalā “ELKOR PLAZA” un internetveikalā www.elkor.lv (*iesniegta izdruka no minētā internetveikala mājaslapas, kurā ir redzams “ELKOR” reklāmas paziņojums ar šādu tekstu: “1., 2., 3. DECEMBRĪ - “TRAKĀS BRĪVDIENAS” – “VĒL NEBJUŠĀS CENAS!”*);

3.6. veikals “ELKOR PLAZA” ir liela iepirkšanās vieta Rīgā, kas patērētājiem ir labi zināma (tas pats attiecināms arī uz iebilduma iesniedzēja veikalu “STOCKMANN”). Līdz ar to apstrīdētās zīmes pirmo daļu “ELKOR PLAZA” Latvijas patērētāji uztvers vien kā veikala nosaukumu jeb iepirkšanās vietu (līdzīgi kā citas tirdzniecības vietas Rīgā, piem., tirdzniecības centri “Alfa” un “Spice”), bet nosaukums “TRAKĀS BRĪVDIENAS” tiks uztverts kā izpārdošanas akcijas nosaukums, kurš apstrīdētajā zīmē ir uzskatāms par šīs zīmes dominējošo daļu;

3.7. salīdzināmo zīmju dominējošajiem apzīmējumiem, proti, “TRAKĀS BRĪVDIENAS” un “TRAKĀS DIENAS”, ir identisks pirmais apzīmējums “TRAKĀS” un identisks apzīmējums “DIENAS”, ar to atšķirību, ka apstrīdētajā zīmē ir ietverta apzīmējuma daļa “BRĪV-”. Semantiski apzīmējumi “BRĪVDIENAS” un “DIENAS” norāda uz noteiktu laika posmu, proti, dienu. Jēdzieniski vārds “diena” ietver arī brīvdienu kā vienu no gada/mēneša/nedēļas dienām. Tādējādi apzīmējumi “TRAKĀS BRĪVDIENAS” un “TRAKĀS DIENAS” ir jēdzieniski ļoti līdzīgi, un pēc būtības agrāko zīmju apzīmējums ietver vēlākās zīmes apzīmējumu;

3.8. ir jāņem vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli (*Eiropas Kopienų tiesas (EKT, pašlaik – Eiropas Savienības Tiesa (EST)) spriedums lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV [1999], 25. punkts*). Vārds “trakās” ir attiecināms uz cilvēka psihisko

stāvokli, taču komercdarbības leksikā tas ir netipisks un oriģināls. Tādējādi tieši šim salīdzināmo zīmju apzīmējumam būs izšķiroša loma patērētāju uztverē, un apstrīdētās zīmes apzīmējums "BRĪVDIENA" nevar nodrošināt to, ka salīdzināmās zīmes nesajauks vai neuztvers kā savstarpēji saistītas;

3.9. novērtējot zīmju sajaukšanas iespēju, ir jāņem vērā, cik lielu tirgus daļu aizņem preces ar salīdzināmajām zīmēm, cik intensīvi, ģeogrāfiski plaši un ilgstoši zīme ir izmantota, investētās naudas apjoms, ko preču zīmes īpašnieks ir ieguldījis zīmes atpazīstamības veicināšanai, cik liela ir sabiedrības daļa, kura pēc preču zīmes spēj identificēt preces un pakalpojumus, kas nāk no konkrēta uzņēmuma (*EKT (EST) spriedums lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer v Klijsen Handel BV [1999], 23. punkts*);

3.10. preču zīme **TRAKĀS DIENAS** ir plaši pazīstama preču zīme Latvijā, kas tiek izmantota jau kopš 2005. gada veikala "STOCKMANN" darbībā, un šīs preču zīmes atpazīstamības veicināšanā iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis vairāk nekā vienu miljonu eiro (*pārstāve iesniegusi universālveikala "STOCKMANN" direktores Daces Goldmanes 10.08.2018 parakstītu apliecinājumu, kurā minēts investīciju apjoms par pēdējām 11 kampaņām "TRAKĀS DIENAS"*). Veikalu "STOCKMANN" kampaņas "TRAKĀS DIENAS" laikā apmeklē liels patērētāju skaits, apmēram 60 000 cilvēki dienā. Patērētāji ar preču zīmi **TRAKĀS DIENAS** piedāvātos pakalpojumus saista ar konkrētu uzņēmumu, proti, "STOCKMANN". Līdz ar to arī apstrīdēto preču zīmi patērētāji saistīs ar "STOCKMANN" un tā populāro kampaņu "TRAKĀS DIENAS";

3.11. nav pieļaujama citam komersantam piederоšas preču zīmes iekļaušana preču zīmē, kas papildināta ar attiecīgā komersanta uzņēmuma vai veikala nosaukumu. Piemēram, nav šaubu, ka veikals "STOCKMANN" nevarētu uzsākt tirgot konfektes ar nosaukumu "Stockmann Serenāde" vai uzņēmums "ELKOR" izveidot piena produktu zīmolu "Elkor Plaza Kārums". Šāda rīcība pārkāptu LPZ 4. panta sestajā daļā noteikto aizliegumu bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas izmantot tā preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu komercdarbībā. Apstrīdētā zīme tiek izmantota komercdarbībā, tādējādi pārkāpjot "STOCKMANN" agrāko preču zīmju tiesības;

3.12. arī EST ir norādījusi, ka nav pieļaujami kombinēt komercnosaukumu ar svešu preču zīmi un šo kombināciju izmantot kā savu preču zīmi. EST ir atzinusi, ka konstatēt sajaukšanas iespēju var arī gadījumā, ja apstrīdēto apzīmējumu veido trešās personas komercnosaukuma, no vienas puses, un reģistrētas preču zīmes ar parastu atšķirtspēju, no otras puses, kombinācija un ja saliktā apzīmējuma kopiespaidu rada ne tikai agrākā preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli (*EKT (EST) spriedums lietā C-120/04 Medion AG v Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH [2005]*);

3.13. šajā gadījumā agrākajām preču zīmēm **TRAKĀS DIENAS** piemīt augsta atšķirtspēja, un tās ir atpazīstamas kā populārs izpārdošanas akcijas zīmols. Tāpēc patērētāji, ieraugot apstrīdēto zīmi **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS**, to uztvers kā saistītu ar iebilduma iesniedzēja izpārdošanas akciju "TRAKĀS DIENAS", savukārt zīmes daļu "ELKOR PLAZA" uztvers kā veikala nosaukumu jeb vietu, kurā noris šī akcija. Šādu asociācijas iespēju pastiprina prakse, kura ir sastopama lielveikalos Latvijā, proti, vairāki tirdzniecības centri apvienojas vienā kopējā tīklā, piemēram, "Galactico", un realizē kopīgu izpārdošanas politiku. Līdz ar to apstrīdētās zīmes reģistrācija ir atzīstama par spēkā neesošu, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu;

3.14. apstrīdētās preču zīmes reģistrācija ir atzīstama par spēkā neesošu, arī pamatojoties uz LPZ 8. panta pirmo un otro daļu:

3.14.1. saskaņā ar LPZ 8. panta trešo daļu, nosakot, vai preču zīme ir plaši pazīstama, ir jāņem vērā šīs zīmes pazīstamība attiecīgajā patērētāju lokā, arī tāda pazīstamība Latvijā, kas radusies reklāmas pasākumu rezultātā vai citu tās popularitāti veicinošu apstākļu dēļ;

3.14.2. Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas 1999. gada rekomendācijās "Kopīgās rekomendācijas par plaši pazīstamu zīmju aizsardzības noteikumiem" (*Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks*) kā faktori, kurus ieteicams ņemt vērā, nosakot, vai attiecīgā zīme ir plaši pazīstama, ir minēti šādi nosacījumi: zīmes atpazīstamības pakāpe

attiecīgajā sabiedrības daļā; zīmes jebkādas lietošanas ilgums, apjoms un ģeogrāfiskais areāls; zīmes jebkādu veicināšanas pasākumu ilgums, apjoms un ģeogrāfiskais areāls; zīmes reģistrāciju vai reģistrācijas pieteikumu pastāvēšanas ilgums un ģeogrāfiskais areāls; zīmes tiesību veiksmīgas īstenošanas fakti un, it īpaši, apjoms, kādā kompetentas institūcijas ir atzinušas šo zīmi par plaši pazīstamu; vērtība, kāda saistīta ar šo zīmi;

3.14.3. iebilduma iesniedzējs preču izpārdošanas kampaņu "TRAKĀS DIENAS" uzsāka Somijā 1986. gadā. Pēc diviem gadiem tika izveidota un reģistrēta preču zīme **HULLUT PÄIVÄT** (tulkojumā no somu valodas "TRAKĀS DIENAS"), un šīs kampaņas pēc 2000. gada pārspēja pat Ziemassvētku perioda preču pārdošanas apjomus. Kampaņas "TRAKĀS DIENAS" ārpus Skandināvijas pirmoreiz tika rīkotas Tallinā, Igaunijā, 1997. gadā;

3.14.4. veikals "STOCKMANN" ir atvērts Rīgā kopš 2003. gada, un tas savā darbībā izmanto preču zīmi **TRAKĀS DIENAS** kopš 2005. gada. Iebilduma iesniedzējs ar preču zīmi **TRAKĀS DIENAS** organizē kampaņas divas reizes gadā - aprīlī un oktobrī. 2018. gada aprīlī tika organizētas "TRAKĀS DIENAS" jau 27. reizi. Pircēju daudzums vienas kampaņas dienas laikā palielinās gandrīz 3 reizes un sasniedz aptuveni 60 000 cilvēku dienā. Kā jau minēts iepriekš, kopumā piecu gadu laikā, kas ir pēdējās 11 kampaņas "TRAKĀS DIENAS" reizes, "STOCKMANN" ir ieguldījis vairāk nekā vienu miljonu eiro dažādās reklāmas aktivitātēs (TV, radio, Internetā, preses un vides reklāmā) (*pārstāve iesniegusi universālveikala "STOCKMANN" direktores Daces Goldmanes 10.08.2018 parakstītu apliecinājumu*);

3.14.5. kampaņu ietvaros preču zīme **TRAKĀS DIENAS** tiek attēlota liela izmēra izkārtņē, kas novietota uz veikala "STOCKMANN" fasādes. Šī preču zīme tiek reklamēta uz transportlīdzekļiem un iepirkumu maisiņiem, kā arī tā redzama vides reklāmā. Minētās kampaņas laikā pilsētas ielās var novērot lielu cilvēku skaitu, kas nes ar preču zīmi **TRAKĀS DIENAS** apdrukātos dzeltenos iepirkumu maisiņus. Tiek izdoti īpaši kampaņas preču katalogi, kas tiek izsūtīti "STOCKMANN" reģistrētajiem pastāvīgajiem klientiem un tiek izplatīti citos veidos. Šīs kampaņas popularizēšanā tiek iesaistīti arī cilvēki, kas ir ģērbusies dzeltenā, spokiem līdzīgā tērplī un izdala kampaņas preču katalogus (*pārstāve iesniegusi izdrukas-attēlus ar kampaņas "Trakās Dienas" reklāmas aktivitāšu piemēriem, kā arī lietā iesniegta kopija no 11. – 15.04.2018 kampaņas kataloga uz 148 lpp.*);

3.14.6. kampaņas "TRAKĀS DIENAS" intensīvu reklāmu drukātajos medijos un īpaši – vides reklāmu apliecina mārketinga aktivitāšu apkopojums par periodu no 2013. gada līdz 2018. gadam, kurā izlases veidā ir redzami fotoattēli par šo aktivitāšu realizāciju. Vides reklāma ir tikusi izvietota tādās visiem labi redzamās vietās kā, piemēram: stendos sabiedrisko transportlīdzekļu pieturās; izkārtņēs, kas nostiprinātas pie apgaismes ķermeņiem, braucot pāri Rīgas tiltiem; izkārtņēs, kas piestiprinātas pie roku balstiem sabiedriskajos transportlīdzekļos; plakātos, kas novietoti pilonos pie Rīgas parkiem; reklāmā uz transportlīdzekļiem. Starp šīm mārketinga aktivitātēm ir redzami arī virkne pasākumu, kuros cilvēki-spoki dzeltenos tērpos veica kampaņas "TRAKĀS DIENAS" reklāmu un preču bukletu izdali (*pārstāve iesniegusi minēto aktivitāšu apkopojumu*);

3.14.7. lielo investīciju apjomu saistībā ar reklāmu apliecina SIA "TNS Latvia" sagatavotais kopsavilkums par kampaņas "TRAKĀS DIENAS" reklāmas pasākumu kopējām izmaksām par periodu no 2013. gada līdz 2018. gadam, kā arī reklāmas pasākumu uzskaitījums tabulā, sagrupēts atbilstoši mediju veidam (kinoteātros, Internetā, vides reklāmā, presē, radio un televīzijā). Piemēram, 2013. gadā reklāmas bruto izmaksas kopā veidoja vairāk par 174 tūkst. EUR, 2014. gadā – vairāk nekā 254 tūkst. EUR, 2017. gadā – vairāk nekā 228 tūkst. EUR. Reklāma ir tikusi izvietota, piemēram, tādos Interneta portālos kā "Apollo.lv", "Delfi.lv", "Draugiem.lv", "Inbox.lv", "rus.Delfi.lv", "rus.TVNet.lv", "Tvnet.lv", "KasJauns.lv"; presē – "Lilit", "OK!", "Pastaiga"; radio – "EHR Russkije Hiti", "EHR Superhits", "Super FM", "European Hit Radio", "LR2", "Radio Skonto", "Radio SWH", "Radio SWH+", "Star FM", "SWH Rock"; televīzijā – "3+", "CTC Baltija", "Discovery Chanel", "FOX", "Kanāls 2", "LNT", "LTV1", "LTV7", "PBK", "RigaTV 24", "TNT", "TV3", "TV6" (*pārstāve iesniegusi minēto kopsavilkumu par reklāmas izmaksām un reklāmas pasākumu uzskaitījumu medijos*);

3.14.8. par kampaņas "TRAKĀS DIENAS" popularitāti liecina arī lielais informācijas apjoms, kas tiek atlasīts, ievadot meklētājā "Google.lv" atslēgvārdus "trakās dienas". Tās ir dažāda rakstura

publikācijas no ziņu portāliem, diskusiju forumiem, sociālā tīkla "Facebook". Piemēram, Interneta mājaslapā www.easyget.lv 13.04.2010 publicēts raksts "STOCKMANN Trakās Dienas solās būt vēl trakākas", kurā minēts: "Šogad "STOCKMANN" īpaši ir padomājis par reģionos un ārpus Rīgas dzīvojošajiem un sadarbībā ar A/S "Pasažieru vilciens" pasažieriem no 14. līdz 18. aprīlim piedāvāja iespēju atgūt naudu par atpakaļceļa biļeti, ja iegādāta biļete turp un atpakaļ un veikts pirkums universālveikalā "STOCKMANN" Trakajās Dienās". Kāda pircēja – Patrīcija savā emuārā (blogā) Interneta vietnē www.lavenderspark.com/2014/04/stockmann-trakas-dienas.html pauž attieksmi, ka "STOCKMANN" veikals ir plaši zināms to "trako dienu" dēļ. Arī portālā "Delfi.lv" 11.10.2012 kāds ievietojis video un savu komentāru sadaļā "Aculiecinieks", kurā norādīts, ka, iestājoties rudenim, tradicionāli Rīgas tirdzniecības centrā "STOCKMANN" notiek "Trakās Dienas", kuru atlaides pulcēja tūkstošiem cilvēku, kuri vārda tiešajā nozīmē izslaucīja veikala plauktus (*pārstāve iesniegusi izdrukā no meklētāja "Google.lv" un dažus rakstus, komentārus un informatīvus aprakstus par kampaņu "TRAKĀS DIENAS"*);

3.14.9. ņemot vērā ievērojamo reklāmas pasākumu apmēru un preču zīmes izmantošanas apjomu, preču zīme **TRAKĀS DIENAS** ir labi zināma patērētājiem kā "STOCKMANN" preču zīme, un tā ir atzīstama par plaši pazīstamu preču zīmi. To savulaik ir atzinusi arī Latvijas Republikas Patentu valdes Apelācijas padome gan 13.12.2013 lēmumā Nr. ApP/2013/M 62 975-Ie, gan 10.02.2014 lēmumā Nr. ApP/2014/M 64 364-Ie. Minētajos lēmumos norādīts, ka 2010. un 2011. gadā preču zīme **TRAKĀS DIENAS** bija plaši pazīstama zīme saistībā ar dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem. Kopš minēto iebildumu lietu izskatīšanas situācija nav mainījusies, - kampaņas "TRAKĀS DIENAS" norisinās veikalā "STOCKMANN" ar tādu pašu regularitāti un tādu pašu ažiotažu un pircēju drūzmēšanos, kā arī reklāmas aktivitātes tiek regulāri un intensīvi veiktas katrā kampaņas norises reizē;

3.14.10. lai atzītu, ka apstrīdētā zīme ir plaši pazīstamas preču zīmes atveidojums vai imitācija, attiecīgajām zīmēm pat nav jābūt neapšaubāmi sajaucamām, pietiek ar konstatējumu, ka apstrīdētā zīme vai apzīmējums ir plaši pazīstamas preču zīmes atveidojums vai imitācija, un tas vien jau nodara kaitējumu plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieka interesēm (*Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojums "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi", 2007./2008., 82. lpp.*);

3.14.11. šajā gadījumā konstatējama gan salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēja, gan atzīstams, ka apstrīdētajā zīmē ir atveidota vai imitēta plaši pazīstama zīme. Apstrīdētajā zīmē **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** ir pilnībā iekļauta agrākā, plaši pazīstamā zīme **TRAKĀS DIENAS**. Tās papildinājums ar jēdzieniski tuvu apzīmējumu "BRĪVDIENA" un komersanta veikala apzīmējumu "ELKOR PLAZA" vien izsauks asociācijas, ka "TRAKĀS BRĪVDIENAS" ir viens no periodiem, kad notiek iebilduma iesniedzēja akcija "TRAKĀS DIENAS", un ka viena no akcijas norises vietām ir lielveikals "ELKOR PLAZA";

3.14.12. apstrīdētās zīmes reģistrācija ir veikta ar negodprātīgu nolūku izmantot "STOCKMANN" veiktos ieguldījumus sava zīmola atpazīstamības veicināšanā, tādējādi tiek "parazitēts" uz "STOCKMANN" plaši pazīstamas zīmes rēķina. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieks jau ilgu laiku darbojas tirdzniecības jomā, tādējādi ir noteikti informēts par citu lielveikalu esamību un darbību, to skaitā citu komersantu zīmoliem un to veiktajām komercaktivitātēm. Ņemot vērā kampaņas "TRAKĀS DIENAS" popularitāti un ilgstošo lietojumu, ir maz ticams, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks, iekļaujot savā preču zīmē apzīmējumus "trakās dienas", šādu apzīmējumu izvēlējas nejauši. To, ka šāda rīcība ir bijusi apzināta, apliecina arī tas, ka apstrīdētā zīme faktiskajā lietojumā tiek atveidota uz dzeltenas krāsas fona, kādu arī izmanto "STOCKMANN" savā kampaņā "TRAKĀS DIENAS". Dzeltenas krāsas lietojums ir konstatējams arī apstrīdētās zīmes īpašnieka internetveikalā, kurā joslas ar preču cenu ir atveidotas uz dzeltenas krāsas fona, kas attiecīgi atveido "STOCKMANN" preču katalogu noformējumu (*pārstāve iesniegusi izdrukā no Interneta mājaslapas www.elkor.lv*);

3.14.13. iebilduma iesniedzējs jau 2016. gada beigās konstatēja apzīmējuma "trakās brīvdienas" izmantošanu uz veikala "ELKOR PLAZA" fasādes un tā internetveikalā. 25.11.2016 tika nosūtīta brīdinājuma vēstule ar situācijas izklāstu, uz kuru attiecīgi 28.11.2016 tika saņemta atbilde, ka, lai mazinātu domstarpības, tiks pārtraukta reklāma, kas saistīta ar "TRAKĀS BRĪVDIENAS" lietojumu, sākot ar 28.11.2016. Taču 2017. gada beigās tika konstatēts, ka veikalā "ELKOR PLAZA" un tā internetveikalā atkal norisinās akcija "TRAKĀS BRĪVDIENAS". Līdz ar to iebilduma iesniedzējs

atkārtoti 01.12.2017 nosūtīja brīdinājuma vēstuli, lūdzot pārkāpumu pārtraukt. 04.12.2017 tika saņemta atbilde, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ir reģistrējis preču zīmi **ELKOR TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 70 929; pieteik. dat. 07.12.2016; reģ. dat. 20.03.2017), līdz ar to nav pamata apgalvojumam par preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** nelikumīgu izmantošanu. Attiecīgi "STOCKMANN" šos gadījumus risinās, izmantojot iebilduma procedūru un/vai tiesas ceļā (*pārstāve iesniegusi kopijas no minētās pušu sarakstes*);

3.14.14. apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem (reklāma un tirdzniecības pakalpojumi ar plaša patēriņa precēm) izraisīs asociācijas ar iebilduma iesniedzēju un tā plaši pazīstamo preču zīmi **TRAKĀS DIENAS**. Savstarpējo saikni pastiprina arī tas, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks savus pakalpojumus sniedz veikalā, kura raksturs sakrīt ar iebilduma iesniedzēja veikalu "STOCKMANN", jo tie abi ir veidoti pēc universālveikala principa, proti, pārtikas un saimniecības preces ir izkārtotas pa nodaļām, piemēram, vienā nodaļā (vai vienā veikala stāvā) ir pieejams viss, kas attiecas uz sadzīves tehniku, citās nodaļās (vai veikalu stāvos) – apģērbs vai trauki un tekstilizstrādājumi, u.tml., pretstatā citiem tirdzniecības centriem, piemēram, "Spice" un "Alfa", kuri ir izveidoti tā, ka tajos ir pieejami daudzi un dažādi atsevišķi veikali. Līdz ar to nav izslēdzams, ka patērētāji var pieņemt, ka iebilduma iesniedzējs sadarbojas ar apstrīdētās zīmes īpašnieku. It īpaši tāpēc, ka kampaņas "TRAKĀS DIENAS" ietvaros iebilduma iesniedzējs sadarbojas ar citiem komersantiem, piemēram, ar aviokompānijām "FINNAIR" un "AirBaltic", ar viesnīcu un "spa" pakalpojumu sniedzēju "LIELUPE", ar kinoteātri "FORUM CINEMAS", ar kafejnīcu "COSTA COFFEE", ar ceļojumu aģentūru "NOVATOURS", ar mēbeļu veikalu "KATE" (*pārstāve iesniegusi izdrukas, kas apliecina sadarbību ar minētajiem un vēl citiem komersantiem kampaņu "TRAKĀS DIENAS" laikā*);

3.14.15. apstrīdētās zīmes lietošana var kaitēt "STOCKMANN" interesēm, piemēram, mazinātos preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** unikalitāte (tiktu sekmēta zīmes atšķirtspējas izkliede) un tādējādi arī tās vērtība. Apstrīdētās zīmes lietošana tās īpašniekam var sniegt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū uz pretstatītās preču zīmes atpazīstamības rēķina. Apstrīdētā zīme mēģina izveidot saikni ar agrākās zīmes tēlu, lai izmantotu tās pievilcības spēku, reputāciju un prestižu, kā arī bez jebkādas finansiālas kompensācijas izmanto savā labā komerciāla rakstura pūles, ko iebilduma iesniedzējs pielicis, lai izveidotu un uzturētu savas preču zīmes tēlu. Var uzskatīt, ka šādas izmantošanas rezultātā apstrīdētā zīme iegūst negodīgas priekšrocības. Šāda tēla negodprātīga izmantošana ir iespējama it īpaši gadījumos, ja lietā iesaistīto dalībnieku komercdarbības jomas ir savstarpēji saistītas, kā tas ir šajā lietā;

3.15. lietā iesniegtie materiāli par kampaņas "TRAKĀS DIENAS" plašo pazīstamību Latvijā lielā mērā ir attiecināmi un ņemami vērā, novērtējot pretstatīto zīmju lietojumu Latvijā pēdējo piecu gadu laikā pirms iebilduma iesniegšanas (proti, periodā no 14.08.2013 līdz 14.08.2018):

3.15.1. kampaņas "TRAKĀS DIENAS" reklāmas un mārketinga pasākumi no 2013. gada līdz 2018. gadam atbilst periodam, kurā ir izvērtējams pretstatīto zīmju lietojums. No lietā iesniegtā 11.-15.04.2018 preču kataloga "Trakās Dienas" izriet, ka lielveikals "STOCKMANN" piedāvā tirdzniecībai gan pārtikas preces, gan citas plaša patēriņa preces (apģērbus, apavus, galvassegas, parfimērijas izstrādājumus, kosmētiskos un matu kopšanas līdzekļus, virtuves piederumus, traukus, elektrotehniku, tekstilpreces), tostarp par pazeminātām cenām. Šādi preču katalogi tiek izdoti katras kampaņas ietvaros (*pārstāve sēdes laikā demonstrē 09.-13.10.2013, 08.-12.04.2014, 08.-12.04.2015 un 11.-15.10.2017 preču katalogus*). Par preču plašo sortimentu liecina arī izdruka no iebilduma iesniedzēja mājaslapas www.stockmann.lv (*pārstāve iesniegusi izdruku no minētās mājaslapas ar produkcijas attēliem un informāciju par preču sortimentu*);

3.15.2. kampaņas "TRAKĀS DIENAS" ietvaros tiek piedāvātas gan iebilduma iesniedzējam piederošu zīmolu preces, gan citu komersantu ražojumi (*skat. izdruku no mājaslapas www.stockmann.lv, kurā detalizēti uzskaitīti citu komersantu zīmoli*), gan sadarbības partneru pakalpojumu piedāvājumi un preces, piemēram, aviobiļetes, ceļojumi, mēbeles (*pārstāve iesniegusi izdrukas, kas apliecina sadarbību ar dažādiem komersantiem kampaņas "TRAKĀS DIENAS" laikā*). Lietā iesniegtie materiāli apliecina pretstatīto zīmju lietojumu ne tikai attiecībā uz dažādu preču mazumtirdzniecības pakalpojumiem un preču atlasī un izvietojumu, bet arī attiecībā uz citu komersantu preču vai pakalpojumu reklamēšanu, darījumu vadīšanu un preču noieta veicināšanu trešajām personām.

4. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse iebildumu pret preču zīmi **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) neatzīst un lūdz iebildumu noraidīt, un atbildē uz iebildumu, papildinājumos, kā arī Apelācijas padomes sēdē min šādus argumentus:

4.1. nav pamatoti šajā lietā piemērot LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, jo salīdzināmās zīmes un pakalpojumi, kuriem tās ir reģistrētas, nav tik līdzīgi, ka būtu iespējama to sajaukšana. Iebilduma iesniedzējs nav ņēmis vērā visas salīdzināmo zīmju fonētiskās, vizuālās un semantiskās, un zīmju kopuztveres īpatnības;

4.2. apstrīdētā zīme ir vārdiska, un to veido četri vārdi. Turpretī agrākās preču zīmes sastāv no diviem vārdiem. Tas būtiski ietekmē salīdzināmo zīmju vizuālo uztveri;

4.3. tas pats attiecināms arī zīmju fonētisko atšķirību. Apstrīdēto zīmi veido vairāki vārdi, kuri izrunā veidos vairāk skaņu nekā agrākās zīmes, kuras veido vien divi vārdi;

4.4. salīdzināmās zīmes ir atšķirīgas arī semantiski:

4.4.1. apstrīdētajā zīmē ietvertie četri vārdi ir izpildīti vienādā lielumā un kopumā veido vienotu un nedalāmu saukli. Būtiskāka nozīme ir piešķirama zīmes sākumdaļai, jo tā ir daļa, kuru patērētāji ierauga vispirms, - apstrīdētās zīmes gadījumā tā ir "ELKOR PLAZA". Apstrīdētajā zīmē ietvertie vārdi "TRAKĀS BRĪVDIENAS" zīmē pilda paskaidrojošu lomu. Apstrīdētā zīme raksturo vienu no uzņēmuma "ELKOR" kampaņām, proti, preču izpārdošanu brīvdienās (parasti – sestdien un svētdien), kas notiek vienu reizi gadā pirms Ziemassvētkiem (novembra beigās vai decembra sākumā), turklāt konkrētās apstrīdētās zīmes īpašnieka tirdzniecības vietās. Šī kampaņa tika aizsākta 2015. gadā, tādējādi ir jau izveidojies pastāvīgo klientu loks, kurš zina un gaida šo izpārdošanu. Kampaņas mērķis ir piesaistīt klientus un potenciālos klientus pirms Ziemassvētkiem, lai tie savlaicīgi var veikt iepirkšanos tieši brīvdienās;

4.4.2. turpretī agrākās preču zīmes veido divi vārdi "TRAKĀS DIENAS", kuriem pašiem par sevi ir vāja atšķirtspēja, jo tie ir aprakstoši. Patērētāji agrākās preču zīmes atpazīs tikai saistībā ar dzeltenu krāsu un zīmes īpašnieku "STOCKMANN", kurš piedāvā preču izpārdošanu divas reizes gadā (aprīlī un oktobrī) parasti no trešdienas līdz svētdienai, turklāt vienā konkrētā tirdzniecības vietā Rīgas centrā;

4.4.3. tādējādi salīdzināmās zīmes ir semantiski un konceptuāli atšķirīgi veidotas. Tām ir savs mērķis, tās tiek izmantotas dažādās tirdzniecības vietās Rīgā un tām ir savs pastāvīgo klientu loks. Patērētāji salīdzināmās preču zīmes nejauca, jo tie vienlīdz labi pazīst gan uzņēmumu "STOCKMANN", gan uzņēmumu "ELKOR" (to iebilduma iesniegumā norāda arī iebilduma iesniedzējs). Nav nekāda pamatojuma, lai patērētāji uzskatītu, ka preču zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** izcelsme būtu saistīta ar uzņēmumu "STOCKMANN" vai ka tā varētu būt viens no "STOCKMANN" kampaņas veidiem;

4.5. apstrīdētās preču zīmes īpašnieks ir Aleksandrs Popovs, kurš 1989. gadā nodibināja kompāniju "ELKOR". Tā ir kļuvusi par vienu no lielākajiem uzņēmumiem Latvijā, kas tirdzniecībā piedāvā dažādas preces: sadzīves elektroniku, apģērbus un modes preces, preces sportam, atpūtai un tūrismam, preces bērniem, mēbeles, mājsaimniecības tekstilizstrādājumus, interjera priekšmetus, delikateses. Uzņēmuma "ELKOR" ikgadējais apgrozījums 2013. gadā sasniedza 55 milj. EUR. Uzņēmumā strādā vairāk nekā 800 darbinieku, kuri 60 000 kvadrātmetru mazumtirdzniecības platībā nodrošina lielisku servisu klientiem. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieks, lai piesaistītu klientu uzmanību, organizē vairākas kampaņas. Bez jau minētās kampaņas "ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS" tiek rīkotas kampaņas "ELKOR ATLAIŽU MARATONS", "ELKOR KLIENTU DIENAS" un "ELKOR NAKTS IZPĀRDOŠANA", kuras norisinās 2 reizes gadā, savukārt vienu reizi gadā tiek organizēta kampaņa "Ziemassvētku izpārdošana". Šīs kampaņas tiek arī reklamētas, lai piesaistītu lielāku patērētāju loku un iepazīstinātu ar "ELKOR" piedāvātajām precēm un pakalpojumiem;

4.6. nevar piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka apzīmējums “trakās”, kas ir vienīgais sakrītīgais elements salīdzināmajās zīmēs, ir netipisks komercdarbības leksikai. Tieši pretēji, šis apzīmējums komercdarbībā tiek plaši izmantots dažādos vārdu salikumos, piemēram:

- “RIMI – trakās nakts izpārdošana” (<https://www.rimi.lv/iaunumi/trakas-nakts-izpardosanas/>);
- “NAI_S cosmetics – manikīrs, trakās dienas 29.04-30.04.” (<http://manikirs.lv/trakas-dienas/>);
- “220.lv – trakās nakts izpārdošana” (<https://220.lv>);
- “Ceļojumu bode.lv – piedāvā trakās dienas” (<http://travelnews.lv>);
- “Etravel.lv – trakās cenas kružiem” (<https://etravellv.wordpress.com>);
- “Trakas cenas no AirBaltic” (<https://avio.lv>);
- “Sigulda.lv – trakās dienas jaunrades centrā” (<https://www.sigulda.lv>);
- “liepājniekiem.lv – kinoteātrī “Balle” trakās dienas” (<https://www.liepainiekiem.lv>);
- “pafbetscore.lv – futbola trakās dienas” (<http://pafbetscore.lv>);
- “Izrāde “Trakās dienas vai Figaro kāzas” Maskavas namā” (<http://riga.pilseta24.lv>);
- “Ķekavas novads – trakās stundas un akcijas Kultūras informācijas centrā” (<http://www.parkulturu.lv>);
- “Apollo.lv – Mels Gibsons spriedzes filmā “Trakās brīvdienas”” (<https://apollo.tvnet.lv>);
- “Jēkabs Jančevskis – partitūra “Trakās dienas”” (<https://www.musicabaltica.com>);
- “Kultūras ministrija – LNSO un VAK Latvija piedalīsies Francijas festivālā “Trakās dienas Nantē”” (<https://www.lv100.lv>);
- “Izrāžu apvienība PANNA – trakās dienas Pannā” (<http://pannateatris.lv>) (*pārstāve iesniegusi izdrukas no minētājām Interneta mājaslapām*);

4.7. to, ka salīdzināmās zīmes ir pietiekami atšķirīgas un patērētāji tās nejauks, apliecina pētījuma centra “SKDS” 2019. gada februārī veiktās Latvijas iedzīvotāju aptaujas *Iedzīvotāju priekšstats par tirdzniecības akcijām “ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS” un “TRAKĀS DIENAS”* (turpmāk - aptauja) rezultāti. Kopumā tika aptaujāti 1033 respondenti vecumā no 18 līdz 74 gadiem dažādos Latvijas reģionos (Rīgā, Pierīgā, Vidzemē, Kurzemē, Zemgalē un Latgalē). Divas trešdaļas respondentu (66%) norādīja, ka tirdzniecības akciju “TRAKĀS DIENAS” piedāvā universālveikals “STOCKMANN” (šāda atbilde Rīgā bija 89% respondentu, Pierīgā – 74%). Savukārt 14% visu respondentu norādīja, ka šo akciju piedāvā veikalu tīkls “RIMI”, 3% un 2% apmērā atbildēs tika minēti uzņēmumi “MAXIMA”, “MEGO” un “ELKOR”. Uz jautājumu, kurš tirdzniecības uzņēmums piedāvā tirdzniecības akciju ar nosaukumu “ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS”, lielākā daļa visu respondentu (85%) norādīja, ka tas ir “ELKOR”, bet 2% respondentu bija norādījuši “STOCKMANN”. Uz jautājumu, vai preču zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** un **TRAKĀS DIENAS** pieder vienam un tam pašam komersantam, noliedzoši atbildēja 31% respondentu, drīzāk nē – 25% respondentu, grūti pateikt – 27% respondentu, drīzāk jā – 15% respondentu, bet jā – 2% respondentu. Šajā aptaujā tika ietverts arī jautājums, vai respondenti uzskata, ka apzīmējums “trakās” var ekskluzīvi piederēt tikai vienam komersantam. Noliedzoši atbildēja 69% respondentu, grūti pateikt bija 20% respondentiem, savukārt apstiprinoši atbildēja 11% respondentu (*pārstāve iesniegusi minēto aptauju*);

4.8. ņemot vērā atšķirības starp salīdzināmajām zīmēm un to, ka 56% Latvijā aptaujāto patērētāju atbildēja noraidoši uz jautājumu, vai preču zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** un **TRAKĀS DIENAS** pieder vienam un tam pašam komersantam, var apgalvot, ka nepastāv iespēja, ka Latvijas patērētāji sajauks vai savstarpēji saistīs salīdzināmās preču zīmes;

4.9. šajā lietā nav pamata piemērot arī LPZ 8. pantu. Apstrīdētajā zīmē nav atveidota vai imitēta iebilduma iesniedzēja preču zīme **TRAKĀS DIENAS**, jo sakrītīgs ir tikai apzīmējums “TRAKĀS”, kuru plaši izmanto komercdarbībā dažādi ar iebilduma iesniedzēju nesaistīti komersanti. Nav mazsvarīgi, ka iebilduma iesniedzēja kampaņa “TRAKĀS DIENAS” tiek piedāvāta konkrētā tirdzniecības vietā Rīgas centrā. Turklāt agrākā zīme tiek izmantota uz dzeltenas krāsas fona, kas ir viens no atpazīstamības elementiem minētajai preču zīmei. Kaut gan dzeltenā krāsa pati par sevi ir viena no bieži izmantotām krāsām marketingā, jo tā ir koša krāsa, uz kuras fona var labi izcelt tekstu, tomēr apstrīdētās zīmes īpašnieks šo krāsu vairs neizmanto savas kampaņas “ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS” grafiskajā noformējumā, izvēloties melnas un baltas krāsas salikumu (*pārstāve iesniegusi izdruku-attēlu, kurā redzams apstrīdētās zīmes lietojums uz veikala “ELKOR PLAZA” fasādes*). Šāds grafiskais izpildījums nodrošina to, ka nepastāv iespēja, ka patērētāji apstrīdēto zīmi var uzskatīt par savstarpēji saistītu ar

iebilduma iesniedzēju un tā preču zīmi **TRAKĀS DIENAS**. Līdz ar to salīdzināmās zīmes var pastāvēt Latvijas tirgū līdzās.

5. Iebilduma iesniedzēja pārstāve sēdes laikā norāda, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves iesniegtā aptauja skaidri apliecina, ka Latvijas patērētāju vairākums, it īpaši Rīgā un Pierīgā, tirdzniecības kampaņu “**TRAKĀS DIENAS**” atpazīst kā iebilduma iesniedzēja preču zīmi.

Savukārt apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāve uzskatīja, ka uz šo lietu nevar attiecināt EST atzinumu lietā C-120/04, jo šajā strīdā iesaistītās preču zīmes pieder vienlīdz labi atpazīstamiem komersantiem. Iebilduma iesniedzēja pārstāve tam nepiekrīta, norādot, ka, pat ja attiecīgais komersants ir labi atpazīstams tirgus dalībnieks, tas neizslēdz iespēju, ka tas var aizskart kāda cita komersanta preču zīmju tiesības. Piemēram, Parīzes Apelācijas tiesa bija apmierinājusi figurālās preču zīmes **e.on** īpašnieka prasību pret “Hyundasi Motor Company” reģistrēto preču zīmi **HYUNDAI EON**, uzskatot, ka apzīmējums “**HYUNDAI**” neizslēdz salīdzināmo zīmju sajaukšanas vai savstarpējās asociācijas iespēju, jo elements “**EON**” pats par sevi ir atšķirtspējīgs elements, kas var tikt uztverts kā patstāvīgs apzīmējums jeb preču zīme (piemēram, kā attiecīgā mašīnas ražotāja konkrēts mašīnas modelis).

Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts atbilstoši LPZ un RI IPL 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 pretstatīto preču zīmju **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902), **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) faktisku izmantošanu Latvijā iesniegts atbildes uz iebilduma iesniegumu paredzētajā laikā, līdz ar to tas uzskatāms par iesniegtu termiņā.

5. Iebilduma iesnieguma iesniegšanas brīdī kopš pretstatīto preču zīmju **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902), **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) reģistrācijas (attiecīgi 20.04.2000, 20.04.2006 un 20.04.2006) ir pagājuši pieci gadi, tādēļ apstrīdētās zīmes īpašnieka puse ir pamatoti pieprasījusi, lai iebilduma iesniedzējs iesniegtu pierādījumus par pretstatīto zīmju izmantošanu Latvijā.

6. Saskaņā ar LPZ 23. panta noteikumiem par preču zīmes izmantošanu uzskata preču zīmes lietošanu uz precēm, to iesaiņojuma, preču pavaddokumentācijā, preču vai pakalpojumu reklāmā vai citā saimnieciskā darbībā saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem. Ja zīmi lieto ar tās īpašnieka piekrišanu, uzskata, ka zīmi lieto tās īpašnieks.

7. Lai novērtētu preču zīmes faktisku izmantošanu Latvijā LPZ 23. panta noteikumu izpratnē, attiecīgajai personai jāparāda:

- 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 (LPZ 23. panta otrā daļa),
- preču zīmes izmantošanas vieta, proti, ka preču zīme ir izmantota Latvijā (vienlaikus ņemot vērā, ka par preču zīmes izmantošanu uzskata arī tās lietošanu Latvijā uz tādām precēm vai to iesaiņojuma, kuras paredzētas tikai eksportam),
- preču zīmes izmantošanas laiks, proti, ka tā ir izmantota pēdējo piecu gadu laikā pirms iebilduma iesnieguma iesniegšanas,
- preču zīmes izmantošanas apjoms, proti, ka zīmes izmantošana atbilst mērķim iegūt vai uzturēt tirgū noteiktu vietu attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem (LPZ 23. panta ceturrtā daļa), tātad - ka zīmes lietošanai nav vienīgi gadījuma raksturs.

8. Izvērtējot iebilduma iesniedzēja iesniegto dokumentu kopumu par preču zīmju **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902), **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) izmantošanu Latvijā saistībā ar to reģistrācijās ietvertajiem 35. klases pakalpojumiem laikposmā no 2013. gada 14. augusta līdz 2018. gada 14. augustam, Apelācijas padome secina:

8.1. divas pretstatītās zīmes ir vārdiskas preču zīmes, kuras veido apzīmējums “TRAKĀS DIENAS”, savukārt pretstatīto figurālo zīmi veido tas pats minētais vārdiskais apzīmējums, kas atbilstoši reģistrācijai ir izpildīts stilizētā rakstībā, biezākiem un melniem burtiem, turklāt katra vārda pirmie burti ir lielie, bet pārējie – mazie.

Iesniegtajos materiālos, it īpaši izdrukās ar vides reklāmu un preču katalogos, ir redzams, ka iebilduma iesniedzējs izmanto preču zīmi – uz dzeltena fona melniem burtiem atveidotu apzīmējumu “Trakās Dienas”. Daļā materiālu attiecīgie vārdi novietoti viens zem otra, savukārt daļā materiālu vai nu zem apzīmējuma “Trakās Dienas” vai, piemēram, bukleta titullapas apakšdaļā, ir atveidots uzraksts “STOCKMANN”. Savukārt daļā materiālu – publikācijās – apzīmējums “TRAKĀS DIENAS” atveidots ar lielajiem sākuma burtiem un pārējiem – mazajiem burtiem.

Apelācijas padome uzskata, ka vairumā materiālu apzīmējums “Trakās Dienas” ir atveidots pietiekami skaidri un to var uztvert kā attiecīgā tirdzniecības pasākuma galveno zīmolu. Pat ja lietojumā figurē arī komersanta nosaukums “STOCKMANN”, tas vairumā gadījumu grafiski atveidots tā, ka tam, pretstatā apzīmējumam “Trakās Dienas”, ir pakārtota loma. Attiecībā uz dzeltenās krāsas fonu, kurš no attiecīgā komersanta puses konsekvēnti jau daudzu gadu garumā tiek izmantots saistībā ar apzīmējumu “Trakās Dienas”, ir jāatzīst, ka tas var iespaidot patērētāju uztveri tādējādi, ka pastāvīgajiem tirdzniecības kampaņas klientiem krāsa pati par sevi var izsaukt asociācijas ar attiecīgo komersantu. Tomēr Apelācijas padomes ieskatā šāds apstāklis neizslēdz to, ka patērētājs arī mēģinās saprast, vai šīs asociācijas ir pareizas, tādējādi tas noteikti mēģinās atrast arī komercdarbībā ierastāku apzīmējumu, proti, tas izlasīs attiecīgo vārdisko apzīmējumu “Trakās dienas”, kam arī zīmes lietojumā parasti ir piešķirama būtiskāka loma. Vārdiskā apzīmējuma “Trakās dienas” nozīmīgumu it īpaši apliecina lietā iesniegtās publikācijas un dati par apjomīgiem radio reklāmas pasākumiem, kuru gadījumā dzeltenās krāsas fonam nav nekādas ietekmes. Tāpat nav šaubu, ka atšķirības lielo un mazo burtu lietojumā nav tik būtiskas, un tās krasi neiespaido preču zīmes atšķirīgo raksturu un atšķirtspēju.

Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka kopumā iepriekš analizētais pretstatīto zīmju izpildījums būtiski neatšķiras no reģistrētajām preču zīmēm, proti, izpildījums krasi neiespaido preču zīmes atšķirīgo raksturu un atšķirtspēju;

8.2. iepriekš raksturotie materiāli attiecas uz pretstatīto zīmju lietojumu Latvijā. Protams, viena daļa materiālu apliecina aktivitātes Rīgā, jo tirdzniecības veicināšanas kampaņas “Trakās Dienas”, kuru laikā tiek piedāvātas preces par pazeminātām cenām, tiek organizētas iebilduma iesniedzējam piederošā universālveikalā “STOCKMANN”, kas atrodas pašā Rīgas centrā netālu no Centrālās dzelzceļa stacijas un autoostas. Apelācijas padome uzskata, ka tieši veikala atrašanās vieta nodrošina to, ka par šīm tirdzniecības kampaņām var uzzināt ne tikai rīdzinieki, bet arī tie patērētāji, kuri dzīvo citviet Latvijā un, piemēram, ierodas Rīgā un dodas mājup, izmantojot Rīgas Centrālās dzelzceļa stacijas vai Rīgas starptautiskās autoostas pakalpojumus. Turklāt Rīga ir Latvijas galvaspilsēta, kurā gan dzīvo liels skaits Latvijas iedzīvotāju, gan koncentrējās daudz strādājošo un citu interesentu. Arī apjomīgie reklāmas

pasākumi lielā skaitā radio staciju un televīzijas kanālu nodrošina to, ka par pretstatītajām zīmēm uzzina liela daļa visas Latvijas iedzīvotāju;

8.3. lietā iesniegtie materiāli – mārketinga aktivitātes, reklāmas pasākumi un preču piedāvājuma bukleti attiecas uz periodu no 2013. gada līdz 2018. gadam, kas pilnībā atbilst pēdējiem pieciem gadiem pirms šā iebilduma iesnieguma iesniegšanas;

8.4. no iesniegtajiem materiāliem izriet, ka pretstatītās zīmes tiek izmantotas saistībā ar dažādu plaša patēriņa preču (*apģērbi, apavi, ādas izstrādājumi, somas, aksesuāri, parfimērija un kosmētiskie līdzekļi, preces bērniem, mājsaimniecības preces, tekstilizstrādājumi, trauki, rotas, pulksteņi, elektrotehnika un sadzīves tehnika, pārtika un alkoholiskie dzērieni*) tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, tostarp par pazeminātām cenām. Materiāli arī apliecina, ka zīmju lietojums attiecas uz preču atlasī un izvietojumu citu personu labā, kā arī reklāmu un preču noieta veicināšanu trešajām personām. Tirdzniecības veicināšanas kampaņas "Trakās Dienas" tiek organizētas kopš 2005. gada divas reizes gadā un bez pārtraukuma līdz pat iebilduma izskatīšanas brīdim. Kampaņas "Trakās Dienas" laikā universālveikalu apmeklē liels patērētāju skaits, apmēram 60 000 cilvēki dienā, un tās atpazīstamības veicināšanā iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis vairāk nekā vienu miljonu eiro. Tādējādi nav šaubu, ka attiecībā uz minētajiem pakalpojumiem pretstatīto zīmju izmantošana atbilst mērķim iegūt vai uzturēt tirgū noteiktu vietu;

8.5. Apelācijas padome nevar piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka lietā iesniegtie materiāli apliecina pretstatītās zīmes **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902) lietojumu saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem "darījumu vadīšana". Iebilduma iesniedzēja pārstāves raksturotās aktivitātes par klientu piesaisti citiem komersantiem, piemēram, aviosabiedrībām "FINNAIR" un "AirBaltic", vairāk atbilst sadarbībai, kad komersanti savstarpēji vienojas kādā komerciālā jautājumā, un tas tieši neatbilst tādu pakalpojumu nodrošināšanai kā darījumu vadīšana. Minētās iebilduma iesniedzēja aktivitātes netiek veiktas atrauti no tā pamatdarbības profila, līdz ar to šāda sadarbības prakse nenodrošina patērētāju uztverē priekšstatu, ka attiecīgais komersants specializējas darījumu vadīšanā kā patstāvīgā uzņēmējdarbības nozarē.

9. Tādējādi iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir pamats izvērtēt tiktāl, ciktāl iebildums ir pamatots ar pretstatītās preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902) lietojumu attiecībā uz reklāmu un pretstatīto zīmju **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) lietojumu attiecībā uz dažādu plaša patēriņa preču (*apģērbi, apavi, ādas izstrādājumi, somas, aksesuāri, parfimērija un kosmētiskie līdzekļi, preces bērniem, mājsaimniecības preces, tekstilizstrādājumi, trauki, rotas, pulksteņi, elektrotehnika un sadzīves tehnika, pārtika un alkoholiskie dzērieni*) tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, tostarp par pazeminātām cenām, preču atlasī un izvietojumu citu personu labā, kā arī tādiem pakalpojumiem kā reklāma un preču noieta veicināšana trešajām personām.

10. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka apstrīdētā zīme **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) reģistrācijai pieteikta 24.01.2018. Savukārt pretstatītās preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 45 902), **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) reģistrācijai Latvijā pieteiktas attiecīgi 12.04.1999, 24.02.2005 un 22.03.2005. Tātad visas pretstatītās zīmes šajā lietā ir agrākas zīmes LPZ 7. panta otrās daļas noteikumu izpratnē.

11. Ņemot vērā pretstatīto zīmju lietojumu attiecībā uz reklāmu, preču noieta veicināšanu trešajām personām, dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, tostarp par pazeminātām cenām un preču atlasī un izvietojumu citu personu labā, Apelācijas padome atzīst, ka apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertie pakalpojumi ir daļā identiski un daļā līdzīgi tiem, proti:

11.1. apstrīdētā zīme ir reģistrēta mazumtirdzniecības pakalpojumiem, arī ar Interneta starpniecību, saistībā ar plaša sortimenta precēm – elektrotehnika, grāmatas un kancelejas preces, mēbeles, tekstilpreces, apgaismes ierīces, mājsaimniecības un santehnikas preces, apģērbi un preces

bērniem, sportam, instrumenti, makšķerņu piederumi un preces automobiļiem, pārtika un alkoholiskie dzērieni. Preču tirdzniecības sortiments, kas tiek piedāvāts ar apstrīdēto zīmi, ir plašs, taču arī pretstatītās zīmes tiek izmantotas mazumtirdzniecības pakalpojumiem, turklāt lielveikalos, kuros ierasti tiek piedāvāts ļoti plašs preču sortiments. Tādējādi, pat ja kādas preču grupas tirdzniecībai nav izmantotas agrākās zīmes, tomēr tirdzniecību ar plaša sortimenta precēm var atzīt par līdzīgu lielveikalu tirdzniecības pakalpojumiem ar citām plaša patēriņa precēm;

11.2. pasākumi preču noieta veicināšanai citu personu labā ir ietverti apstrīdētās zīmes pakalpojumu sarakstā, un tiem tiek izmantotas arī pretstatītās zīmes **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309). Tātad šie salīdzināmo zīmju pakalpojumi ir identiski;

11.3. apstrīdēta zīme ir reģistrēta pakalpojumiem “tirgus izpēte” un “izstāžu organizēšana reklāmas un komercnolūkos”, kuriem tieši nav reģistrēta neviena no pretstatītajām zīmēm. Tomēr Apelācijas padomes ieskatā minētie apstrīdētās zīmes pakalpojumi ir saistīti un zināma līdzība ir saskatāma ar pasākumiem preču noieta veicināšanai citu personu labā, kuriem ir atzīts pretstatīto zīmju **TRAKĀS DIENAS** (reģ. Nr. M 56 294) un **Trakās Dienas** (fig.) (reģ. Nr. M 56 309) lietojums. Lai labāk izprastu, kādas ir attiecīgā komersanta klientu vajadzības, kaut kādā mērā ir nepieciešams veikt tirgus izpēti, piemēram, apzināt aktuālo situāciju attiecīgajā preču vai pakalpojumu segmentā. Visi šie pakalpojumi ir orientēti uz jebkura ieinteresēta komersanta konsultēšanu un palīdzības sniegšanu preču tirdzniecības un noieta vai pakalpojumu pieprasījuma veicināšanas jautājumos, un tos vieno viens un tas pats mērķis, proti, lai pēc iespējas lielāks patērētāju loks uzzinātu un izvēlētos attiecīgā komersanta preces vai pakalpojumus.

12. Mazumtirdzniecības pakalpojumi ar dažādām plaša patēriņa precēm, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme, adresēti ļoti plašam patērētāju lokam. Līdz ar to par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata vidusmēra patērētājs, kas ir samērā labi informēts, vērtīgs un piesardzīgs. Savukārt tādi apstrīdētās zīmes pakalpojumi kā tirgus izpēte un izstāžu organizēšana reklāmas un komercnolūkos ir adresēti galvenokārt komersantiem, kuri ir ieinteresēti saņemt palīdzību preču tirdzniecības vai pakalpojumu noieta veicināšanas jautājumos. Šādu patērētāju uzmanības līmenis varētu būt augstāks nekā vidusmēra patērētājiem.

13. Novērtējot salīdzināmās zīmes, Apelācijas padome secina:

13.1. visas pretstatītās zīmes veido vārdu salikums “TRAKĀS DIENAS”, ar to atšķirību, ka pretstatītajā grafiskajā preču zīmē tas izpildīts bieziem burtiem nedaudz stilizētā rakstībā un katra vārda pirmie burti ir lielie, bet pārējie – mazie. Minētās grafiskās iezīmes būtiski nemaina apzīmējuma “TRAKĀS DIENAS” uztveri un lomu, un droši var apgalvot, ka visu agrāko zīmju identificēšanai tiks izmantots tieši vārdiskais apzīmējums “TRAKĀS DIENAS”. Vārdu “traks” bieži izmanto sarunvalodā, un tam pārnestā nozīmē, turklāt kombinācijā ar citiem vārdiem, var būt dažāda jēga (piemēram, “traka nauda” nozīmē ļoti lielu naudas summu, bet “traks numurs” saka par ko negaidītu, ārkārtēju; skat. *Latviešu literārās valodas vārdnīca, 7.2 sēj. R., “Zinātne”, 1991, 582. lpp.*). Tādējādi Apelācijas padome pieņem, ka patērētāji vārdu salikumu “TRAKĀS DIENAS”, kas ietverts agrākajās zīmēs, varētu uztverts kā dienas, kurās notiek kaut kas ārkārtējs un pārsteidzošs;

13.2. Apelācijas padome pievienojas iebilduma iesniedzēja pārstāves viedoklim, ka apzīmējums “TRAKĀS DIENAS” nav uzskatāms par attiecīgajā nozarē, proti, tirdzniecībā, vispārpieņemtu terminu. Kaut arī pārnestā nozīmē apzīmējums “traks” kaut kādā mērā var raksturot noteiktus apstākļus tirdzniecībā, piemēram, attiecībā uz cenām tas varētu nozīmēt to, ka preču cena būs zema vai pretēji – ļoti augsta, tomēr šāds apzīmējums ir jāuzskata par asociatīvu, un tā nekonkrētais raksturs nodrošina, ka tas vairāk ir tēlainis apzīmējums, kurš līdz ar to var būt par kāda uzņēmuma raksturojošu apzīmējumu, proti, preču zīmi. Tas vien, ka daudzi komersanti mēdz izmantot apzīmējumu “TRAKĀS”/“TRAKĀ” savu atlaižu kampaņu raksturošanai, vēl neaplicina to, ka apzīmējums “TRAKĀS DIENAS” ir uzskatāms par tāda veida apzīmējumu, kurš būtu nepieciešams jebkuram komersantam, lai raksturotu viņa atlaižu kampaņu vai preces vērtību. Arī Apelācijas padome uzskata, ka, lai raksturotu, piemēram,

atlaižu kampaņas vai preču cenu, nav nepieciešams apzīmējums "traks"; ir citi, vispārpieņemti apzīmējumi, piemēram, "zemas cenas" vai "izpārdošana par pazeminātām cenām", kurus var izmantot jebkurš komersants. Bez tam komersanti var arī radīt pilnībā jaunus apzīmējumus savām atlaižu kampaņām, piemēram, tirdzniecības veikaliem "RIMI" ir cenu atlaižu kampaņas "tudiš-pīp!" un "MAMUTU DIENAS". Līdz ar to pretstatīto zīmju apzīmējums "TRAKĀS DIENAS" spēj veikt preču zīmes funkciju, un tāpat tās īpašnieks noteiktā apjomā var realizēt savas preču zīmes izņēmuma tiesības pret citām, vēlākām preču zīmju reģistrācijām;

13.3. apstrīdēto zīmi veido apzīmējums "ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS". Kaut arī apstrīdēto zīmi kopumā veido četri vārdi, to semantiskais raksturs ļauj pieņemt, ka šī zīme nav uztverama kā vienota frāze, bet patērētāji drīzāk to uztvers kā no divām daļām veidotu preču zīmi, proti, "ELKOR PLAZA" un "TRAKĀS BRĪVDIENAS".

No lietas materiāliem izriet, ka tirdzniecības vieta "ELKOR PLAZA", kas pieder apstrīdētās zīmes īpašniekam, darbojas jau vairākus gadus, un tā atrodas Brīvības gatvē 201, Rīgā. Līdz ar to nav šaubu, ka tiem patērētājiem, kuri jau ir iepazinusi tirdzniecības veikalus "ELKOR" (uzņēmums savu darbību uzsācis Latvijā 1989. gadā), tostarp arī šo konkrēto tirdzniecības vietu, apzīmējums "ELKOR PLAZA" asociēties ar konkrētā komersanta tirdzniecības vietas nosaukumu. Šāda uztvere varētu būt arī pārējiem patērētājiem, proti, tiem kuri vēl nav iepazinusi attiecīgās tirdzniecības vietas "ELKOR", jo uz to varētu vedināt apzīmējums "PLAZA". Patērētāji noteikti būs ievērojoši, ka šo angļu valodas vārdu "plaza" (*latviski – "tirgus laukums", "laukums (pilsētā)"; skat. www.letonika.lv*) izmanto komersanti, kuri savus pakalpojumus sniedz lielas platības telpās vai kādas pilsētas centrā, tas it īpaši ir raksturīgi lieliem tirdzniecības uzņēmumiem, viesnīcām, ēdināšanas uzņēmumiem (piemēram, Rīgas centrā ir tirdzniecības centrs "Rīga Plaza", Daugavpilī viesnīcā "Park Hotel Latgola" ir pieejams restorāns "Plaza", tuvu Rīgas centram ir tirdzniecības un biroju komplekss "Panorama Plaza").

Arī lietā iesniegtie ilustratīvie piemēri apliecina iepriekš minētos Apelācijas padomes pieņēmumus par apstrīdētās zīmes uztveri. Piemēram, attēlā ar veikala fasādi ir redzama liela izkārtne, kurā ar baltiem bieziem burtiem atveidots uzraksts "ELKOR", zem kura mazākiem un citas krāsas burtiem atveidots apzīmējums "PLAZA", vēl zemāk – veikala darba laiks, savukārt atstatu no centrālās izkārtnes novietota cita izkārtne, kuras vienā stūrī ir novietots sīkāka izmēra uzraksts "ELKOR", bet laukuma lielāko daļu aizņem uzraksts "TRAKĀS BRĪVDIENAS", zem kura ir vēl viens uzraksts "VĒL NEBIJUŠAS CENAS" (līdzīgs informatīvs paziņojums tiek izmantots apstrīdētās zīmes īpašnieka Interneta mājaslapā). Nav šaubu, ka patērētāji, ieraugot šādus uzrakstus uz veikala fasādes, secinās, ka veikals "ELKOR PLAZA" rīko tirdzniecības veicināšanas kampaņu "TRAKĀS BRĪVDIENAS", kuras laikā tiks piedāvātas preces par vēl nebijušām cenām (visticamāk, par pazeminātām cenām). Šāds apstrīdētās zīmes lietojums nesasaucas ar apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves argumentu, ka apstrīdētajā zīmē ietvertie apzīmējumi veido vienotu un nedalāmu saukli, - drīzāk nedalāmība ir saskatāma vārdu savienojuma "ELKOR PLAZA" ietvaros un vārdu savienojuma "TRAKĀS BRĪVDIENAS" ietvaros;

13.4. tādējādi ar lielu pārliecību var apgalvot, ka attiecībā uz tirdzniecības un dažādiem reklāmas aktivitāšu pakalpojumiem apstrīdētajā zīmē ietvertie vārdi "TRAKĀS BRĪVDIENAS" tiks uztverti kā konkrētā komersanta, proti, veikala "ELKOR PLAZA", tirdzniecības veicināšanas kampaņas nosaukums. Līdz ar to var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka apstrīdētajā zīmē ietvertajam apzīmējumam "TRAKĀS BRĪVDIENAS" tajā piemīt patstāvīga loma;

13.5. apstrīdētā zīme vizuāli un fonētiski pilnībā ietver pretstatīto zīmju apzīmējumu "TRAKĀS DIENAS", tikai apstrīdētajā zīmē vārds "DIENAS" ir konkretizēts ar jēdzienu "BRĪVDIENAS". Apelācijas padomes ieskatā apzīmējumi "TRAKĀS BRĪVDIENAS" un "TRAKĀS DIENAS" ir ar ļoti augstu līdzības pakāpi, jo pretstatītajās zīmēs ietvertās "DIENAS" bez šaubām jēdzieniski var būt arī brīvdienas, proti, dienas, kad nav jāierodas darbā. Līdz ar to konkrētais uzsvars, kas apstrīdētajā zīmē ir likts uz vārdu "BRĪVDIENAS", nav uzskatāms par semantiski būtiski atšķirīgu no agrākajās zīmēs izmantotā jēdziena "DIENAS". Izšķirošāka nozīme ir piešķirama tam, ka apstrīdētās zīmes apzīmējums "BRĪVDIENAS" ir izpildīts salikumā ar vārdu "TRAKĀS", kas pilnībā sakrīt ar agrāko zīmju apzīmējumu "TRAKĀS". Līdz ar salīdzināmie apzīmējumi "TRAKĀS BRĪVDIENAS" un "TRAKĀS DIENAS" kontekstā ar zīmju reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem pēc būtības vēstī vienu un to pašu, proti, to, ka attiecīgajā laika posmā – brīvdienās vai ilgākā laika posmā tiks rīkots kāds īpašs, neierasts

jeb "traks" pasākums, kas tirdzniecības kontekstā vienmēr ir saistīts ar patērētājiem izdevīgiem pirkumiem, visticamāk, piedāvājot preces par pazeminātām vai ļoti zemām cenām;

13.6. salīdzināmās zīmes atšķiras ar to, ka apstrīdētajā zīmē ir ietverts apzīmējums "ELKOR PLAZA", kas savukārt nav ietverts nevienā no agrākajām zīmēm.

14. Tādējādi galvenais jautājums LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanai šajā lietā ir salīdzināmo preču zīmju sajaukšanas vai savstarpējas asociācijas iespējas vērtējums kompleksā skatījumā, kopā ar attiecīgo pakalpojumu identiskumu un līdzību. Preču zīmju sajaukšanas iespējas vērtējums ir atkarīgs no daudziem elementiem un īpaši no preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū, no asociācijām, ko izraisa preču zīme, no līdzības pakāpes starp preču zīmēm, kā arī starp precēm un pakalpojumiem, ko tās identificē. Sajaukšanas iespēja tādējādi jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktorus, kas attiecas uz lietas apstākļiem (*EKT (EST) prejudiciālais nolēmums lietā C-251/95 Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997], 22. punkts*).

14.1. Apelācijas padome atzīst, ka šajā gadījumā zīmju sajaukšanas un asociācijas iespējas novērtējumā noteikti jāņem vērā tas, ka agrāko preču zīmju atšķirtspējas jeb distinktivitātes pakāpe ir relatīvi augsta tās atpazīstamības dēļ. Iebilduma iesniedzējam pieder universālveikals "STOCKMANN", kurā patērētāji var iegādāties dažāda rakstura preces – tās ir gan pārtikas preces, gan apģērbs, gan kosmētikas līdzekļi, gan virtuves piederumi un elektrotehnika, un citas plaša patēriņa preces. Šajā veikalā kopš 2005. gada divas reizes gadā tiek organizētas tirdzniecības veicināšanas kampaņas ar nosaukumu "Trakās Dienas", kuru laikā tiek piedāvātas preces par pazeminātām cenām. Ņemot vērā iebilduma iesniedzēja investētās naudas apjomu un intensīvo publicitāti daudzu gadu garumā, ar lielu ticamību var apgalvot, ka apzīmējums **TRAKĀS DIENAS** bauda augstu atpazīstamību Latvijas patērētāju vidū saistībā ar dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem, tostarp par pazeminātām cenām, ko piedāvā iebilduma iesniedzējs – universālveikals "STOCKMANN".

14.2. No lietas materiāliem izriet, ka arī apstrīdētā zīme tiek izmantota saistībā ar tāda rakstura tirdzniecības veicināšanas kampaņām, kuru laikā tiek piedāvātas preces, visticamāk, par pazeminātām cenām. Par to netieši liecina lietā iesniegtie materiāli, kuros redzams apstrīdētās zīmes lietojums, proti, veikala izkārtņē ir ietverts uzraksts "VĒL NEBIJUŠAS CENAS!", - maz ticams, ka komersants reklamētu pasākumu, kurā tas piedāvās preces par augstāku cenu nekā ierasti. Vienīgā atšķirība starp apstrīdētās zīmes atlaižu pasākumu un agrāko zīmju kampaņu "TRAKĀS DIENAS" ir tā, ka ar apstrīdēto preču zīmi piedāvātais pasākums noris vienu reizi gadā (brīvdienās pirms Ziemassvētkiem), bet agrāko zīmju tirdzniecības veicināšanas kampaņa tiek organizēta divas reizes gadā (vairākas dienas, ieskaitot brīvdienas). Taču šādas atšķirības ir maznozīmīgas un būtiski neiespāido patērētāju priekšstatu. Tirdzniecības centru un veikalu, kā arī to piedāvāto atlaižu kampaņu ir tik daudz, ka ne visi patērētāji precīzi pārzina katra šāda pasākuma norises laiku un citas nianšes. Turklāt nav šaubu, ka komersanti var arī mainīt ierasto kārtību. Tāpēc ierastāka ir prakse, ka komersanti, lai atgādinātu saviem pastāvīgajiem klientiem un piesaistītu jaunus klientus, īsi pirms atlaižu pasākuma vai kampaņas dienās veic šo aktivitāšu reklāmu (to arī apliecina lietā iesniegtie materiāli par salīdzināmo zīmju izmantošanu).

14.3. Ņemot vērā minētos apsvērumus, Apelācijas padome uzskata, ka situācijā, kad gan apstrīdētajā zīmē, gan pretstāfītajās zīmēs ir raksturota patērētājiem izdevīga vai lēta iepirkšanās iespēja pēc būtības ar vienu un to pašu tēlaino īpašības vārdu "TRAKĀS", kas papildināts ar semantiski tuviem laika periodiem, pastāv ticama iespēja, ka patērētājiem vēlākā – apstrīdētā zīme varētu asociēties ar agrāko, jau labi zināmo preču zīmi **TRAKĀS DIENAS**. Šo iespēju nemazina tas apstāklis, ka apstrīdētajā zīmē atšķirībā no agrākajām zīmēm ir ietverts arī attiecīgā komersanta tirdzniecības veikala "ELKOR PLAZA" nosaukums. Iebilduma iesniedzēja pamatoti norāda, ka šādu asociācijas iespēju pastiprina prakse, kura ir sastopama lielveikalos Latvijā, proti, dažādi tirdzniecības centri var apvienoties vienā kopējā tīklā (piemēram, "Galactico") un realizēt kopīgu izpārdošanas politiku.

14.4. Par to, ka šajā gadījumā nav tik izšķirošas nozīmes apstāklim, ka apstrīdētā zīme satur apzīmējumu "ELKOR PLAZA", zināmā mērā liecina patērētāju priekšstats, kas izriet no apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves iesniegtās "SKDS" veiktās aptaujas datiem. Respondenti, atbildot uz

jautājumu, vai salīdzināmās preču zīmes pieder vienam un tam pašam komersantam, tikai 31% gadījumu bija skaidri atbildējuši noliedzoši. Pārējie – apstiprinoši un drīzāk apstiprinoši bija atbildējuši 17%, savukārt grūti pateikt bija 27% respondentu, bet 25% respondentu bija atbildējuši, ka drīzāk nē. Apelācijas padomes ieskatā šādas atbildes tomēr liecina par zināmu mulsumu no patērētāju puses. Tas noteikti ir izskaidrojams ar to, ka tā pati aptauja apliecina, ka divas trešdaļas (66%) visu respondentu norādīja, ka tirdzniecības akciju “TRAKĀS DIENAS” piedāvā universālveikals “STOCKMANN”, savukārt šāda atbilde Rīgā bija 89% respondentu, Pierīgā – 74%. Tas vien liecina, ka tirdzniecības akcija “TRAKĀS DIENAS” Latvijas patērētājiem ir ļoti labi atpazīstama atlaizu kampaņa, un situācijā, kad citā zīmē tiek ietverts apzīmējums, kas ir ļoti līdzīgs jau zināmajam, noteikti daļai patērētāju tas var izsaukt asociācijas ar agrāko, jau zināmo preču zīmi. Bez tam nav mazsvarīgi, ka minētie dati attiecas uz situāciju, kad patērētāji ir vērtējuši attiecīgos apzīmējumus, atrodoties tiem blakus, kas reālajā komercdarbības vidē ir tikai retumis. Ierastāk vēlāko zīmi redz tādā situācijā, kad blakus neatrodas patērētājiem jau zināmā zīme. Tādējādi patērētāji vēlāko zīmi parasti salīdzina ar atmiņā palikušu nepilnīgu priekšstatu par agrāko zīmi, un bieži vien izšķirošs ir pirmais priekšstats, nevis rūpīgs salīdzinājums. Ja tiktu veikts šāds zīmju salīdzinājums, attiecīgo respondentu skaits, kurš atbildētu apstiprinoši vai šaubītos, būtu vēl lielāks.

14.5. To, ka nav neiespējama salīdzināmo zīmju sajaukšana vai savstarpējās asociācijas iespēja situācijā, kad vēlāko zīmi veido komercnosaukums kombinācijā ar citam komersantam piederošu apzīmējumu, ir atzinusi arī Eiropas Savienības Tiesa. Proti, tiesa ir norādījusi, ka konstatēt sajaukšanas iespēju var arī gadījumā, ja apstrīdēto apzīmējumu veido trešās personas komercnosaukuma, no vienas puses, un reģistrētas preču zīmes ar parastu atšķirtspēju, no otras puses, kombinācija un ja saliktā apzīmējuma kopiespaidu rada ne tikai agrākā preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli (*EKT (EST) spriedums lietā C-120/04 Medion AG v Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH [2005]*). Apelācijas padome jau iepriekš lēmumā secināja, ka apstrīdētajā zīmē ietvertajam apzīmējumam “TRAKĀS BRĪVDIENAS” piemīt patstāvīga loma, tāpat iepriekš atzīta apzīmējuma “TRAKĀS BRĪVDIENAS” augstā līdzība ar agrāko, labi zināmo preču zīmi **TRAKĀS DIENAS**. Tāpat no lietas materiāliem izriet, ka “ELKOR PLAZA” ir apstrīdētās zīmes īpašnieka tirdzniecības vietas nosaukums, tātad – komercnosaukums.

14.6. Tādējādi Apelācijas padome secina, ka šajā lietā ir pamatoti piemērot LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu.

15. Iebilduma iesniedzējs ir atsaucies arī uz LPZ 8. panta pirmo un otro daļu. Lai piemērotu LPZ 8. panta pirmo daļu, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā preču zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. LPZ 8. panta otrā daļa nosaka, ka papildus šā panta pirmās daļas noteikumiem preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu arī tad, ja preces vai pakalpojumi, kuriem pieteikta šīs zīmes reģistrācija, nav līdzīgi Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes precēm vai pakalpojumiem, bet ar nosacījumu, ka apstrīdētās preču zīmes lietošanu saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieka interesēm.

16. Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiāli ļauj atzīt, ka iebilduma iesniedzēja preču zīme **TRAKĀS DIENAS** bija Latvijā plaši pazīstama zīme pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma (24.01.2018) saistībā ar dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, tostarp par pazeminātām cenām. Minētais apzīmējums attiecīgajā Latvijas patērētāju lokā ir plaši pazīstams kā tirdzniecības veicināšanas kampaņas nosaukums. To apliecina gan tas, ka attiecīgo kampaņu laikā tās apmeklēja liels skaits pircēju – aptuveni 60 tūkst. cilvēku dienā, gan ļoti intensīvie un plašie reklāmas pasākumi, it īpaši vides reklāmā, radio un televīzijā. Tirdzniecības kampaņas **TRAKĀS DIENAS** atpazīstamības veicināšanā iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis nozīmīgus līdzekļus, proti, pēdējo 11 kampaņu laikā reklāmā ir ieguldīts vairāk nekā 1 milj. eiro. To, ka kampaņas **TRAKĀS DIENAS** popularitāte ir augsta, apliecina arī dati, kas izriet no apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāves iesniegtās aptaujas. Šīs kampaņas atpazīstamība ir augsta Rīgā (89% respondentu norādīja, ka tirdzniecības akciju “TRAKĀS DIENAS” piedāvā universālveikals “STOCKMANN”), taču Apelācijas padomes ieskatā arī attiecīgais rādītājs Latvijas mērogā (66%) ir ievērojams un norāda, ka galvaspilsētā Rīgā notiekošās

atlaižu kampaņas zina ne tikai rīdzinieki, bet tās ir ievērojoši arī iedzīvotāji no citām Latvijas pilsētām. Tāpat nav mazsvarīgi, ka preču zīmi **TRAKĀS DIENAS** par plaši pazīstamu savulaik ir atzinusi Latvijas Republikas Patentu valdes Apelācijas padome gan 13.12.2013 lēmumā Nr. ApP/2013/M 62 975-Ie, gan 10.02.2014 lēmumā Nr. ApP/2014/M 64 364-Ie. Iebilduma iesniedzēja pamatoti norāda un lietā iesniegtie materiāli apliecina, ka kopš minētajiem nolēmumiem situācija nav mainījies, jo kampaņas “**TRAKĀS DIENAS**” joprojām norisinās veikalā “**STOCKMANN**” ar tādu pašu regularitāti un tādu pašu ažiotažu un pircēju drūzmēšanos, kā arī reklāmas aktivitātes tiek regulāri un intensīvi veiktas katrā kampaņas norises reizē.

17. Ņemot vērā, ka apstrīdētajā zīmē ietvertajam apzīmējumam “**TRAKĀS BRĪVDIENAS**” piemīt patstāvīga loma un tas konceptuāli ir ļoti tuvs apzīmējumam “**TRAKĀS DIENAS**”, Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētajā zīmē **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) ir sajaucami atveidota vai imitēta tāda preču zīme, kas pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma ir bijusi Latvijā plaši pazīstama. Apstrīdētā zīme ietver tāda rakstura vārdisko vienību, kas izsauc asociācijas ar plaši pazīstamo universālveikala “**STOCKMANN**” atlaižu kampaņu “**TRAKĀS DIENAS**”. Nav šaubu, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks varēja izvēlēties citu apzīmējumu, lai raksturotu patērētājiem izdevīgus vai lētus iepirkšanās apstākļus, un apzīmējums “**TRAKĀS BRĪVDIENAS**” nav vienīgais vārdu salikums, ko šādā gadījumā var izmantot.

18. Lielākā daļa no apstrīdētās zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) reģistrācijā ietvertajiem pakalpojumiem atzīstami par identiskiem un līdzīgiem dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, attiecībā uz kuriem Apelācijas padome atzina pretstatītās zīmes **TRAKĀS DIENAS** plašo pazīstamību. Jau iepriekš lēmumā secināts, ka tos vieno viens un tas pats mērķis, proti, lai pēc iespējas lielāks patērētāju loks uzzinātu un izvēlētos attiecīgā komersanta preces vai pakalpojumus. Līdz ar to iebilduma lietas apstākļi atbilst LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumu prasībām vismaz šādā apstrīdētās zīmes pakalpojumu apjomā: “pasākumi preču noieta veicināšanai citu personu labā; izstāžu organizēšana reklāmas un komercnolūkos; mazumtirdzniecības pakalpojumi, arī ar Interneta starpniecību, attiecībā uz šādām precēm: elektroniskās ierīces un aparāti, arī dator tehnika un sadzīves tehnika, ciparvideodiski (DVD), kompaktdiski (CD), datorspēles, mūzikas instrumenti, grāmatas, kancelejas preces, mācību līdzekļi, mēbeles, tostarp bērnu mēbeles, biroja mēbeles, virtuves un dārza mēbeles, mājas tekstilizstrādājumi, paklāji, apgaismošanas ķermeņi, telpu dekoru, trauki, stikla izstrādājumi, santehnikas preces, mājsaimniecības preces, arī sadzīves ķīmijas un higiēnas preces, apģērbi, apavi, apģērbu aksesuāri sievietēm, vīriešiem un bērniem, arī zīdaiņiem un māmiņām, sporta apģērbi un apavi, sporta preces, bērnu preces, arī bērnu ratiņi, rotaļlietas un spēles, parfimērijas un kosmētikas preces, instrumenti, arī rokas instrumenti, elektriskie un dārza kopšanas instrumenti, makšķerņu piederumi, autotransportam paredzētas preces, arī automobiļu piederumi, riepas, autotransportam paredzētas ķīmijas preces, dzīvnieku barība, pārtikas preces un alkoholiskie dzērieni”.

19. Kaut arī apstrīdētās zīmes pakalpojumu “tirgus izpēte” līdzība ir visainiecīga ar dažādu plaša patēriņa preču tirdzniecības pakalpojumiem lielveikalos, attiecībā uz kuriem Apelācijas padome atzina pretstatītās zīmes **TRAKĀS DIENAS** plašo pazīstamību, tomēr šie apstrīdētās zīmes pakalpojumi nav tāda rakstura, lai tie nevarētu asociēties ar plaši pazīstamās zīmes **TRAKĀS DIENAS** īpašnieku. Lai veiksmīgi īstenotu plaša patēriņa preču mazumtirdzniecības pakalpojumus, attiecīgajam komersantam kaut kādā mērā ir jāveic tirgus izpēte ne tikai attiecībā uz saviem tiešajiem konkurentiem, bet arī komercdarbības sfērās, kurās darbojas attiecīgie komersanti, kuru preces tas grasās piedāvāt vai jau piedāvā savā veikalā. Kas attiecas uz apstākli, vai apstrīdētās zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** lietošana saistībā ar tirgus izpētes pakalpojumiem var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** īpašnieka interesēm, Apelācijas padome uzskata, ka ir jāņem vērā Eiropas Savienības tiesu judikatūrā nostiprinātais atzinums, ka, jo augstāka ir agrākās zīmes atšķirtspēja un reputācija, jo vieglāk pieņemt, ka šai zīmei varētu tikt radīts kaitējums (*EST sprieduma lietā C-375/97, General Motors Corporation v Yplon SA; CHEVY [1997], 30. punkts*). Lietas materiāli, it īpaši intensīvie un apjomīgie dažādu veidu reklāmas pasākumi ļauj atzīt šā zīmola augstu pazīstamību Latvijas tirgū. Turklāt lietā iesaistīto komersantu pamatdarbība ir viena un tā pati, proti, tie ir universālveikali, kas piedāvā plaša sortimenta preces, līdz ar to šajā gadījumā pastāv nopietns risks attiecībā uz kaitējumu plaši pazīstamās preču zīmes **TRAKĀS DIENAS** īpašnieka interesēm. Tādējādi

attiecībā uz apstrīdētās zīmes pakalpojumiem “tirgus izpēte” ir pamats piemērot LPZ 8. panta otrās daļas noteikumus.

Bez tam nav mazsvarīgi, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ir pieredzējis komersants, kurš mazumtirdzniecības jomā darbojas jau sen, proti, vairāk nekā 20 gadu. Nav šaubu, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks labi orientējas un pārziņa citu, savu tiešo konkurentu zīmolus un tirdzniecības aktivitātes, kas saistītas ar atlaižu kampaņām, tostarp iebilduma iesniedzēja atlaižu kampaņu “TRAKĀS DIENAS”. Apelācijas padome uzskata, ka nav grūti atrast (no jauna radīt) citu apzīmējumu, kurš nekādi neasociējas un neatgādina nedz plaši pazīstamus, nedz jebkurus tirgū jau zināmus apzīmējumus.

Rezolutīvā daļa

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

1. apmierināt Somijas uzņēmēj sabiedrības STOCKMANN OYJ ABP iebildumu pret preču zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā noteiktajā kārtībā izdarīt Preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **ELKOR PLAZA TRAKĀS BRĪVDIENAS** (reģ. Nr. M 72 775) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu.

Lietas dalībnieks, kas nepiekrīt šim lēmumam, var triju mēnešu laikā no šā lēmuma paziņošanas dienas (Paziņošanas likums, 5. līdz 9. pants) vērsties tiesā saistībā ar šo lēmumu atbilstoši Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 98. pantā un Civilprocesa likuma 30.³ 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 priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/

I. Plūme-Popova

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/

J. Bērzs

/personiskais paraksts/

D. Liberte