



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Juridiskā adrese: Cītdailes iela 7/70, Rīga, LV-1010, faktiskā adrese: K.Valdemāra iela 33, Rīga, LV-1010,
tālr. 67099600, 67099637, fakss 67099650, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2019/M 73 400-Ie
(OP-2019-9)

LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 30. decembrī

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

rakstveida procesā 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, 2019. gada 7. februārī Nīderlandes uzņēmēj sabiedrības Hevea B.V. (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā R. Olmane pret preču zīmes

SNUG

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA; pieteik. Nr. M-18-889; pieteik. dat. 30.07.2018; reģ. Nr. M 73 400; reģ. (publ.) dat. 20.11.2018; 9. un 25. kl. preces un 38. un 41. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā 25. klases precēm.

Iebilduma motivējums: sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) līdzību Latvijā agrākai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **SNUG BOOT** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. WO 1 412 615)



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).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 11.02.2019 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

01.07.2019 iebilduma lietas pusēm paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 29.11.2019.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) reģistrēta 9. un 25. klases precēm un 38. un 41. klases pakalpojumiem.

Iebildums vērstas tikai pret 25. klases precēm, proti: “apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi”.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis starptautiski reģistrētu un uz Eiropas Savienību attiecinātu figurālu preču zīmi **SNUG BOOT** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 412 615; reģ. dat. 30.04.2018; konvencijas prioritātes dati: Beniluksa valstis, 31.01.2018, 1368998) – kuru veido stilizētā rakstībā veidots uzraksts “SNUG”, kas izpildīts biežiem, baltiem burtiem un novietots uz sarkana taisnstūra (ar trim noapaļotiem stūriem) fona; zem tā novietots stilizētā rakstībā un melniem, biežiem burtiem veidots uzraksts “BOOT”.

Šī zīme ir reģistrēta šādām precēm:

- 9. kl. – aizsargzābaki un kurpes, apavi aizsardzībai pret nelaiemes gadījumiem, radiāciju un uguni;
- 25. kl. – apavi, to skaitā zābaki, čības, kurpes un darba apavi; kurpes ar gumijas zolēm; zoles un papēži; izstrādājumi no gumijas, proti, kurpes, zoles un papēži.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāve, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, lūdz atzīt preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā 25. klases precēm, argumentējot to šādi:

3.1. pretstatītās starptautiski reģistrētās un uz Eiropas Savienību attiecinātās preču zīmes **SNUG BOOT** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 412 615) prioritātes datums ir 31.01.2018. Apstrīdētās preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) pieteikuma datums ir 30.07.2018. Tātad pretstatītā zīme ir agrāka zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītā zīme ir reģistrēta apaviem, tātad identiskām 25. klases precēm. Pārējās apstrīdētās zīmes 25. klases preces, proti, “apģērbi”, “galvassegas”, “peldkostīmi”, “sporta apģērbi” un “brīvā laika apģērbi”, ir uzskatāmas par radniecīgām precēm apaviem, kuriem ir reģistrēta agrākā zīme. Patērētāji šīs preces var savstarpēji cieši saistīt, jo viens un tas pats ražotājs var piedāvāt visas šīs preces. Turklāt mūsdienās ļoti bieži gan apģērbi, gan apavi tiek piedāvāti patērētājiem vienviet;

3.3. salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums, turklāt šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaidu, tai pašā laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes. Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli (*Eiropas Savienības Tiesas (EST; agrākais nosaukums – Eiropas Kopienų tiesa, EKT) prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95 Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997] 23. punkts un EST (EKT) prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV [1999] 25. punkts*);

3.4. salīdzināmajām zīmēm ir viens un tas pats dominējošais elements, proti, “SNUG”. Apstrīdētajā zīmē tas ir vienīgais vārdiskais apzīmējums. Savukārt to, ka apzīmējums “SNUG” ir uzskatāms par dominējošu elementu arī pretstatītajā zīmē, nosaka vairāki faktori. Pirmkārt, apzīmējuma “SNUG” novietojums agrākajā zīmē, proti, tas atrodas virs apzīmējuma “BOOT”, un saskaņā ar Eiropā pieņemtajiem lasīšanas paradumiem apzīmējums “SNUG” tiks izlasīts un uztverts kā pirmais šīs zīmes vārds. Otrkārt, apzīmējuma “SNUG” grafiskais izpildījums agrākajā zīmē, proti, tas atveidots baltiem burtiem uz sarkana fona pretstatā apzīmējumam “BOOT”, kas izpildīts uz balta fona. Vizuāli sarkanās krāsas fons ir daudz izteiksmīgāks un vairāk piesaista patērētāju uzmanību nekā baltas krāsas fons;

3.5. salīdzināmās zīmes ir vizuāli līdzīgas, jo apstrīdētā zīme pilnībā atkārtos agrākās zīmes dominējošo apzīmējumu “SNUG”. Zīmju vizuālo līdzību nemazina tas, ka agrākā zīme satur vēl vienu vārdu “BOOT”, jo tam agrākajā zīmē ir pakārtota loma. Būtiski, ka tieši salīdzināmo zīmju dominējošie apzīmējumi ir identiski;

3.6. ņemot vērā, ka salīdzināmās zīmes veido viens un tas pats dominējošais apzīmējums, proti, “SNUG”, tad zīmes tiks izrunātas identiski;

3.7. sakritīgais apzīmējums “snug” tulkojumā no angļu valodas nozīmē “mājīgs kaktiņš; mājīgi; paliekošs” (skat. www.letonika.lv). Tomēr tas nav vienkāršs angļu leksikas vārds, kuru varētu zināt lielākā daļa Latvijas patērētāju ar angļu valodas pamatzināšanām. Līdz ar to Latvijas vidusmēra patērētājs apzīmējumu “SNUG” uzskatīs par fantāzijas vārdu. Savukārt agrākajā zīmē ietvertais vārds “boot” tulkojumā no angļu valodas nozīmē “zābaks” (skat. www.letonika.lv), kuru zinās un sapratīs lielākā daļa Latvijas patērētāju ar angļu valodas pamatzināšanām. Tādējādi patērētāji apzīmējumu “BOOT” nešaubīgi uzskatīs par aprakstošu apzīmējumu attiecībā uz agrākās zīmes precēm, proti, dažādiem apaviem;

3.8. ņemot vērā, ka apstrīdētā zīme pilnībā atkārtoti pretstatītās zīmes dominējošo apzīmējumu, patērētāji apstrīdēto zīmi var sajaukt vai uzskatīt par saistītu ar agrāko zīmi. Apstrīdētās zīmes preces ir ikdienā lietojamas preces, tādēļ par attiecīgo patērētāju šajā lietā var uzskatīt ikvienu Latvijas vidusmēra patērētāju;

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

Motīvu daļa

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

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

3. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka pretstatītās starptautiski reģistrētās un uz Eiropas Savienību attiecinātās preču zīmes **SNUG BOOT** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 412 615) prioritātes datums ir 31.01.2018. Apstrīdētās preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) pieteikuma datums ir 30.07.2018. Tātad pretstatītā zīme ir agrāka zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Salīdzinot apstrīdētās zīmes 25. klases preces ar tai pretstatītās zīmes precēm, Apelācijas padome secina:

4.1. “apavi” ir nosaukti gan apstrīdētās zīmes, gan pretstatītās zīmes preču sarakstos. Tātad šajā apjomā var uzskatīt, ka salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām precēm;

4.2. pārējās apstrīdētās zīmes 25. klases preces “apģērbi, galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi” ir atzīstamas par zināmā mērā līdzīgām pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertajiem apaviem, kas gan ir patstāvīga tirgus nozare. No prakses ir zināms, ka pastāv komersanti, kuri specializējas un piedāvā vienīgi apavus. Bet tai pašā laikā apavi, apģērbi un galvassegas ir savstarpēji saistītas preces, jo tām ir kopīgs funkcionālais uzdevums – pasargāt cilvēka ķermeni no apkārtējās vides iedarbības, tās pieder vieglās rūpniecības apģērba ražošanas nozarei un veikalos, it īpaši modes preču salonos, šīs preces bieži tirgo kopā. Līdz ar to šajā apjomā starp salīdzināmo zīmju precēm ir konstatējama zināma līdzība.

5. Apģērbi, apavi, galvassegas, peldkostīmi, arī brīvā laika apģērbi un sporta apģērbi ir plaša patēriņa preces. Lai gan sporta apģērbs pieder pie specializētā apģērba, tomēr to daļēji var uzskatīt arī par sadzīves apģērbu, jo to mēdz lietot ikdienā – mājās un atpūtā. Līdz ar to par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā jāuzskata vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Iegādājoties

plaša patēriņa preces, pircēju uzmanības pakāpe ir zemāka nekā tad, kad jāizvēlas dārgas un ekskluzīvas preces.

6. Salīdzinot apstrīdēto zīmi **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) ar tai pretstatīto zīmi **SNUG BOOT** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 412 615), Apelācijas padome secina:

6.1. var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka salīdzināmo zīmju līdzību nosaka to sakritīgais vārdiskais apzīmējums “SNUG”, uz kuru ne tikai apstrīdētajā zīmē, bet arī pretstatītajā zīmē galvenokārt varētu koncentrēties patērētāju uzmanība;

6.2. Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzēja pārstāves argumentam, ka agrākajā zīmē ietvertajam apzīmējumam “BOOT” ir pakārtota loma, jo attiecībā uz 25. klases precēm, proti, apaviem, šim apzīmējumam pašam par sevi nepiemīt atšķirtspēja. Apzīmējums “boot” patērētājiem būs ļoti saprotams kā angļu valodas vienkāršas leksikas vārds ar nozīmi “zābaks”, tāpat tas (kaut vienskaitlī) tieši norāda uz precēm, kuras ietvertas pretstatītās zīmes reģistrācijā;

6.3. vārdam “snug” tulkojumā no angļu valodas ir norādītas vairākas nozīmes. Tas tiek lietots gan ar nozīmi “mājīgs kaktiņš”, gan “pietiekošs”, gan “kārtīgs; sakārtots”, gan “slepens”, gan – par apģērbu runājot – “cieši pieguļošs” (*skat. Angļu-latviešu vārdnīca, www.letonika.lv*). Šādas nozīmes zināmā mērā var raksturot preču (vismaz daļas), kurām salīdzināmās zīmes ir reģistrētas, īpašības. Piemēram, apģērbus, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme, apzīmējums “SNUG” var raksturot kā tādus, kuri cieši pieguļ augumam (cieši pieguļošas kleitas vai krekliņi), savukārt apavus, kuriem ir reģistrētas abas salīdzināmās zīmes, apzīmējums “SNUG” var raksturot kā ļoti omulīgus jeb ērtus (piem., čības) vai īpaši kādam sportam paredzētus, cieši pieguļošus. Taču Apelācijas padome pievienojas iebilduma iesniedzēja pārstāves viedoklim, ka minētā angļu valodas vārda “snug” nozīme varētu nebūt zināma lielai daļai Latvijas patērētāju, jo tas nepieder pie vienkāršas angļu valodas leksikas vārdiem, kurus ierastāk pārzina vidusmēra patērētāji. Līdz ar to visdrīzāk lielākā daļa Latvijas patērētāju salīdzināmajās zīmēs ietverto vārdu “SNUG” uztvers kā mākslīgi radītu vārdu, un tas patērētājiem neveidos kādas konkrētas semantiskās asociācijas;

6.4. patērētāju uztveri nevar būtiski ietekmēt pretstatītās zīmes grafiskais izpildījums. Ņemot vērā, ka vairums Latvijas patērētāju apzīmējumu “SNUG” drīzāk uztvers kā fantāzijas vārdu, tad agrākās zīmes grafiskās īpatnības neprevalēs pār zīmes vārdisko daļu, kura parasti atstāj lielāku iespaidu. Šajā gadījumā apzīmējums “SNUG” ir vizuāli izcelts tādējādi, ka tas ir atveidots baltiem, bieziem burtiem uz sarkanas krāsas fona, kas tikai pastiprina to, ka patērētāji, visticamāk, vizuāli kā pirmo uztvers tieši šo apzīmējumu;

6.5. tādējādi Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka salīdzināmās zīmes ir vērtējamas kā fonētiski un vizuāli līdzīgas.

7. Apelācijas padome uzskata, ka situācijā, kad ar vizuāli un fonētiski līdzīgām preču zīmēm (salīdzināmās zīmes ietver sakritīgu apzīmējumu “SNUG” bez Latvijas patērētājam uztveramas jēdzieniskās nozīmes) tiek marķētas identiskas vai līdzīgas 25. klases preces (ikdienas patēriņa preces, kuras lieto vidusmēra patērētājs), pastāv iespēja, ka patērētāji salīdzināmās zīmes **SNUG** un **SNUG BOOT** (fig.) var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas – tādas, kas pieder vienam vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem.

Tāpat par pamatotu uzskatāma iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem.

Rezolutīvā daļa

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

1. apmierināt Nīderlandes uzņēmēj sabiedrības Hevea B.V. iebildumu pret preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) reģistrāciju Latvijā, proti, atzīt minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu visām 25. 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 preču zīmes **SNUG** (reģ. Nr. M 73 400) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu attiecībā uz visām 25. klases precēm.

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