



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

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

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2019/M 73 416-Ie
(OP-2019-8)

LĒMUMS

Rīgā

2020. gada 27. janvārī

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

2019. gada 28. novembrī 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, 2019. gada 1. februārī Vācijas uzņēmēj sabiedrības Beiersdorf AG (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvariece preču zīmju lietās M. Uzulēna pret preču zīmes

Dorena

(preču zīmes īpašnieks – fiziska persona Atis LIEPIŅŠ (Latvija); pieteik. Nr. M-18-1046; pieteik. dat. 31.05.2018; reģ. Nr. M 73 416; reģ. (publ.) dat. 20.11.2018; 3. un 5. klases preces)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības (turpmāk arī - ES) preču zīmēm **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) un **Florena men COMFORT** (figurāla zīme; turpmāk – fig.) (Nr. EUTM 009728304)



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

- apstrīdētā zīme ir līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākajām Eiropas Savienības preču zīmēm **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) un **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304), kurām ir laba reputācija Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar attiecīgajām precēm dod iespēju negodīgi izmantot šo Kopienas (Eiropas Savienības) preču zīmju atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, vai šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un minēto Kopienas (Eiropas Savienības) preču zīmju īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt Kopienas (Eiropas Savienības) preču zīmju īpašnieka interesēm (LPZ 39.³ panta pirmā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 05.02.2019 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu saņemta 22.03.2019, un 25.03.2019 tā nosūtīta iebilduma iesniedzēja pārstāvei.

24.05.2019 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves M. Uzulēnas papildinājumi iebilduma iesniegumam, un 27.05.2019 tie nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašniekam.

12.09.2019 Apelācijas padomē no apstrīdētās zīmes īpašnieka saņemti papildinājumi atbildei uz iebildumu, un 13.09.2019 tie nosūtīti iebilduma iesniedzēja pārstāvei.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāves M. Uzulēnas 13.08.2019 izteikto lūgumu, 14.08.2019 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- iebilduma iesniedzēja pārstāve – patentpilnvarniece preču zīmju lietās M. Uzulēna;

- apstrīdētās zīmes īpašnieks A. Liepiņš un viņa pārstāve – patentpilnvarniece preču zīmju lietās

I. Lejiņa.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrēta šādām precēm:

- 3. kl. – ķermeņa kopšanas un skaistumkopšanas līdzekļi; dekoratīvā kosmētika; parfimērijas izstrādājumi; gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi; matu kopšanas līdzekļi;

- 5. kl. – ārstnieciskie ķermeņa kopšanas līdzekļi; estētiskās medicīnas līdzekļi; uztura bagātinātāji; antibakteriālās ziepes.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas Eiropas Savienības preču zīmes:

2.1. vārdisku preču zīmi **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737; pieteik. dat. 22.10.2003; saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu šai preču zīmei prioritāte Latvijā noteikta ar 01.05.2004; reģ. dat. 10.04.2006; publ. dat. 01.05.2006; reģ. atjaunošanas dat. 22.10.2013), kas reģistrēta šādām 3. klases precēm: “ziepes personīgai lietošanai; parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētikas līdzekļi, īpaši losjoni, krēmi, želejas, matu kopšanas līdzekļi; dezodoranti personīgai lietošanai”;

2.2. krāsainu figurālu preču zīmi **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304; pieteik. dat. 10.02.2011; reģ. dat. 14.07.2011; publ. dat. 18.07.2011), kuru veido tumši zils vertikāli izstiepts taisnstūris, kura centrā novietots gaišāks tādas pašas krāsas auga lapas attēls un oranžs uzraksts “COMFORT”. Taisnstūra augšdaļā uz baltas horizontālas joslas viens zem otra atrodas tumši zili uzraksti “Florena” un “men”, starp kuriem horizontāli novietota auga lapa zilā krāsā (ar garu kātu); taisnstūra apakšdaļu šķērso oranža horizontāla josla.

Šī zīme reģistrēta 3. klases precēm “ziepes, parfimērijas izstrādājumi, ķermeņa un skaistumkopšanas līdzekļi”.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāve, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem, lūdz atzīt preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to šādi:

3.1. abas iebilduma iesniedzēja preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē ir agrākas par apstrīdēto zīmi **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416). Apstrīdētās zīmes **Dorena** pieteikuma datums ir 31.05.2018, savukārt pretstatītā zīme **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) uz Latviju attiecas no 01.05.2004, bet zīme **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304) – no 10.02.2011;

3.2. saskaņā ar vispārpieņemto preču zīmju līdzības novērtēšanas praksi, zīmes ir jāsalīdzina kopumā, vadoties no to vizuālās, fonētiskās un jēdzieniskās kopuztveres, tai pat laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes. Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāju 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 (turpmāk – EST; agrāk – Eiropas Kopienu tiesa) prejudiciālais nolēmums lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997], 23. punkts un EST prejudiciālais nolēmums lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV [1999], 25. punkts*);

3.3. apstrīdētā zīme **Dorena** sastāv tikai no viena vārdiska elementa. No viena vārdiskā elementa sastāv arī pretstatītā zīme **FLORENA**, savukārt otrajā pretstatītajā zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) apzīmējums “Florena” ir tas atšķirtspējīgais, dominējošais elements, pēc kura patērētāji var identificēt preces. Pārējie pretstatītajā zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) ietvertie elementi “men” un “COMFORT” ir ar paskaidrojošu nozīmi, proti, norāda, ka preces, kas marķētas ar šo preču zīmi, paredzētas vīriešiem un domātas komfortam, labsajūtai. Lai gan preču zīme **Florena men COMFORT** (fig.) ir krāsaina zīme, vārdiskajiem elementiem zīmē parasti piemīt lielāka atšķirtspēja, jo vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto preci/pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (turpmāk - VT; agrāk – Pirmās instances tiesa) spriedums lietā T-312/03, Wassen International Ltd. v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO)) [2005], 37. punkts*);

3.4. salīdzināmie apzīmējumi “Dorena” un “Florena” ir līdzīgi:

3.4.1. apzīmējumi “Dorena” un “Florena” ir vizuāli līdzīgi.

Saskaņā ar Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008.) norādīto, salīdzinot preču zīmes, kas satur vārdiskos apzīmējumus, tiek ņemti vērā šādi apstākļi: burtu un zilbju skaits salīdzināmajos vārdos; vārdu struktūra, patskaņi, divskaņi, to izvietojuma secība un atrašanās vietas vārdā; identiskas un līdzīgas vārdu daļas, burtu vai skaņu kopas, it īpaši, ja tās atrodas vārdu sākumā; salīdzināmo vārdu vai to daļu iespējamā līdzība, arī ja tiem piemēro dažādu Latvijas sabiedrībā zināmu valodu izrunas principus; vārdu vai to daļu semantiskā līdzība dažādās valodās, ja tā saprotama attiecīgajiem Latvijas patērētājiem (apkopojuma 3.2.3. punkts; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi>).

Salīdzināmie apzīmējumi “Dorena” un “Florena” sastāv no vienāda zilbju skaita – no 3 zilbēm. Apzīmējumā “Dorena” ietilpst 6 burti, bet apzīmējumā “Florena” – 7, no kuriem lielākā daļa (5 burti) sakrīt. Zīmes atšķiras tikai ar sākuma burtiem “D”/“F”. Abi vārdi ir līdzīgi veidoti, tiem ir vienāda struktūra, vienāda patskaņu izvietojuma secība un atrašanās vieta salīdzināmajos vārdos;

3.4.2. arī fonētiski salīdzināmās zīmes ir tuvas, jo to garākā vārddāļa “-orena” ir identiska. Salīdzināmajām zīmēm ir līdzīgs skanējums. Zīmju sākuma burti “D”/“F” neradīs būtiskas atšķirības vārdu izrunā, jo pretstatītās zīmes pirmie divi burti “F” izrunā var saplūst, veidojot vienu skaņu.

Šajā lietā būtu jāņem vērā Eiropas Savienības tiesas atziņa līdzīgā strīdā, salīdzinot apzīmējumus “GITANA” un “KiTANA”. Tiesa secināja, ka šo preču zīmju vizuālā atšķirība vienīgi ar to pirmajiem burtiem nav pietiekama, lai neitralizētu visu pārējo burtu, kuri veido zīmju lielāko daļu, identiskumu. Arī vērtējot šo apzīmējumu fonētisko līdzību, tiesa norādīja, ka, ņemot vērā zīmju pirmo zilbju līdzību, bet otrās un trešās zilbes identiskumu, zīmju kopiespaids fonētiskā ziņā ir ļoti līdzīgs. Ievērojot minēto apzīmējumu vizuālo un fonētisko līdzību, kā arī to, ka zīmes nav iespējams salīdzināt konceptuāli, tiesa nosprieda, ka pastāv zīmju sajaukšanas iespēja (*VT spriedums lietā T-569/11, Gitana SA v ITSB [2013], 58., 60., 67. punkts*).

Arī apzīmējumi “Dorena” un “Florena” ir fantāzijas vārdi bez konkrētas semantiskās nozīmes. Tie patērētājiem varētu izraisīt asociācijas ar sieviešu vārdiem – tāpat līdzīgas asociācijas;

3.4.3. Eiropas Savienības preču zīmju datubāzē ir tikai dažas preču zīmes ar līdzīgu uzbūvi, identisku beigu daļu “-orena”, kas reģistrētas 3. un 5. klases precēm, bet Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju datubāzē šāda ir vienīgi apstrīdētā zīme **Dorena** (*lietai pievienotas izdrukas no EUIPO preču zīmju datubāzes eSearch plus un Latvijas Republikas Patentu valdes Internetā pieejamās preču zīmju datubāzes*). Tātad vārda daļa “-orena” apzīmējumu beigās nav raksturīga preču zīmēm, ar kurām marķētas kosmētikas preces. Līdz ar to apzīmējumu “Dorena” un “Florena” līdzīgā konstrukcija, skanējums un sakritība lielākajā to daļā var radīt iespēju, ka patērētāji šos nosaukumus sajauc;

3.5. atbilstoši EST praksei, risks, ka sabiedrība varētu uztvert, ka preces un pakalpojumi nāk no viena un tā paša uzņēmuma vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, rada sajaukšanas iespēju. Sajaukšanas iespēja ir jānovērtē vispārēji saistībā ar relevantās sabiedrības zīmju uztveri un attiecīgajām precēm un pakalpojumiem, īpaši ņemot vērā visus lietas svarīgos faktorus un savstarpējo saikni starp zīmju līdzību un precēm un pakalpojumiem (*VT spriedums lietā T-162/01, Laboratorios RTB, SL v ITSB [2003], 30.-33. punkts*);

3.6. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām, līdzīgām un saistītām 3. un 5. klases precēm:

- gan apstrīdētās, gan pretstatīto zīmju reģistrācijas 3. klasē ietver parfimērijas un kosmētikas līdzekļus, kā arī matu kopšanas līdzekļus – tātad identiskas preces. Minētās preces aptver arī apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertos ķermeņa kopšanas un skaistumkopšanas līdzekļus, dekoratīvo kosmētiku;

- apstrīdētās zīmes 3. klases preces “gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi” var tikt uzskatīti par līdzīgiem pretstatītās zīmes **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) preču sarakstā ietvertajiem dezodorantiem personīgai lietošanai, jo tie paredzēti nepatīkamu aromātu neitralizēšanai;

- apstrīdētās zīmes 5. klases preces “ārstnieciskie ķermeņa kopšanas līdzekļi; estētiskās medicīnas līdzekļi; antibakteriālās ziepes” uzskatāmas par līdzīgām pretstatīto zīmju 3. klases precēm “parfimērijas, kosmētikas izstrādājumi; ziepes”, jo tās paredzētas izmantošanai vienam un tam pašam mērķim – kopt un uzlabot cilvēka izskatu, un šos līdzekļus var ražot viens un tas pats uzņēmums;

- apstrīdētās zīmes 5. klasē ietvertos uztura bagātinātājus var uzskatīt par līdzīgiem un saistītiem ar pretstatīto zīmju parfimērijas, kosmētikas un matu kopšanas līdzekļiem, jo uztura bagātinātāji var tikt paredzēti ādas un matu veselībai, matu nostiprināšanai un to struktūras uzlabošanai (*lietai pievienota izdruka no Interneta meklētāja Google ar tā atlasīto informāciju vaicājumam “uztura bagātinātāji ādai un matu nostiprināšanai”*);

3.7. preču zīmju sajaukšanas iespējas vērtējums ir atkarīgs no daudziem elementiem un īpaši no preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū, no asociācijām, ko izraisa lietotais apzīmējums vai reģistrētā zīme, no līdzības pakāpes starp preču zīmi un apzīmējumu, kā arī starp precēm un pakalpojumiem. Sajaukšanas iespēja sabiedrības uztverē ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus (*EST prejudiciālais nolēmums lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997], 22. punkts*).

Salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju pastiprina tas apstākļi, ka ar preču zīmi **Florena** marķētā kosmētiskā produkcija ir pazīstama Latvijas patērētājiem no bijušās PSRS laikiem. Tajā laikā nebija lielas kosmētisko līdzekļu izvēles, tāpēc atsevišķie pieejamie bija zināmi patērētājiem. Ar preču zīmi **Florena** marķētās produkcijas realizācijas apjomi Latvijā, piemēram, 1997. gadā bija 1,1 milj. DEM, bet 1998. gadā – 0,5 milj. DEM (*skat. Patentu valdes Apelācijas padomes lēmuma iebilduma lietā Nr. ApP/2000/WO 718 921-Ie 3.5. un 6. punktu*). Ar preču zīmi **Florena** marķēto produkciju Latvijas patērētāji var iegādāties tādās populārās Interneta vietnēs kā www.ebay.com, www.amazon.com un citur (*lietai pievienotas izdrukas no minētajām Interneta vietnēm*). Ar preču zīmi **Florena** marķētā kosmētika nav dārga, tā ir pieejama plašam patērētāju lokam;

3.8. ņemot vērā to, ka salīdzināmās zīmes ietver līdzīgus nosaukumus “Dorena” un “Florena” un tās reģistrētas identiskām, līdzīgām un radniecīgām 3. un 5. klases precēm, pastāv reāla iespēja, ka attiecīgie patērētāji zīmes sajauc vai uztvers par savstarpēji saistītām, proti, kā viena un tā paša īpašnieka dažādu preču variantus.

Šajā iebilduma lietā zīmju sajaukšanās līdzības konstatēšanai svarīgi būtu ņemt vērā EST atziņu, ka zīmes ar augstu atšķirtspēju, kura tām piemīt vai nu pašām par sevi, vai sakarā ar reputāciju tirgū, bauda plašāku aizsardzību nekā zīmes ar zemu atšķirtspēju (*EST prejudiciālais nolēmums lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc. [1998], 18. punkts*). Pretstatīto zīmju augstā atšķirtspēja un reputācija pastiprina sajaukšanas iespēju starp salīdzināmajām zīmēm.

Tātad visi lietas apstākļi atbilst LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta nosacījumiem;

3.9. preču zīmei **Florena** ir arī laba reputācija Eiropas Savienībā LPZ 39.³ panta pirmās daļas izpratnē:

- kosmētikas zīmolam **Florena** ir vairāk nekā 150 gadu. 1852. gadā farmaceits Ādolfs Bergmans nodibināja “Waldheimer Parfumerie und Toilettenseifenfabrik” kā vienu no pirmajiem kosmētikas ražošanas uzņēmumiem Vācijā, un preču zīme **Florena** oficiāli reģistrēta jau 1920. gadā. Viens no pirmajiem **Florena** produktiem bija talka pulveris, bet ādas kopšanas krēma ražošana tika uzsākta 1950. gadā. No 1965. gada kosmētikas produkcija **Florena** tika izplatīta arī citās valstīs, galvenokārt Austrumu blokā. Pēc Vācijas atkalapvienošanās uzņēmums darbojās ar nosaukumu “Florena Cosmetic GmbH”, bet kopš 2002. gada tas pilnībā pieder iebilduma iesniedzējam Beiersdorf AG. Ar preču zīmi **Florena** marķēta produkcija joprojām ir pieejama patērētājiem (*lietai pievienotas izdrukas no vietnēm <https://www.beiersdorf.com/brands/florena> un <https://www.centralberlin.de/blog/finding-the-gdr-in-the-supermarket> ar fragmentu tulkojumu latviski*);

- par zīmola **Florena** reputāciju liecina arī Interneta enciklopēdijā Wikipedia publicētā informācija, ka **Florena** ir tradicionāls vācu kosmētikas zīmols, kurš ir daudz vecāks par **Nivea** un uzņēmumu Beiersdorf AG (*lietai pievienota izdrukā no vietnes <https://de.wikipedia.org/wiki/Florena> ar fragmentu tulkojumu latviski*);

- Beiersdorf AG 2018. gadā tika atzīts par vienu no TOP 10 kosmētikas uzņēmumiem pasaulē, un par vienu no tā populārākajiem zīmoliem nosaukts kosmētikas zīmols **Florena** (*lietai pievienota izdrukā no vietnes <https://www.technavio.com/blog/top-10cosmetics-companies> ar fragmentu tulkojumu latviski*);

- iebilduma iesniedzējs pastāvīgi ir sekojis līdzi produkcijas kvalitātei, paplašinājis produkcijas sortimentu, uzlabojis iepakojuma dizainu. Fakts, ka ar preču zīmi **Florena** marķēta kosmētika joprojām aizņem nozīmīgu vietu un ir pieprasīta Vācijas un Eiropas Savienības tirgū, liecina par iegūto reputāciju patērētāju vidū;

- pretstatītās zīmes plaši tiek izmantotas Vācijā. Sejas kopšanas produktu pārdošanas apjomi 2017. gadā bija 6,8 milj. EUR, bet 2018. gadā – 5,7 milj. EUR. Roku un ķermeņa kopšanas produktu pārdošanas apjomi 2017. gadā bija 5,9 milj. EUR, bet 2018. gadā – 5,3 milj. EUR. Savukārt sejas kopšanas produktu vīriešiem pārdošanas apjomi 2017. gadā bija 2,9 milj. EUR, bet 2018. gadā – 2,6 milj. EUR (*lietai pievienots informatīvs materiāls par **Florena** produktu attīstību vēsturiskā kontekstā ar tulkojumu latviski*). Kompānija GfK (Growth from Knowledge) ir veikusi pētījumu par plaša patēriņa kosmētiskajiem sejas kopšanas produktiem, no kura izriet, ka ar preču zīmi **Florena** marķēta produkcija ierindojas starp pazīstamākajiem produktiem – tā ir pazīstama 86% aptaujas dalībnieku (*lietai pievienotas izdrukas no minētā 2016. gada pētījuma*);

- iebilduma iesniedzējs pastāvīgi ir attīstījis ar zīmi **Florena** marķēto produktu sēriju, uzlabojis šo produktu kvalitāti, veicis pētījumus ar mērķi izstrādāt efektīvus aprūpes līdzekļus par saprātīgu cenu. Ar preču zīmi **Florena** marķētā produkcija ir pielāgota individuālam ādas tipam, tā ir patērētājiem draudzīga, ar dabīgām sastāvdaļām, nesatur silikonu, minerāleļļas, parabenus un mākslīgās krāsas (*lietai pievienoti produktu apraksti ar fragmentu tulkojumu latviski*). Informācija par **Florena** produkciju ir atrodamā gan iebilduma iesniedzēja Interneta mājaslapā, gan preses izdevumos (*lietai pievienotas 3 kopijas no vācu žurnāliem ar **Florena** produktu reklāmu; viens žurnāls datēts ar 2017. gada oktobri, pārējiem diviem datums nav konstatējams*). Produkcijas ilgstošā atrašanās tirgū pierāda, ka ar preču zīmi **Florena** marķētā kosmētiskā produkcija ir ieguvusi augstu novērtējumu, tā ir patērētāju pieprasīta un patērētāji tai uzticas;

3.10. ņemot vērā iepriekš minēto, ir pamats atzīt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks var negodīgi izmantot agrāko preču zīmju atšķirtspēju un reputāciju, liekot patērētājiem uzskatīt, ka ar apstrīdēto zīmi **Dorena** marķētās 3. un 5. klases preces piedāvā iebilduma iesniedzējs vai tās kaut kādā veidā ir ar to saistītas. Patērētāji, kas pazīst Vācijas uzņēmuma Beiersdorf AG ar preču zīmi **Florena** marķēto produkciju, var uztvert ar apzīmējumu **Dorena** marķētos izstrādājumus par šī uzņēmuma jaunu produkcijas līniju. Apstrīdētās zīmes īpašnieks tādējādi var iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu, piesaistot patērētāju uzmanību uz jau atpazīstamas preču zīmes rēķina. Tāpat kaitējums var izpausties ar reputāciju apveltītās pretstatītās zīmes atšķirtspējas vājināšanās.

4. Apstrīdētās zīmes īpašnieks iebildumu neatzīst un lūdz to noraidīt šādu iemeslu dēļ:

4.1. apstrīdētā preču zīme nav līdzīga pretstatītajām ne semantiski, ne fonētiski, ne vizuāli:

- pretstatā iebilduma iesniedzēja zīmei **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304),

apstrīdētās zīmes **Dorena** produktu sērijā nav neviena produkta, kura noformējumā būtu ietverti zilās krāsas toņi, tādējādi kopiespaids, ko atstāj šīs preču zīmes izvietojums uz iepakojuma, ir ļoti atšķirīgs (*lietai pievienota izdrukā no Dorena Gold Line Collection prezentācijas*). **Dorena** produktu sērijā nav arī produktu, kas paredzēti vīriešiem, turpretī zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) ietvertais vārds “men” norāda, ka produkts ir paredzēts vīriešiem. Tātad ar šīm salīdzināmajām zīmēm marķētie produkti ir paredzēti atšķirīgam patērētāju lokam un veikalos tiks izvietoti nošķirtos nodalījumos. Tātad preču zīmes **Florena men COMFORT** (fig.) un **Dorena** nav līdzīgas;

- nevar piekrist iebilduma iesniedzēja apgalvojumam, ka pretstatītā zīme un apstrīdētā zīme ir fantāzijas vārdi, kuriem nav konkrētas semantiskas nozīmes. Lai gan abām preču zīmēm ir līdzīga izskaņa “-rena”, tomēr vārdu sākumi ir semantiski, fonētiski un vizuāli atšķirīgi;

- apzīmējums “Florena” ietver sakni “flora”, kas norāda uz augu valsti (skat. vārdnīcu “Tēzaurs” vietnē www.tezaurs.lv). No šī vārda ir atvasināti tādi vārdi kā “floristika”, “floriste” un citi. Par augu valsts produktu izmantošanu **Florena** krēmos liecina arī kumelītes attēls uz roku krēma zili baltās metāla kārbas un auga lapiņas stilizēts atveidojums starp burtiem “o” un “r”, kas bieži redzams uz iepakojuma (*lietai pievienota izdrukā no Interneta meklētāja Google ar tā atlasītajiem attēliem vaicājumam “florena”*). Arī uzņēmuma Beiersdorf AG aprakstos, uz kuriem atsaucas iebilduma iesniedzējs, minēta informācija par dabīgu un atjaunojamu izejvielu izmantošanu, kas šos produktus ļauj piedāvāt par salīdzinoši zemām cenām un padarīt pieejamus plašam patērētāju lokam, kas bija īpaši svarīgi Latvijas patērētājiem pēc neatkarības atjaunošanas. Turpretī zīmes **Dorena** radīšanā izmantota pilnīgi cita koncepcija – uz produktu, kuri marķēti ar šo zīmi, iepakojuma dominē zelta, sudraba un baltā krāsa, attiecīgi norādot uz krēmu sastāvu (24 karātu zeltu, kaviāra ekstraktu, melnās orhidejas eļļas ekstraktu, rozā pārļu serumu u.c.; *lietai pievienotas izdrukā no vietnes <https://dorena-cosmetics.com/> ar tulkojumu latviski*). Atšķirībā no **Florena** vegānās kosmētikas, **Dorena** kosmētikas produktu sastāvā tiek iekļautas dzīvnieku izcelsmes sastāvdaļas (*lietai pievienota kopija no Dorena Gold Line bukleta ar fragmentu tulkojumu latviski*);

- vārds “Dorena” tulkojumā no grieķu valodas nozīmē “Dieva dāvana” (skat. Latvijas Dabas un pieminekļu aizsardzības biedrība, Dabas un vēstures kalendārs 1986. gadam. Rīga, Zinātne, 1985., 10. lpp., un www.bernu-vardu-nozimes.com/n/Dorena). Vārdu “Florena” un “Dorena” semantiskā atšķirība būtiski samazina preču zīmju līdzību un sajaukšanas iespēju;

- fonētiski vārdi “Florena” un “Dorena” atšķiras, jo skaņa “d” ir balsīgs līdzskanis, bet “f” – nebalsīgs līdzskanis. Šo skaņu izruna tiek veidota atšķirīgi, proti, mēles un lūpu stāvoklis ir atšķirīgs. Turklāt skaņai “f” vārdā “Florena” seko skaņa “l”, kas vēl vairāk mazina zīmju līdzību, un tieši vārda sākuma daļai ir izšķirošā loma kopiespaids radīšanā. Lai gan zilbju skaits vārdos sakrīt, tomēr uzsvērtā zilbe varētu atšķirties atkarībā no attiecīgās valodas izrunas pamatprincipiem. Auga lapiņas izvietojums uz vārda “Florena” norāda, ka uzsvars liekams uz otro zilbi “re”. Savukārt vārdā “Dorena”, ņemot vērā latviešu valodas izrunas pamatprincipus, uzsvars varētu tikt likts uz pirmo zilbi;

- arī vizuāli burtu “F” un “D” attēlojums rada atšķirīgu kopiespaidu, jo šo burtu rakstība atšķiras;

- produktu, kas marķēti ar preču zīmēm **Florena** un **Dorena**, cenas būtiski atšķiras. **Dorena** ir luksusa klases profesionālā kosmētika, kuru uz sadarbības līguma pamata Francijā ražo pieredzējis kosmētikas ražošanas uzņēmums. **Dorena** sejas kopšanas līdzekļu mazumtirdzniecības cenas ir no 40 EUR līdz 90 EUR par iepakojumu, un tos paredzēts tirgot skaistumkopšanas salonos un specializētos veikalos (*lietai pievienots Dorena kosmētikas produktu 2019. gada cenrādīs un 31.10.2018 izrakstīts rēķins*). Savukārt **Florena** produkti nav paredzēti specializētiem, profesionāliem kosmētikas saloniem;

- datubāzē *TMview* atrodamas vairākas preču zīmes, kas reģistrētas 3. un 5. klases precēm un kurās ietverta izskaņa “-orena” (*lietai pievienota izdrukā no minētās datubāzes*);

4.2. nevar piekrist iebilduma iesniedzēja apgalvojumam, ka uztura bagātinātāji pēc būtības ir līdzīgi parfimērijas precēm, jo uzlabo ādas un matu izskatu. Uztura bagātinātāji uzlabo ķermeņa stāvokli kopumā, un viens no rezultātiem ir arī matu un ādas veselības uzlabošanās. Parfimērijas un kosmētikas, arī matu kopšanas līdzekļi ir arī lietojami, bet uztura bagātinātāji – iekšķīgi. Iegādājoties šos produktus, kā arī ārstnieciskos ķermeņa kopšanas līdzekļus, patērētāja uzmanības līmenis būs salīdzinoši augstāks, līdz ar to preču zīmju sajaukšanas iespēja – zemāka.

Nevar piekrist iebilduma iesniedzēja apgalvojumam, ka apstrīdētās zīmes 3. klases preces “gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi” un pretstatītās zīmes preces “dezodoranti personīgai lietošanai” ir uzskatāmas par līdzīgām precēm. Šīs preces veikalos ir izvietotas atšķirīgos nodalījumos, tām ir atšķirīgs lietošanas veids un arī mērķis;

4.3. Latvijas lielākajos veikalos – tādos kā Maxima, Rimi, Drogas, Stockmann, Douglas – no

iebilduma iesniedzēja Beiersdorf AG produktiem šobrīd ir pieejama vienīgi ar preču zīmi **Nivea** marķēta produkcija. Tajos nav atrodami ar preču zīmi **Florena** marķētie produkti. Tātad preču zīmju **Florena** un **Dorena** sajaukšanas iespēja nepastāv, jo ar preču zīmi **Florena** marķētas preces Latvijā šobrīd nav nopērkamas. Maz ticams, ka Latvijas patērētāji neizvēlēties veikalu tīklos plaši pieejamos līdzīgas kvalitātes ar preču zīmi **Nivea** marķētos produktus, ko piedāvā Vācijas uzņēmums Beiersdorf AG, bet tādās Interneta vietnēs kā www.ebay.com un www.amazon.com pasūtīs ar preču zīmi **Florena** marķētos produktus;

4.4. tātad salīdzināmās preču zīmes nav sajaucami līdzīgas, turklāt zīmju faktiskās lietošanas vizuālais kopiespāids būtiski atšķiras, līdz ar to novērš zīmju līdzību un iespēju patērētājiem tās sajaukt.

5. Atbildot uz apstrīdētās zīmes īpašnieka paustajiem apgalvojumiem, iebilduma iesniedzēja pārstāve norāda:

- nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojumam, ka salīdzināmo zīmju faktiskais lietojums uz iepakojuma ir būtiski atšķirīgs. Preču zīmes tiek salīdzinātas tādas, kādas tās reģistrētas, nevis pēc to faktiskā lietojuma. Turklāt gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītā zīme **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) ir reģistrētas kā vārdiskas zīmes, tāpēc atšķirības iepakojuma noformējumā vispār neattiecas uz šo iebilduma lietu;

- preču zīmju vizuālo uztveri neietekmē arī tas, vai salīdzināmie nosaukumi "Florena" un "Dorena" izpildīti lielo vai mazo burtu rakstībā vai ar lielo sākuma burtu. Turklāt pretstatītajā zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) nosaukums "Florena" izpildīts ar lielo sākuma burtu - tāpat kā nosaukums "Dorena" apstrīdētajā zīmē. Tātad vārdiskā apzīmējuma "Florena" izpildes veids var būt dažāds, līdz ar to tas nevar ietekmēt apzīmējuma uztveri;

- nevar piekrist tam, ka vienādas konstrukcijas vārdos "Florena" un "Dorena" ir uzsvērtas dažādas zilbes. Tā kā šie vārdi ir veidoti vienādi, arī izrunājot uzsvars tiks likts vienādi atkarībā no attiecīgās valodas pamatprincipiem, nevis no preču zīmes grafiskā attēlojuma īpatnībām;

- semantiskās atšķirības noteiktos apstākļos var neitralizēt vizuālo un fonētisko līdzību starp preču zīmes veidojošajiem apzīmējumiem, pie nosacījuma, ka vismaz vienam no attiecīgajiem apzīmējumiem jābūt skaidrai un konkrētai nozīmei, kuru relevantais patērētājs varētu uzreiz uztvert (*VT spriedums lietā T-185/02, Claude Ruiz-Picasso, Paloma Ruiz-Picasso, Maya Widmaier-Picasso, Marina Ruiz-Picasso un Bernard Ruiz-Picasso v ITSB* [2004], 56. punkts, un *VT spriedums lietā T-88/05, Quelle AG v ITSB* [2007], 70. punkts). Šī norma attiecas uz apzīmējumu kopumā, nevis kādu tā daļu. Ar pilnīgu pārlicību var apgalvot, ka vidējais Latvijas patērētājs nesapratīs vārda "Dorena" nozīmi, jo šis svešvārds ikdienā netiek lietots un grieķu valoda Latvijā varētu būt zināma tikai atsevišķiem patērētājiem. Tātad Latvijas patērētājs to iztvers bez noteiktas nozīmes. Arī pretstatītajās zīmēs ietvertais apzīmējums "Florena" ir bez noteiktas nozīmes, šī vārda nav vārdnīcās. Sakne "Flor-" ietilpst arī citos vārdos, piemēram, Florence, florbols (sporta spēle), florete (sporta ierocis, ko lieto paukošanā), florīns (13. gs. zelta monēta Florencē), un katrs no tiem tiek uztverts pats par sevi. Tāpēc nav pamata nosaukumam "Florena" piesaistīt kādas asociācijas. Vidējais Latvijas patērētājs vārdus "Florena" un "Dorena" uztvers vienādi – kā fantāzijas vārdus vai mākslīgi radītus vārdus;

- kosmētiskie produkti, pat ja tie paredzēti dažādām patērētāju kategorijām (vīriešiem vai sievietēm, tirgošanai lielveikalos vai specializētos veikalos), uzskatāmi par līdzīgām precēm, jo tos var ražot/ražo viens un tas pats uzņēmums un tie tiek pārdoti vienās un tajās pašās tirdzniecības vietās. Iebilduma iesniedzēja produktu klāstā ir gan plaša patēriņa kosmētika, gan ekskluzīvi kosmētiskie produkti, piemēram, ar preču zīmi **La Prairie** marķēta produkcija, gan arī ārstnieciskā kosmētika – produkcija, kas marķēta ar preču zīmi **Eucerin** (*lietai pievienotas izdrukas no vietnes <https://beiersdorf.com>*). Līdz ar to patērētāji var uzskatīt, ka **Florena** un **Dorena** ir viena un tā paša uzņēmuma dažādi zīmoli un produkcijas ražotāji ir savstarpēji saistīti, vēl jo vairāk tāpēc, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka produkcija netiek ražota Latvijā, bet citā Eiropas Savienības dalībvalstī pēc pasūtījuma;

- Eiropas Savienības preču zīmju izmantošanas noteikumi neparedz to izmantošanu visās dalībvalstīs vienlaicīgi. Turklāt LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumi neparedz, ka jāpastāv reālai preču zīmju sajaukšanas iespējai, ir pietiekami, ka pastāv iespēja preču zīmju sajaukšanai. Tāpēc šajā lietā nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka argumentam, ka zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv, jo ar pretstatīto zīmi marķētas preces Latvijā šobrīd nav nopērkamas. Zīmju sajaukšanas iespēja var pastāvēt Eiropas Savienībā, uz kuru apstrīdētās zīmes īpašnieks ir attiecinājis zīmes **Dorena** starptautisko reģistrāciju Nr. WO 1 419 723 un pret kuru Vācijas uzņēmums Beiersdorf AG arī ir iesniedzis iebildumu.

Motīvu daļa

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

2. Iebilduma iesniedzējs iebildumu pret preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrāciju balsta uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem, kas nosaka, ka iebildumu pret vēlāku preču zīmes reģistrāciju var pamatot ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (Eiropas Savienības preču zīmi), kurai ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā) un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm vai pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas (Eiropas Savienības) preču zīmes īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) īpašnieka interesēm.

Iepriekš minētie noteikumi principā piemērojami arī gadījumos, kad salīdzināmo zīmju preces vai pakalpojumi ir identiski vai līdzīgi (*EST prejudiciālais nolēmums lietā C-292/00, Davidoff & Cie SA un Zino Davidoff SA v Gofkid Ltd. [2003], 30. punkts*).

3. Tādējādi šajā lietā ir svarīgi novērtēt, vai pretstatītajām ES preču zīmēm **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) un **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304) brīdī, kad reģistrācijai tika pieteikta apstrīdētā preču zīme, proti, 31.05.2018, piemita laba reputācija būtiskā Eiropas Savienības daļā.

Apelācijas padome uzskata, ka lietā esošie materiāli to neaplicina:

3.1. nav šaubu par to, ka **FLORENA** ir sena preču zīme, kas Latvijas patērētājiem bija pazīstama jau PSRS laikos. Par to liecina arī Patentu valdes Apelācijas padomes konstatētie fakti 2001. gada 26. janvāra lēmumā Nr. ApP/2000/WO 718 921-Ie. Taču kopš tā laika ir pagājuši 20 gadi, tādēļ faktus, kas konstatēti šajā Patentu valdes Apelācijas padomes lēmumā, nevar automātiski attiecināt uz šodien. 20 gadi ir pietiekami ilgs laiks, lai būtiski mainītos tirgus situācija un patērētāju paaudzes, līdz ar to arī patērētāju paradumi un produkti, kuriem patērētāji dod priekšroku;

3.2. no lietas materiāliem izriet, ka Eiropas Savienības, īpaši Vācijas, tirgū arī pašlaik ir pieejama ar preču zīmi **Florena** marķēta kosmētika. Iebilduma iesniedzējs ir norādījis ar preču zīmi **Florena** marķētas kosmētikas pārdošanas apjomus 2017. un 2018. gadā. Latvijas patērētāji šos kosmētikas līdzekļus var iegādāties ar internetveikalu starpniecību. Taču no lietas materiāliem nav iespējams konstatēt ar preču zīmi **Florena** marķētās produkcijas ieņemto vietu citu līdzīgu produktu vidū, proti, vai tā pieder pie populārākajiem šīs nišas produktiem, vai arī ir tikai viens no daudzajiem sejas, roku un ķermeņa kopšanas līdzekļiem, kas pieejami Eiropas Savienības patērētājiem.

Iebilduma iesniedzējs norāda, ka no kompānijas GfK 2016. gada pētījuma par plaša patēriņa kosmētiskajiem sejas kopšanas produktiem izriet, ka ar preču zīmi **Florena** marķētā produkcija ierindojas starp pazīstamākajiem produktiem – tā ir pazīstama 86% aptaujas dalībnieku. Tomēr Apelācijas padome nevar piekrist šādai minētā pētījuma datu interpretācijai. Pirmkārt, pētījuma mērķis nav bijis izvērtēt visus kādā konkrētā teritorijā pieejamos plaša patēriņa kosmētiskos sejas kopšanas produktus, bet, kā to Apelācijas padomes sēdē norādīja arī iebilduma iesniedzēja pārstāve - pētījuma mērķis bija noskaidrot iebilduma iesniedzēja Beiersdorf AG preču zīmes **Nivea** popularitāti patērētāju vidū (to aplicina arī fakts, ka visi pētījumā izdarītie secinājumi attiecas uz preču zīmi **Nivea**). Otrkārt, lai arī iebilduma iesniedzēja pārstāve norāda, ka no pētījuma datiem izriet, ka ar preču zīmi **Florena** marķētā produkcija ierindojas starp pazīstamākajiem produktiem, proti, tā ir pazīstama 86% aptaujas dalībnieku, Apelācijas padome vērš uzmanību uz to, ka šāda preču zīmes **Florena** atpazīstamība ir konstatējama gadījumā, kad aptaujas dalībniekam jau tiek nosauktas vai parādītas attiecīgās preču zīmes, proti, asistētās atpazīstamības gadījumā (angliski – *aided brand awareness*). Spontānās atpazīstamības (angliski – *unaided/spontaneous brand awareness*) gadījumā saskaņā ar šī pētījuma datiem preču zīmi **Florena** var nosaukt tikai 17% patērētāju, un tas nav daudz (skat. minētā pētījuma lietai pievienotā fragmenta 1. lapu). Runājot par visām preču zīmēm, kas kopā ar **Nivea** atspoguļotas šajā pētījumā, to vidējais spontānās atpazīstamības rādītājs

ir 17%, bet asistētās – 85%, tātad faktiski sakrīt ar preču zīmes **Florena** rādītājiem. Preču zīmi, kuras atpazīstamība pieder pie vidējiem tirgus rādītājiem, diez vai var pieskaitīt pie preču zīmēm ar labu reputāciju. Treškārt, no lietai pievienotā pētījuma fragmenta nav konstatējams aptaujas dalībnieku loks – ne to skaits, ne vecums, ne ģeogrāfiskais areāls;

3.3. nav šaubu, ka ar preču zīmi **Florena** marķēta produkcija ilgstoši ir pieejama Vācijas tirgū, tātad tur šai produkcijai ir savs patērētāju loks. Taču ar šo faktu vienu pašu vien nepietiek, lai konstatētu šīs preču zīmes labu reputāciju Eiropas Savienībā. Tāpat ar preču zīmi **Florena** marķētie produkti nav vienīgie, kas ir pielāgoti individuālam ādas tipam, ir patērētājiem draudzīgi, ar dabīgām sastāvdaļām, nesatur silikonu, minerāleļļas, parabenus un mākslīgās krāsas – tā savus produktus raksturo ļoti daudzi kosmētisko līdzekļu ražotāji.

4. Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem nevar atzīt par pamatotu.

5. Iebildums pret preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrāciju balstīts arī 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.

Tātad, lai šajā iebilduma lietā piemērotu LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumus, jākonstatē:

- pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;
- preces, kurām reģistrēta apstrīdētā preču zīme, ir identiskas vai līdzīgas precēm, kurām reģistrētas pretstatītās zīmes;
- salīdzināmās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas;
- sakarā ar preču zīmju identiskumu vai līdzību un attiecīgo preču identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

6. Pretstatītā ES preču zīme **FLORENA** (Nr. EUTM 003433737) reģistrācijai pieteikta 22.10.2003, taču saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu, ja Kopienas preču zīme (ES preču zīme) ir reģistrēta vai pieteikta reģistrācijai pirms 2004. gada 1. maija, tās prioritāti Latvijā nosaka ar 2004. gada 1. maiju. Pretstatītā ES preču zīme **Florena men COMFORT** (fig.) (Nr. EUTM 009728304) reģistrācijai pieteikta 10.02.2011. Apstrīdētās zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) pieteikuma datums ir 31.05.2018. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

7. Novērtējot preces, kurām salīdzināmās zīmes reģistrētas, Apelācijas padome secina:

- gan apstrīdētā preču zīme, gan abas pretstatītās ir reģistrētas 3. klases precēm “parfimērijas izstrādājumi”, tātad identiskām precēm. Ķermeņa kopšanas un skaistumkopšanas līdzekļi, kuriem reģistrēta apstrīdētā zīme, ietverti arī pretstatītās zīmes **Florena men COMFORT** (fig.) preču sarakstā. Matu kopšanas līdzekļi nosaukti gan apstrīdētās zīmes, gan arī pretstatītās zīmes **FLORENA** preču sarakstā. Dekoratīvā kosmētika pieder pie kosmētikas līdzekļiem, arī skaistumkopšanas līdzekļiem, tātad arī šajā apjomā apstrīdētās zīmes preces ir identiskas pretstatīto zīmju precēm;
- kas attiecas uz apstrīdētās zīmes 5. klasē ietvertajiem estētiskās medicīnas līdzekļiem un ārstnieciskajiem ķermeņa kopšanas līdzekļiem, tad tie ir līdzīgi pretstatīto zīmju preču sarakstos ietvertajiem kosmētikas līdzekļiem, ziepēm, ķermeņa un skaistumkopšanas līdzekļiem tiktāl, ciktāl šīs preces ir paredzētas vienam un tam pašam mērķim – kopt un uzlabot cilvēka izskatu, un ciktāl šos līdzekļus var ražot viens un tas pats uzņēmums. Tomēr tie atšķiras no otrajiem ar to, ka galvenokārt ir paredzēti dažnedažādu cilvēka ārienes trūkumu, kosmētisko defektu ārstnieciskai novēršanai, nevis tikai un vienīgi ķermeņa kopšanai;
- apstrīdētās zīmes 5. klasē ietvertās antibakteriālās ziepes ir līdzīgas abu pretstatīto zīmju preču sarakstos ietvertajām ziepēm, jo atšķiras no tām tikai ar specifisko lietošanas nolūku;
- apstrīdētās zīmes 3. klases preču sarakstā ietvertie gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi ir līdzīgi pretstatītās zīmes **FLORENA** preču sarakstā ietvertajiem dezodorantiem personīgai lietošanai tiktāl, ciktāl gan vieni, gan otri ir paredzēti nepatīkamu aromātu neutralizēšanai. Tomēr tie atšķiras ar to, ka dezodoranti personīgai lietošanai ir paredzēti lietošanai uz cilvēka ādas, turpretī gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi pieder pie sadzīves ķīmijas, kas nav paredzēta personīgai lietošanai;

- Apelācijas padome nevar piekrist iebilduma iesniedzēja apgalvojumam, ka uztura bagātinātājus var uzskatīt par līdzīgiem un saistītiem ar pretstatīto zīmju parfimērijas, kosmētikas un matu kopšanas līdzekļiem. Uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti parastā uztura papildināšanai, tie uzlabo ķermeņa stāvokli kopumā, un viens no rezultātiem var būt arī matu un ādas veselības uzlabošanās, taču ar to nepietiek, lai uztura bagātinātājus atzītu par līdzīgām vai saistītām precēm ar kosmētikas un matu kopšanas līdzekļiem. Šīs preces pieder dažādām rūpniecības nozarēm, turklāt jāpiekrīt arī apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei, ka parfimērijas un kosmētikas, arī matu kopšanas līdzekļi ir lietojami arīgi, bet uztura bagātinātāji – iekšķīgi.

8. Salīdzinot apstrīdēto zīmi **Dorena** ar tai pretstatītajām zīmēm **FLORENA** un **Florena men COMFORT** (fig.), Apelācijas padomes secinājumi ir šādi:

8.1. gan apstrīdētā zīme **Dorena**, gan arī pretstatītā zīme **FLORENA** sastāv tikai no viena vārda. Pretstatītā figurālā zīme **Florena men COMFORT** (fig.) bez vārdiskā apzīmējuma “Florena” satur arī apzīmējumus “men” un “COMFORT”, taču jāpiekrīt iebilduma iesniedzējam, ka tiem abiem attiecībā uz precēm, kurām reģistrēta šī zīme, ir paskaidrojoša nozīme, proti, tie tikai un vienīgi norāda, ka preces, kas marķētas ar šo zīmi, paredzētas vīriešiem un domātas komforta, labsajūtas uzlabošanai. Lai gan pretstatītā zīme **Florena men COMFORT** (fig.) ir krāsaina zīme, tomēr diezin vai krāsu salikums būs tas, pēc kā patērētāji noteikti varētu identificēt attiecīgos produktus – tirgū ir pieejami daudz un dažādi skaistumkopšanas līdzekļi, kuru iepakojumos tiek izmantotas praktiski visas krāsas. Tādēļ, lai tikai ar krāsu salikumu varētu identificēt vienu konkrētu produktu, šim salikumam būtu jābūt specifiskam vai produktam - ļoti pazīstamam. Tas pats attiecas arī uz zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) ietvertajiem grafiskajiem elementiem – abiem lapu attēliem, proti, augu lapu attēli samērā bieži tiek izmantoti uz kosmētikas un skaistumkopšanas līdzekļu iepakojumiem nolūkā norādīt dabas produktu klātbūtni attiecīgajos izstrādājumos. Tātad izšķiroša loma apstrīdētās un pretstatīto zīmju līdzības novērtējumā faktiski ir vārdisko apzīmējumu “Dorena” un “Florena” (vai “FLORENA”) līdzībai;

8.2. salīdzināmie apzīmējumi “Dorena” un “Florena” sastāv no vienāda zilbju skaita – no 3 zilbēm, un sakrīt šo apzīmējumu lielākā daļa, proti, vārddāļa “-orena”. Tātad apzīmējumi “Dorena” un “Florena” atšķiras tikai ar to sākumiem “D-”/“Fl-”. Abos vārdos sakrīt patskaņu izvietošana secībā.

Tomēr dažādie sākumi “D-”/“Fl-” piedod apzīmējumiem “Dorena” un “Florena” atšķirīgu vizuālo un fonētisko nokrāsu. Burta “D” lielāko daļu veido liekta līnija, un kopā ar tam sekojošo “o” vārds vizuāli kopumā rada noapaļotu iespaidu, turpretī burti “Fl” (“FL”) veidoti tikai no taisnām - vertikālām un horizontālām līnijām, tāpēc vārds “FLORENA” (“Florena”) nekādi nav uztverams kā noapaļots. Fonētiski vārds “Florena” no vārda “Dorena” atšķiras ar to, ka vārds “Florena” sākas ar burtu “F”, kurš latviešu valodā ir sastopams tikai svešvārdos, turklāt tam seko arī “L”, kurš izrunā nepazūd, bet ir skaidri dzirdams;

8.3. Apelācijas padome nevar piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka puses apgalvojumam, ka vienādas konstrukcijas vārdos “Florena” un “Dorena” tiks uzsvērtas dažādas zilbes. Apelācijas padomes ieskatā, izrunājot abus šos vārdus, uzsvāri tiks likti vienādi atkarībā no attiecīgā Latvijas patērētāja valodu zināšanu pamatprincipiem, nevis no preču zīmes grafiskā attēlojuma īpatnībām uz produkta iepakojuma;

8.4. lai gan apstrīdētās zīmes īpašnieks norāda, ka vārds “Dorena” tulkojumā no grieķu valodas nozīmē “Dieva dāvana”, vidējais Latvijas patērētājs, visticamāk, to nezina, jo grieķu valoda Latvijā varētu būt zināma tikai atsevišķiem patērētājiem. Kas attiecas uz vārda “Florena” raisītajām jēdzieniskajām asociācijām, tad – jā, tieši šāda vārda vārdnīcās nav, taču pastāv ļoti liela iespēja, ka tas lielai daļai Latvijas patērētāju varētu asociēties ar augu valsti, jo tā sākumā atrodas vārddāļa “flor..”, kas norāda uz saistību ar augiem, ziediem (skat. V. Skujiņa, Latīņu un grieķu cilmes vārddāļu vārdnīca. R., Kamene, 1999., 40. lpp.). Šādu ar augiem un ziediem saistītu asociāciju rašanos varētu sekmēt fakts, ka produkti, kuri marķēti ar pretstatītajām zīmēm, ir kosmētikas un skaistumkopšanas līdzekļi, kuros kā sastāvdaļas mēdz izmantot arī augu valsts produktus. Iebilduma iesniedzēja pārstāve norāda, ka sakne “flor-” ietilpst arī citos vārdos, piemēram, Florence, florbols, florete, florīns, taču arī tās ir konkrētas asociācijas, kuru rašanās gadījumā pretstatītais apzīmējums “Florena” tāpat noteikti atšķirsies no apstrīdētā apzīmējuma “Dorena”;

8.5. nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka argumentam, ka datubāzē *TMview* atrodamas vairākas preču zīmes, kas reģistrētas 3. un 5. klases precēm un kurās ietverta izskaņa “-orena”, jo minētā datubāzē

ietver ne tikai Latvijā un Eiropas Savienībā, bet arī ārpus tās reģistrētas preču zīmes.

9. Ķermeņa kopšanas un skaistumkopšanas līdzekļi, arī gaisa atsvaidzināšanas līdzekļi ir preces, kas adresētas ļoti plašam patērētāju lokam. Savukārt estētiskās medicīnas līdzekļus un ārstnieciskos ķermeņa kopšanas līdzekļus ierindas patērētāji paši parasti neizvēlas – tie vai nu ir adresēti speciālistiem, vai arī ierindas patērētāji tos izvēlas ar speciālista starpniecību. Līdz ar to par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata gan vidusmēra patērētājs, kas ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, gan arī speciālists, kura uzmanības pakāpe ir augstāka.

10. Šajā lietā nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojumam, ka salīdzināmo zīmju faktiskais lietojums uz iepakojuma ir būtiski atšķirīgs. Preču zīmes tiek salīdzinātas tādas, kādas tās ir reģistrētas, nevis pēc to faktiskā lietojuma. Turklāt gan apstrīdētā zīme **Dorena**, gan pretstatītā zīme **FLORENA** ir reģistrētas kā vārdiskas zīmes, tāpēc atšķirības iepakojuma noformējumā vispār neattiecas uz šo iebilduma lietu.

Tāpat šajā lietā nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojumam, ka zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv, jo ar pretstatītajām zīmēm marķētas preces Latvijā šobrīd nav nopērkamas. Pirmkārt, ja arī šīs preces pašlaik nav nopērkamas Latvijas veikalos, tad Latvijas patērētājiem pastāv iespēja tās iegādāties internetveikalos. Otrkārt, abas pretstatītās zīmes ir Eiropas Savienības preču zīmes, līdz ar to uz tām attiecas nevis LPZ noteikumi par preču zīmju izmantošanu Latvijā, bet gan Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 2017/1001 par Eiropas Savienības preču zīmi (kodificēta redakcija) noteikumi par preču zīmju izmantošanu Eiropas Savienībā. Taisnība iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka šie noteikumi neparedz Eiropas Savienības preču zīmes izmantošanu visās ES dalībvalstīs vienlaicīgi.

Lietā nav nozīmes apstrīdētās zīmes īpašnieka argumentam, ka **Dorena** produktu sērijā nav produktu, kas paredzēti vīriešiem, turpretī zīmē **Florena men COMFORT** (fig.) ietvertais vārds “men” norāda, ka produkts ir paredzēts vīriešiem. Kosmētiskie produkti, pat ja tie paredzēti dažādām patērētāju kategorijām (vīriešiem vai sievietēm, tirgošanai lielveikalos vai specializētos veikalos), uzskatāmi par līdzīgām precēm, jo tos var ražot/ražo viens un tas pats uzņēmums un tie tiek pārdoti vienās un tajās pašās tirdzniecības vietās. Viens un tas pats uzņēmums var piedāvāt gan plaša patēriņa kosmētiku, gan ekskluzīvus kosmētiskos produktus, jo to pamatizejvielas un ražošanas tehnoloģijas lielākoties ir vienas un tās pašas.

11. Ņemot vērā visu iepriekš minēto, Apelācijas padome uzskata, ka vārda “Florena” raisīto jēdzienisko asociāciju, kā arī salīdzināmo zīmju sākumdaļu vizuālo un fonētisko atšķirību dēļ apstrīdētā zīme **Dorena** nav tik līdzīga agrākajām zīmēm **FLORENA** un **Florena men COMFORT** (fig.), lai pastāvētu iespēja, ka relevantie Latvijas patērētāji to varētu sajaukt ar pretstatītajām pat tad, ja zīmes tiktu lietotas identiskām precēm. Kas attiecas uz iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz agrākās preču zīmes **FLORENA** labo reputāciju Eiropas Savienībā, tad, kā jau konstatēts iepriekš, tā šīs lietas ietvaros netika pierādīta.

12. Tātad arī iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem nav pamatota, un Vācijas uzņēmuma Beiersdorf AG iebildums pret preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrāciju Latvijā ir noraidāms.

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 un 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. noraidīt Vācijas uzņēmēj sabiedrības Beiersdorf AG iebildumu pret preču zīmes **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrāciju Latvijā;

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 **Dorena** (reģ. Nr. M 73 416) reģistrācijas atzīšanu par spēkā esošu Latvijā.

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/ D. Liberte

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ I. Bukina

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova