



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/WO 1 382 321-Ie
(OP-2018-51)

LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 27. maijs

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 39. panta piektās daļas noteikumiem, 2018. gada 27. aprīlī Francijas uzņēmēj sabiedrības CHAMPAGNE LOUIS ROEDERER (CLR) (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvariece ar specializāciju preču zīmju jomā S. Ūdre pret starptautiski reģistrētās preču zīmes

AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.):



(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība AQUA CRISTAL SLOVAKIA, s.r.o. (Slovākija); reģ. Nr. WO 1 382 321; reģ. dat. 13.10.2017; bāzes pieteikuma dati: Slovākija, 13.10.2017, 2427 2017; paziņojuma par starptautisko reģistrāciju publ. dat. biļetenā „Gazette OMPI des marques internationales” – 28.12.2017; 5. un 32. kl. preces)

spēkā stāšanos Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- apstrīdētā preču zīme **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) ir līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākām preču zīmēm **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 451 185), **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 669 394) un **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) un salīdzināmo zīmju reģistrācijas attiecas uz līdzīgām precēm, tāpēc pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji šīs preču zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētā zīme ir līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākai Kopienas (Eiropas Savienības; turpmāk arī – ES) preču zīmei **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913), kurai ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdētās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar attiecīgajām precēm dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, un šādu apstrīdētās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieka interesēm (LPZ 39.³ panta pirmā daļa).

Pamatojoties uz iesniegto iebildumu, 03.05.2018 tika pieņemts Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk – Patentu valde) pagaidu atteikuma lēmums (*REFUS PROVISOIRE*), kas atbilstoši starptautiskās reģistrācijas noteikumiem tika nosūtīts apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes (apelācijas) iesniegšanas termiņu un kārtību. Saskaņā ar Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) Starptautiskā biroja 24.05.2018 apliecinājuma dokumentu (*Accusé de réception des refus et invalidations*), atteikuma lēmums Starptautiskajā birojā saņemts 03.05.2018, un tas 08.05.2018 nosūtīts apstrīdētās zīmes īpašniekam. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieks noteiktajā laikā nav iesniedzis atbildi (apelāciju), nav iecēlis savu pārstāvi Latvijā un nav pārstāvēts Apelācijas padomes sēdē.

22.10.2018 iebilduma iesniedzēja pārstāvei paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 29.03.2019.

Apelācijas padome, sagatavojot lietu izskatīšanai, konstatēja, ka apstrīdētās preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) preču saraksts 32. klasē ir ierobežots. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja pārstāvei 28.03.2019 tika nosūtīts lūgums sniegt viedokli par to, vai iebilduma iesniedzējs joprojām uztur spēkā iebildumu.

08.04.2019 iebilduma iesniedzēja pārstāvei paziņots par jaunu datumu, kad iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta, proti, 15.04.2019.

11.04.2019 saņemta iebilduma iesniedzēja pārstāves S. Ūdres elektroniska vēstule, kurā pārstāve informē, ka, neraugoties uz veiktajām izmaiņām apstrīdētās zīmes 32. klases preču sarakstā, iebilduma iesniedzējs uztur spēkā iebildumu.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) ir starptautiski reģistrēta, arī attiecībā uz Latviju, kā figurāla zīme – zīmes centrā novietots stilizētiem melniem burtiem izpildīts uzraksts “CRISTAL”, virs kura mazākiem burtiem atveidots uzraksts “AQUA” un vēl virs tā – kristāls, kura šķautnes izpildītas gaiši un tumši zilā krāsā; zem apzīmējuma “CRISTAL” novietots sīkiem burtiem izpildīts uzraksts “NATURAL SPRING WATER”.

Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) starptautiskajā reģistrā 07.05.2018 veikts ieraksts par šīs preču zīmes reģistrācijas ierobežojumu 32. klases precēm, un iebilduma izskatīšanas brīdī šī preču zīme ir reģistrēta šādām precēm:

- 5. kl. – pārtikas preparāti zīdaiņiem; minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām; skābekļa vannas; šķīdumi kontaktlēcām; zaļu tējas; augu tējas; farmaceitiskie preparāti blaugznu ārstēšanai; minerālvielu uztura bagātinātāji; mutes skalošanas līdzekļi medicīniskām vajadzībām; ārstnieciski matu losjoni;
- 32. kl. – bezalkoholiski dzērieni; gāzēti ūdeņi; limonādes; galda ūdens; zelterūdens; sastāvdaļas minerālūdeņu pagatavošanai; minerālūdeņi (dzērieni); sastāvdaļas gāzēta ūdens pagatavošanai; dzeramais ūdens; sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai; sodas ūdens; izotoniskie dzērieni; bezalkoholiskie alvejas (*Aloe vera*) dzērieni; proteīna dzērieni sportam.

2. Iebilduma lietā pretstatītas šādas iebilduma iesniedzēja preču zīmes:

2.1. starptautiski reģistrēta un uz Latviju attiecināta preču zīme **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 451 185; reģ. dat. – 29.01.1980; bāzes reģistrācijas dati – Francija, 27.11.1979, 1114613; vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. – 19.02.1996; atjaunošanas dat. – 29.01.2010) reģistrēta kā vārdiska zīme attiecībā uz 33. klases precēm “franču izcelsmes vīni, proti, šampanietis, dzirkstošais vīns”;

2.2. starptautiski reģistrēta un uz Latviju attiecināta preču zīme **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 669 394; reģ. dat. – 05.03.1997; bāzes reģistrācijas dati – Francija, 20.12.1991, 1713576; atjaunošanas dat. – 05.03.2017) reģistrēta kā vārdiska zīme attiecībā uz 33. klases precēm “alkoholiskie dzērieni (izņemot alu), proti, vīni, dzirkstošie vīni, šampanietis”;

2.3. ES preču zīme **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913; pieteik. dat. 27.08.2009; reģ. dat. 22.02.2010; publ. dat. – 23.02.2010), kas reģistrēta kā vārdiska preču zīme 33. klases precēm “vīni; dzirkstošie vīni; Francijas izcelsmes vīni, proti, vīni, kuru izcelsme ir no Šampanas”.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāve, atsaucoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 39.³ panta pirmo daļu, lūdz atzīt preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā un iebildumu motivē šādi:

3.1. starptautiski reģistrētās preču zīmes **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 451 185) vēlākā teritoriālā attiecinājuma uz Latviju datums ir 19.02.1996. Preču zīme **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 669 394) starptautiski reģistrēta un uz Latviju attiecas no 05.03.1997. ES preču zīme **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) reģistrācijai ir pieteikta 27.08.2009. Savukārt apstrīdētā zīme **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) starptautiski reģistrēta un uz Latviju attiecas no 13.10.2017. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. apstrīdētā zīme ir reģistrēta plašam bezalkoholisko dzērienu klāstam 32. klasē. Savukārt pretstatītās zīmes reģistrētas 33. klases precēm – vīniem, dzirkstošajiem vīniem un Francijas izcelsmes vīniem, proti, vīniem, kuru izcelsme ir no Šampanas. Minētās preces ir atzīstamas par līdzīgām, jo tām ir līdzīgs ražošanas process, tirdzniecības vietas un izplatīšanas kanāli, tām var būt viens un tas pats patērētājs. Tās arī var savstarpēji viena otru aizvietot, tās paredzētas vienam un tam pašam nolūkam, proti, slāpju remdēšanai, tās visas var piedāvāt viens un tas pats komersants;

3.3. Patentu valdes Apelācijas padome savos lēmumos attiecībā uz 33. un 32. klases precēm ir atzinusi: „var piekrist, ka robeža starp 33. klases un 32. klases precēm mūsdienās kļūst mazāk izteikta. Parādās bezalkoholiski, maza alkohola satura un alkoholiski gatavi kokteiļi līdzīgā noformējumā. Alkoholiskos un bezalkoholiskos dzērienus mēdz pārdot vienuviet, un bieži tie tiek vienlaikus vai kopā lietoti. [...] Tāpēc Apelācijas padome uzskata, ka šo preču savstarpējās līdzības novērtējums jāveic katrā gadījumā individuāli, ņemot vērā zīmju līdzības pakāpi: jo līdzīgākas zīmes, jo augstāks risks sajaukt zīmi, kas tiek lietota alkoholiskajiem dzērieniem, ar zīmi, kuru izmanto atspirdzinošiem dzērieniem, vai uztvert šīs zīmes kā savstarpēji saistītas” (*skat. lietas Nr. ApP/01/WO 745 394-Ie un ApP/2012/WO 1 033 185-Ie*). Kādā citā iebilduma lietā Patentu valdes Apelācijas padome bija atzinusi alus un minerālūdeņu un gāzēto ūdeņu līdzību, jo tos mēdz lietot kopā, piemēram, kokteiļos (*skat. lietu Nr. ApP/2004/M 51 588-Ie*);

3.4. apstrīdētajā figurālajā zīmē attēlots kristāls divos zilās krāsas toņos, zem kura novietoti vairāki vārdiski elementi, no kuriem vislielākais un visvairāk izceltais ir apzīmējums “CRISTAL”. Tieši apzīmējums “CRISTAL” ir centrālais un dominējošais apzīmējums apstrīdētajā zīmē. Turpretim vārdiskie apzīmējumi “AQUA” un “NATURAL SPRING WATER” ir atveidoti mazāka izmēra burtiem, tie tulkojumā no angļu valodas nozīmē “ūdens” un “dabisks avota ūdens”, tātad attiecībā uz zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm ir uzskatāmi par aprakstošiem apzīmējumiem, jo tie raksturo un apraksta preču veidu. Līdz ar to Latvijas patērētāji kā pirmo apstrīdētajā zīmē uztvers un atcerēsies tieši apzīmējumu “CRISTAL”. Arī Eiropas Savienības tiesu judikatūrā atzīts, ka vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto precī vai pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot preču zīmes grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (VT, iepriekš – Pirmās instances tiesa, PIT) sprieduma lietā T-312/03, Wassen International Ltd. v Lekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmju un dizainparaugu jomā), ITSB (tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs, EUIPO) [2005]; 37. punkts*);

3.5. tādējādi apstrīdētās zīmes dominējošais apzīmējums “CRISTAL” ir identisks pretstatītajām zīmēm, kuras veido viens un tas pats vārdiskais apzīmējums “CRISTAL”;

3.6. apzīmējumam “CRISTAL” ir semantiska nozīme, proti, tas tulkojumā no franču valodas nozīmē “kristāls”. Līdz ar to apstrīdētajā zīmē ietvertais kristāla attēls vien pastiprina zīmē ietvertā apzīmējuma “CRISTAL” semantisko nozīmi;

3.7. ņemot vērā salīdzināmo zīmju dominējošā apzīmējuma identiskumu un zīmju vizuālo, fonētisko un semantisko līdzību kopumā, kā arī attiecīgo 32. un 33. klases preču līdzību, pastāv iespēja, ka patērētāji salīdzināmās preču zīmes sajauks vai uzskatīs par savstarpēji saistītām. Sajaukšanas iespējas pastāvēšanas visaptverošs novērtējums ietver relevanto faktoru savstarpēju atkarību, it īpaši zīmju līdzības un preču un pakalpojumu līdzības savstarpēju atkarību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības augstāku pakāpi un *vice versa* (*Eiropas Savienības Tiesas (EST, iepriekš – Eiropas Kopienu tiesa, EKT) sprieduma lietā C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc, 17. punkts un EST sprieduma lietā C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 19. punkts*). Šajā gadījumā augstā zīmju līdzība kompensē preču zemāku līdzību. Šī iemesla dēļ ir pamats uzskatīt, ka pastāv salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēja vai iespēja, ka patērētāji zīmes uztvers kā savstarpēji saistītas;

3.8. šajā lietā ir pamats LPZ 39.³ panta pirmās daļas piemērošanai. Atbilstoši LPZ 39.³ pantam, ir jāpierāda četri nosacījumi: salīdzināmās zīmes ir identiskas vai līdzīgas; agrākajai zīmei ir laba reputācija pietiekami nozīmīgā Eiropas Savienības daļā; apstrīdētās zīmes lietošana dod iespēju negodīgi izmantot iebilduma iesniedzēja zīmes atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu; vēlākās zīmes lietošanai nav pienācīga attaisnojuma;

3.9. apstrīdētās zīmes un pretstatītās ES preču zīmes **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) līdzība ir analizēta iepriekš;

3.10. iebilduma iesniedzēja preču zīmei **CRISTAL** ir laba reputācija attiecībā uz alkoholiskajiem dzērieniem, dzirkstošajiem vīniem Eiropas Savienībā, kā arī daudzās citās valstīs visā pasaulē:

3.10.1. iebilduma iesniedzējs – CHAMPAGNE LOUIS ROEDERER (CLR) – ir franču uzņēmums, kurš ražo šampanieti un piedāvā to tirdzniecībai ar dažādu preču zīmju starpniecību. Šampanietis **CRISTAL** ir iebilduma iesniedzēja galvenais zīmols un viens no vislabāk zināmajiem *prestige cuvée* šampaniešiem pasaulē. Uzņēmums Louis Roederer ir pasaulslavena šampanieša ražotne, kas atrodas Reimsā (*Reims*) Francijā un ir dibināta 1776. gadā. Uzņēmums pilnībā pieder vienai ģimenei. 1833. gadā uzņēmums iegūst Louis Roederer vārdu. 1876. gadā pēc Krievijas imperatora Aleksandra II lūguma tika izveidota īpaša šampanieša sērija kristāla pudelēs “Cristal”, ko līdz 1917. gadam baudīja tikai cara ģimenes locekļi. Pēc Krievijas monarhijas krišanas Louis Roederer nams izlēma turpināt ražot “Cristal” šampanieti un izplatīt to starptautiskajā tirgū. Pirmo reizi **CRISTAL** kļuva komerciāli pieejams Lielbritānijā 1924. gadā. Marķējums, kas pašlaik atrodas uz šampanieša pudelēm **CRISTAL**, ir ļoti līdzīgs oriģinālajai etiķetei, ko izmantoja 1886. gadā. Galvenā atšķirība starp **CRISTAL** un pārējiem iebilduma iesniedzēja šampaniešiem ir tā, ka šampanietis **CRISTAL** ir vienīgais dzēriens, kas tiek pildīts pudelēs ar taisnu apakšu. Dzēriens **CRISTAL** ir guvis ievērojamus panākumus, un mūsdienās tā saražotais daudzums pat nespēj apmierināt pieprasījumu visā pasaulē (*iebilduma pielikumā Nr. 3 ietverti materiāli par iebilduma iesniedzēja vēsturi: Apvienotās Karalistes Augstākās tiesas Intelektuālā īpašuma nodaļas 06.10.2015 spriedums un izdruka no iebilduma iesniedzēja Interneta mājaslapas www.louis-roederer.com*);

3.10.2. iebilduma iesniedzēja šampanietis **CRISTAL** pieder pie luksusa šampaniešu kategorijas. Augstākās kategorijas šampaniešu cena ir 75 līdz 500 sterliņu mārciņas, un uz šo kategoriju ir attiecināmi slaveni zīmoli no prestižām šampaniešu ražotnēm, piemēram, **Krug** un **Dom Perignon**, tostarp arī **CRISTAL**. Iebilduma iesniedzēja šampanietis **CRISTAL** ir visdārgākais, ko Louis Roederer nams pārdod, un tā cena pārsvarā ir ļoti augsta, zemāka cena ir 175 sterliņu mārciņas (aptuveni 200 eiro), bet labdarības izsolēs tā cena var sasniegt pat 10 000 eiro;

3.10.3. iebilduma iesniedzējs ik gadu saražo ap 500 000 šampanieša **CRISTAL** pudeļu. Minētais apjoms salīdzinājumā ar citām šampanieša ražotnēm nav tik liels, piemēram, “Moët & Chandon Champagne” saražo 7,5 milj. šampanieša **Dom Perignon** pudeļu. Taču tas saistīts ar to, ka iebilduma iesniedzējs šampanieti **CRISTAL** neražo katru gadu, bet tikai īpaši labvēlīgos gados, kad vīnogu raža ir nevainojama. Zīmols **CRISTAL** daudzus gadus ir pastāvējis pat bez reklāmas, jo pieprasījums pēc tā vienmēr ir pārsniedzis piedāvājumu;

3.10.4. preču zīmes **CRISTAL** augsto reputāciju apstiprina publikācijas vairāku Eiropas Savienības dalībvalstu presē, kurā ir atrodams liels skaits materiālu ar informāciju par Louis Roederer šampanieti **CRISTAL**, tā augsto reputāciju, popularitāti, augsto kvalitāti un atpazīstamību dažādu sabiedrības grupu vidū. Minētā informācija ir bijusi pieejama Apvienotajā Karalistē laikā no 1969. gada līdz 2010. gadam tādos preses izdevumos kā “Times”, “Evening Herald”, “The Daily Telegraph”, “The Sunday Times”, “The Sunday Telegraph”, “Daily Express”, “Daily Mirror”, “Independent on Sunday”, arī tādos reģionālajos izdevumos kā “The London Magazine”, “Cheshire Life”, kā arī speciālos dzērienu nozares izdevumos “Drinks Business” un “Decanter”. Plaša informācija ir bijusi pieejama Vācijas presē laikā no 2003. gada līdz 2013. gadam, piemēram, tādos preses izdevumos kā “Financial Times”, “Berliner Zeitung”, “Focus”, “Impulse”, “Prinz”, “Fallstaff”, “Bravo”, “Jetzt Das Magazin”, “PLAYBOY”, “Getränke Zeitung”, “Lust auf Genuss”, “Elle”, “Gala”, “Hamburger Abendblatt”, “Bild”, “ZDF Reportage”, “Bunte”, “Weinwelt”, “Trink Time”, “Dex Magazin”, “Gala Gourmet”. Informācija par iebilduma iesniedzēja produkciju, tostarp šampanieti **CRISTAL** ir bijusi pieejama arī Francijā laikā no 2003. gada līdz 2013. gadam, piemēram, tādos preses izdevumos kā “Le Monde”, “Stiletto”, “Le Journal

Du Dimanche”, “Le Journal Du Medicin”, “Paris Capitale”, “Le Point”, “Marseille Plus”, “Mariages”, “Valeurs Actuelles”, “L'EXPRESS”, “Gala”, “La Tribune”, “Le Figaro Magazine”, “Marianne”, “L'EQUIPE MAGAZINE”, “Public”, “LA REVUE DU VIN DE FRANCE” (*iebilduma pielikumā Nr. 5 mapē “Avīzes un žurnāli” ir ietvertas minētās publikācijas Francijas, Vācijas un Apvienotās Karalistes preses izdevumos*);

3.10.5. preču zīme **CRISTAL** ir labklājības un panākumu simbols. To labprāt lieto un reklamē daudzas sabiedrībā pazīstamas personas – slaveni sportisti, aktieri, mūziķi un politiķi, piemēram, Bills Klintoni, Džeks Nikolsons, Andrē Agasi, Parisa Hiltone. Vairāki dziedātāji un grupas, piemēram, Mariah Carey, “Jay-Z”, “Snoop Dog”, “P. Diddy” un “50 Cent”, savos mūzikas videoklipos un dziesmu vārdos ir izvēlējušies parādīt un minēt šampanieti **CRISTAL** (*iebilduma pielikumā Nr. 4 mapēs “Bildes ar slavenībām” un “Mūzikas video” ir ietvertas fotogrāfijas un mūzikas video, kuros redzami sabiedrībā zināmi cilvēki un šampanietis CRISTAL*);

3.10.6. vairākās filmās un seriālos ir bijis redzams šampanietis **CRISTAL**, piemēram, “Showgirls” (1995), “The Hundred Foot Journev” (2014), “Beauty Shop” (2005), “Entourage” (2015), “Eyes wide shut” (1999), “The first wives club” (1996), “Four rooms” (1995), “Lost in translation” (2003), “Something's gotta give” (2003), “The Terminal” (2004). Šampanieša zīmols **CRISTAL** ir minēts arī daudzās daiļliteratūras grāmatās, piemēram, “American Psycho” (1991), “The Appeal” (2008), “The Kiss” (2001), “One day at a time” (2009), “The Naked Nun” (2009), “A Day in the Life” (2009), “Lucky Man” (2002), “Lovers and Dreamers” (2014), “Twin Peaks” (2005), “Meet me in Venice” (2007), “Amazing Grace” (2007), “The Terminal Spy” (2008). Tādējādi šampanieti **CRISTAL** zina plaša patērētāju auditorija, proti, ne tikai patērētāji, kuri šīs preces var iegādāties, bet daudz plašāka sabiedrības daļa (*iebilduma pielikumā Nr. 5 mapēs “Filmas un seriāli” un “Grāmatas” ir ietvertas fotogrāfijas, video fragmenti no filmām un attiecīgo grāmatu lapaspuses, kurās ir norādīts vai redzams šampanietis CRISTAL*);

3.10.7. iebilduma iesniedzēja uzdevumā ir veiktas vairākas aptaujas, lai noskaidrotu, cik atpazīstams un populārs ir šampanietis **CRISTAL**. Aptaujas norisinājās dažādos laika posmos – 1999., 2006. un 2015. gadā, turklāt vairākās valstīs – Itālijā, Francijā, Vācijā un Apvienotajā Karalistē, proti, valstīs, kurās vīnu un dzirkstošo vīnu patēriņš ir salīdzinoši liels. 1999. gadā veiktās aptaujas rezultāti liecina, ka Francijā un Itālijā preču zīme **CRISTAL** bauda ļoti augstu reputāciju ne tikai dzērienu biznesa profesionāļu un profesionālo patērētāju vidū. 2006. gadā Vācijā veiktajā aptaujā respondenti, atbildot uz jautājumu par tiem zināmiem augstākā labuma šampanieša zīmoliem, spontāni kā pirmo ir nosaukuši šampanieti **Dom Perignon**, taču kā otro zīmolu norādījuši **CRISTAL**. Šajā aptaujā arī secināts, ka minētie divi zīmoli ir soli priekšā visiem citiem zīmoliem. Savukārt, uzdodot respondentiem uzvedinošus jautājumus, tie zīmolu **CRISTAL** zināja 99% gadījumu. 2015. gada aptauja veikta Apvienotajā Karalistē, un tās mērķis bija izziņāt šampanieša **CRISTAL** atpazīstamības pakāpi divās respondentu grupās. Visiem respondentiem tika parādīta balta kartīte, uz kuras melniem lielajiem burtiem bija atveidots uzraksts “CRISTAL”. Viena respondentu grupa zināja, ka aptaujas izziņas priekšmets ir šampanietis, un tiem tika uzdots jautājums, vai jūs kādreiz esat redzējuši vai dzirdējuši vārdu “CRISTAL” saistībā ar šampanieti (A aptauja). Otrās grupas respondentiem bez jebkādas tematiskas ievirzes bija jāatbild, ko viņi var pateikt par to, ko viņi redz kartītē (B aptauja). A aptaujā piedalījās 549 respondenti, no kuriem 31% zināja šampanieti **CRISTAL**, savukārt 11% respondentu atbilžu raksturs ļāva pieņemt, ka, visticamāk, arī tie zina šampanieti **CRISTAL**, taču ne tik pārliecinoši kā iepriekš minētie respondenti (31%). B aptaujas rezultāti tika izsecināti no 568 respondentu atbildēm, no kurām 14% apzīmējums “CRISTAL” asociējās ar šampanieti (*iebilduma pielikumā Nr. 6 ietverti materiāli, kas atspoguļo minētās trīs aptaujas*);

3.10.8. kopumā iepriekš norādītie fakti un pierādījumi liecina, ka šampanieša zīmols **CRISTAL** ir zināms plašam patērētāju lokam, jo šīs preces lieto vai reklamē pasaulē ievērojami aktieri, mākslinieki, mūziķi, politiķi un citas sabiedrībā pazīstamas personības vai tās tiek popularizētas un plaši izmantotas laikrakstos, daiļliteratūrā, filmās un mūzikas videoklipos;

3.11. apstrīdētās preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) izmantošana var radīt nelabvēlīgu efektu iebilduma iesniedzēja preču zīmei. No vienas puses, tas samazinās zīmes **CRISTAL** pievilcību un mazinās tās vērtību, ko tā ieguvusi, pateicoties intensīvai zīmes lietošanai un reklāmas aktivitātēm, un, no otras puses, apstrīdētās zīmes lietošana var izraisīt pretstatītās zīmes pievilcīgā tēla piesavināšanos un tā reputācijas izmantošanu.

EST ir norādījusi, ka, jo lielāka ir agrākās zīmes atšķirtspēja, jo vieglāk ir pieņemt, ka tai ir nodarīts kaitējums (*EST spriedums lietā C-375/97, General Motors Corporation v Yplon S.A. [1999], 30. punkts*).

Apstrīdētās zīmes izmantošana saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām precēm var sekmēt agrākās zīmes atšķirtspējas izkliedi. Kaitējums preču zīmes atšķirtspējai rodas tādējādi, ka tiek vājināta agrākās zīmes spēja identificēt preces, kurām tā reģistrēta un lietota, jo vēlākās preču zīmes izmantošana izraisa agrākās preču zīmes identitātes un tās ietekmes uz sabiedrības apziņu izkliedi. It īpaši tas tā ir gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm, kurām tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (*EST spriedums lietā C-252/07, Intel Corporation Inc v CPM United Kingdom Ltd. [2008], 29. punkts*). Agrākā zīme vairs nav ekskluzīva, ja tirgū parādās apstrīdētā zīme.

Apstrīdētā preču zīme no pretstatītās zīmes reputācijas attiecībā uz dzērieniem, it īpaši šampanieti, var iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū. Iebilduma iesniedzēja rīcībā nav arī ziņu, ka apstrīdētās zīmes izmantošanai būtu pienācīgs attaisnojums.

Motīvu daļa

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

2. Iebildums pret preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) reģistrācijas spēkā esamību Latvijā balstīts uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 39.³ panta pirmo daļu.

2.1. 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.

2.2. LPZ 39.³ panta pirmā daļa paredz, ka iebilduma iesniegumu pret preču zīmes reģistrāciju var pamatot arī ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (ES preču zīmi), kam ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā) un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieka interesēm.

Lai gan LPZ 39.³ panta pirmās daļas norma satur ierobežojumu, ka tā attiecas uz gadījumu, kad pretstatītajai Kopienas preču zīmei (ES preču zīmei) ir laba reputācija attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, Apelācijas padome šajā lietā ņem vērā EST atzinumu, ka Preču zīmju direktīvas noteikumi, kuri attiecas uz "nelīdzīgām" precēm un pakalpojumiem, ir principā piemērojami arī gadījumos, kad preces vai pakalpojumi ir identiski vai līdzīgi (*skat. EST sprieduma lietā C-292/00, Davidoff & Cie SA, Zino Davidoff SA v Gofkid LTD, 30. punktu*). Tātad, ja LPZ 39.³ panta pirmā daļa burtiskā interpretācijā attiecas uz gadījumu, kad salīdzināmo zīmju preces vai pakalpojumi nav līdzīgi, nav pamata uzskatīt, ka to nevar piemērot, ja preces vai pakalpojumi ir identiski vai līdzīgi.

3. Ņemot vērā, ka, izvērtējot LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanas pamatotību šajā lietā, rezultātu var ietekmēt agrākās zīmes atpazīstamības pakāpe, Apelācijas padome uzskata, ka šajā lietā sākotnēji ir lietderīgāk izvērtēt, vai iebilduma iesniedzējs pamatoti atsaucas uz LPZ 39.³ panta pirmo daļu.

4. Iebilduma iesniedzējs, atsaucoties uz LPZ 39.³ panta pirmo daļu, pretstata ES preču zīmi **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913), kas reģistrācijai pieteikta 27.08.2009. Apstrīdētā zīme **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) ir starptautiski reģistrēta, arī attiecībā uz Latviju, 13.10.2017. Tātad minētā pretstatītā zīme salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir uzskatāma par agrāku preču zīmi.

5.1. Apstrīdētā preču zīme ir kombinēta zīme (satur gan grafiskus, gan vārdiskus elementus), taču

ar lielu pārliecību var apgalvot, ka patērētāju uzmanība galvenokārt koncentrēsies uz dzēriena nosaukumu – apzīmējumu ”CRISTAL”. To, ka tieši apzīmējums ”CRISTAL” būs būtisks apstrīdētās zīmes uztverē, nosaka tas, ka salīdzinājumā ar citiem zīmē ietvertajiem elementiem tas grafiski izcelts visvairāk, proti, biežākiem burtiem un ir krietni lielāka izmēra, kas kopumā rada iespaidu, ka zīmes centrālais apzīmējums ir tieši ”CRISTAL”.

Apzīmējums ”CRISTAL” tulkojumā no franču valodas nozīmē ”kristāls” (*skat. Franču-latviešu vārdnīca, Rīga, apgāds Sniegs, 1998, 115. lpp.*). Nav šaubu, ka Latvijas patērētājs uztvers šī vārda nozīmi, jo tā rakstība un izruna ir pietiekami tuvas latviešu valodas vārdam ar to pašu nozīmi – ”kristāls”. Šo semantisko uztveri pastiprina arī apstrīdētajā zīmē ietvertais kristāla attēls.

Kristāls (*sengrieķu krystallos – ”ledus; kalnu kristāls”*) ir kristāliskas vielas atsevišķa daļiņa, atsevišķs gabals. Ar šo vārdu apzīmē arī stiklu, kam raksturīgs sevišķs caurspīdīgums, īpašs spīdums, skaista, dzidra skaņa un spēja stipri lauzt gaismas starus (*skat. www.tezaurs.lv*). Dzērieniem, it īpaši, ja ir runa par ūdeni, ir svarīgas un tiek izceltas tādas īpašības kā tā dzidrums un tīrība. Tādējādi, lai uzsvērtu ūdens dzidrumu un tīrību, tas bieži tiek salīdzināts ar kristālu, proti, ka ūdens ir kristāldzīds vai kristāltīrs. Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka vismaz attiecībā uz ūdeni vai minerālūdeņiem apzīmējumam **CRISTAL** ir vāja atšķirtspēja. Tomēr kopumā tas ir vērtējams vairāk kā asociatīvs apzīmējums, un attiecībā uz lielāko daļu apstrīdētās zīmes preču tas spēj identificēt attiecīgo preču komerciālo izcelsmi.

Līdz ar to iebilduma iesniedzēja pārstāve pamatoti uzskata, ka tieši apzīmējums ”CRISTAL” būs apstrīdētās zīmes raksturīgākais elements.

5.2. Zīme satur arī latīņu valodas vārdu ”AQUA”, kura nozīme ir ”ūdens” (*skat. A. Gavrilovs ”Latīņu-latviešu vārdnīca”, Rīga, ”Zvaigzne”, 1994, 20. lpp.*). Apelācijas padome uzskata, ka vārda ”aqua” semantiskais saturs varētu būt zināms vairumam Latvijas patērētāju. Šis latīņu valodas izcelsmes vārds ”aqua” (*akva.. – lat. aqua (ūdens) – tāds, kas saistīts ar ūdeni, ūdenstilpēm*) ir ietverts vārdos latviešu valodā, piemēram, akvalangs, akvamarīns, akvamobilis, akvanautika (*skat. V. Skujiņa, Latīņu un grieķu cilmes vārddalju vārdnīca; R., izdevniecība ”Kamene”, 1999; 11. lpp.*). Tas tiek izmantots arī angļu valodā sarunvalodā ar nozīmi ”ūdens” (*skat. www.letonika.lv*). Tostarp patērētāji apzīmējumu ”aqua” varētu būt ievērojoši uz dažādu komersantu piedāvātajām ūdens pudeļu etiķetēm, it īpaši ārpus Latvijas, piemēram, ceļojumu laikā, jo tas daudzviet pasaulē ir bieži izmantots apzīmējums saistībā ar ūdeni. Turklāt ir jāņem vērā, ka Latvijā tirdzniecībā tiek piedāvāts ūdens ne tikai no Latvijas komersantu puses, bet arī no citu valstu ražotājiem, kuru etiķetes satur apzīmējumus svešvalodās (piemēram, pārtikas preču vairumtirgotājs ”FUTURUS FOOD” piedāvā Latvijas patērētājiem iegādāties dzeramo ūdeni ”Aqua Future”; *skat. http://futurusfood.lv/catalog/products/aquafutura*). Līdz ar to ir skaidrs, ka attiecībā uz dzērieniem, it īpaši ūdeni, patērētāji apstrīdētajā zīmē ietverto apzīmējumu ”AQUA” uztvers vien kā attiecīgo preču veidu raksturojošu apzīmējumu. Šāds secinājums ir attiecināms arī uz apstrīdētajā zīmē ietverto angļu valodas vārdkoku ”NATURAL SPRING WATER”, kura tulkojumā no angļu valodas nozīmē ”dabisks avota ūdens” (*skat. www.letonika.lv*) un kuras nozīme apstrīdētajā zīmē nebūs tik būtiska gan tās sīkā izpildījuma, gan aprakstošā rakstura dēļ.

5.3. Ņemot vērā, ka pretstatīto ES preču zīmi veido apzīmējums ”CRISTAL”, Apelācijas padome uzskata, ka ir pamats atzīt apstrīdētās zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) līdzību agrākajai ES preču zīmei **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) galvenokārt sakrītīgā apzīmējuma ”CRISTAL” dēļ.

6. Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka šajā lietā var atzīt pretstatītās ES preču zīmes **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) augsto reputāciju attiecībā uz dzirkstošo vīnu, proti, šampanieti, būtiskā Eiropas Savienības daļā, it īpaši Francijā, Apvienotajā Karalistē un Vācijā.

Šampanieša **CRISTAL** ilgā pazīstamība Eiropā vismaz kopš 1924. gada, tā īpašais rašanās stāsts un prestižais raksturs sistemātiski un plaši atspoguļots dažāda rakstura laikrakstos, žurnālos un specializētajos izdevumos vairākās ES dalībvalstīs. Lietā iesniegtie materiāli atspoguļo publikācijas no 1969. gada līdz 2010. gadam Apvienotajā Karalistē, no 2003. gada līdz 2013. gadam Vācijā un no 2003. gada līdz 2013. gadam Francijā.

Šampanieša **CRISTAL** augsto atpazīstamību noteikti ir veicinājis tas, ka to lieto un reklamē daudzas sabiedrībā pazīstamas personas – slaveni sportisti, aktieri, mūziķi un politiķi, kuru gaitas un dzīves veids bieži tiek atspoguļots plašsaziņas līdzekļos, jo slaveni personu dzīve izraisa paaugstinātu interesi vienā daļā sabiedrības. To pašu var attiecināt uz faktu, ka lielā skaitā filmu, seriālu un daiļliteratūras grāmatu ir bijis redzams vai pieminēts šampanietis **CRISTAL**. Var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāves

argumentam, ka tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas vai elitāras preces, tomēr šādas preces zina lielākā sabiedrības daļa, jo tās tiek īpašā veidā reklamētas un netieši popularizētas presē, daiļliteratūrā, televīzijā, filmās. Līdz ar to attiecīgos izstrādājumus un preču zīmes zina ne tikai tas personu loks, kas šīs preces var iegādāties, bet daudz plašāka sabiedrības daļa. Arī šajā gadījumā publikāciju raksturs un citi fakti par zīmola **CRISTAL** popularitāti ļauj atzīt, ka iebilduma iesniedzēja šampanietim **CRISTAL** piemīt prestižs raksturs un to kāda sabiedrības daļa uzskata par panākumu un labklājības simbolu.

Visbeidzot, agrākās zīmes **CRISTAL** augsto atpazīstamību apliecina 1999., 2006. un 2015. gadā veiktās aptaujas. Piemēram, 2006. gadā Vācijā veiktajā aptaujā šampanietis **CRISTAL** ieguva otro vietu starp augstākā labuma šampanieša zīmoliem, savukārt 2015. gadā Apvienotajā Karalistē 31% respondentu pārliecinoši zināja šampanieti **CRISTAL**.

7. Tādējādi vēl jānoskaidro, vai saistībā ar apstrīdētās zīmes lietošanu bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm var konstatēt vismaz vienu no šiem apstākļiem: pirmkārt, tā dod iespēju negodīgi izmantot ES preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju, otrkārt, tā nodara kaitējumu ES preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai, vai, treškārt, šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un agrākās ES preču zīmes īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt ES preču zīmes īpašnieka interesēm.

8.1. Iebilduma iesniedzēja pārstāve pamatoti norāda, ka dažādu bezalkoholisko dzērienu, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme, līdzība alkoholiskajiem dzērieniem, šajā gadījumā – šampanietim, varētu tikt atzīta tāpēc, ka robeža starp 33. un 32. klases precēm mūsdienās kļūst mazāk izteikta. Ir sastopami bezalkoholiski, maza alkohola satura un lietošanai gatavi alkoholiski kokteiļi līdzīgā noformējumā. Alkoholiskos un bezalkoholiskos dzērienus mēdz pārdot vienuviet, un bieži tie tiek vienlaikus vai kopā lietoti. Turklāt no prakses arī zināms, ka viens komersants var piedāvāt gan alkoholiskos, gan bezalkoholiskos dzērienus, tas it īpaši attiecināms uz dažiem alus ražotājiem, kuru piedāvājumā ir alus, minerālūdeņi, sulu dzērieni un kvass (piemēram, alus ražotājs “Valmiermuiža” piedāvā alu un iesala dzērienu “Zelta zirgs” vai alus ražotājs “Aldaris” piedāvā gan dažādus alus, gan sulas dzērienus, piemēram, “Zelta Radler”, gan ūdeni “Vichy”). Tāpat vērā ir ņemams atzinums, ka, jo līdzīgākas zīmes, jo augstāks risks sajaukt zīmi, kas tiek lietota alkoholiskajiem dzērieniem, ar zīmi, kuru izmanto atspirdzinošiem dzērieniem, vai uztvert šīs zīmes kā savstarpēji saistītas.

8.2. Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka, ņemot vērā apstrīdētās zīmes dominējošā apzīmējuma identiskumu pretstatītajai un ar reputāciju apveltītajai zīmei **CRISTAL**, apstrīdētās zīmes 32. klases preču raksturs ļauj pieņemt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks varētu iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmes augstās reputācijas.

8.3. Apstrīdētā zīme ir reģistrēta arī 5. klases precēm “pārtikas preparāti zīdaiņiem; minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām; skābekļa vannas; šķīdumi kontaktlēcām; zāļu tējas; augu tējas; farmaceitiskie preparāti blaugznu ārstēšanai; minerālvielu uztura bagātinātāji; mutes skalošanas līdzekļi medicīniskām vajadzībām; ārstnieciski matu losjoni”. Iebilduma iesniedzējs šo apstrīdētās zīmes preču sakarā nav minējis nekādus apsvērumus. Apelācijas padome uzskata, ka, ciktāl minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām ir paredzēti iekšķīgai lietošanai (no prakses ir zināms, ka minerālūdens tiek izmantots arī ārīgi, piemēram, kosmētiskām procedūrām vai peldēm), tiktāl tie ir sasaistāmi ar šampanieti jau iepriekš minēto motīvu dēļ. Savukārt pārējā apstrīdētās zīmes 5. klases preču apjomā šāda saistība nav konstatējama. Apelācijas padome uzskata, ka apzīmējuma “CRISTAL” semantiskā rakstura dēļ agrākajai zīmei atšķirtspēja ir augsta nevis pašai par sevi, bet gan sakarā ar tās reputāciju tirgū. Līdz ar to ir apšaubāms, ka komersanta, kurš piedāvā ar apstrīdēto zīmi, piemēram, mutes skalošanas līdzekļus medicīniskām vajadzībām vai ārstnieciskos matu losjonus, preces kļūtu pieprasītākas slavenā šampanieša **CRISTAL** dēļ vai ka tās baudītu kādas priekšrocības tirgū. Apzīmējums “CRISTAL” nav fantāzijas vārds, tas noteikti ir sastopams un tiek izmantots daudzās dzīves sfērās. Apelācijas padomes ieskatā agrākā zīme nav tik unikāls apzīmējums, lai tas, kaut arī ieguvis reputāciju konkrētajā dzērienu jomā, varētu pretendēt uz tik no alkoholisko dzērienu jomas tālu sfēru kā dažāda rakstura medicīnas preces un uzturvielas.

8.4. Iepriekš secinātais ļauj apgalvot, ka, izņemot attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 32. klases precēm un 5. klases precēm “iekšķīgai lietošanai paredzēti minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām”, šajā gadījumā nevar konstatēt nopietnu risku attiecībā uz kaitējumu pretstatītās

preču zīmes atšķirtspējai. Fakts, ka patērētāji ievēro jaunu, agrākajam apzīmējumam līdzīgu apzīmējumu, pats par sevi nav pietiekams, lai pierādītu agrākās preču zīmes atšķirtspējai nodarītā kaitējuma vai šāda kaitējuma riska esamību (*EST spriedums lietā C-383/12 P, Environmental Manufacturing LLP v ITSB (EUIPO), Société Elmar Wolf, 35.-40. punkts*).

9. Līdz ar to Apelācijas padome atzīst, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem atzīstama par pamatotu tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta 32. klases precēm un 5. klases precēm – iekšķīgai lietošanai paredzēti minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām.

10. Novērtējot iebilduma iesniedzēja atsaukšanās pamatotību uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, Apelācijas padome secina:

10.1. kontekstā ar minēto pamatojumu iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis gan, kā iepriekš atzīts, ar reputāciju apveltīto preču zīmi **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913; pieteikuma datums 27.08.2009), gan preču zīmes **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 451 185; vēlākā teritoriālā attiecinājuma uz Latviju datums ir 19.02.1996) un **CRISTAL** (reģ. Nr. WO 669 394; starptautiski reģistrēta un uz Latviju attiecas no 05.03.1997). Visas pretstatītās zīmes ir LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē agrākas preču zīmes par apstrīdēto zīmi **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321), kas starptautiski reģistrēta, arī attiecībā uz Latviju, 13.10.2017;

10.2. jau iepriekš šajā lēmumā ir analizēta un atzīta apstrīdētās preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) un pretstatītās preču zīmes **CRISTAL** (Nr. CTM 008513913) līdzība (*skat. šā lēmuma motīvu daļas 5. punktu*). Ņemot vērā, ka pretstatītās starptautiski reģistrētās preču zīmes veido vien apzīmējums “CRISTAL”, iepriekš minētie salīdzināmo zīmju līdzības apsvērumi ir attiecināmi arī uz apstrīdētās zīmes un šo pretstatīto zīmju salīdzinājumu. Tātad sakrītīgā apzīmējuma “CRISTAL” dēļ apstrīdētā zīme ir uzskatāma par līdzīgu visām iebildumā pretstatītajām preču zīmēm;

10.3. attiecībā uz salīdzināmo zīmju preču savstarpējo līdzību Apelācijas padome uzskata, ka zināma līdzība starp apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajiem dažādu veidu bezalkoholiskajiem dzērieniem 32. klasē un iekšķīgai lietošanai paredzētiem minerālūdeņiem medicīniskām vajadzībām 5. klasē ir saskatāma vismaz tāpēc, ka ir sastopami bezalkoholiski, maza alkohola satura un lietošanai gatavi alkoholiski kokteiļi līdzīgā noformējumā, tostarp alkoholiskie un bezalkoholiskie dzērieni bieži tiek vienlaikus vai kopā lietoti. Tai pašā laikā Apelācijas padome nekonstatē, ka šāda līdzība pastāvētu starp pārējām apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 5. klases precēm. Piemēram, nav šaubu, ka pārtikas preparāti zīdaiņiem vai minerālvielu uztura bagātinātāji krasi atšķiras no vīniem un šampanieša, kuriem ir reģistrētas agrākās zīmes;

10.4. par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata vidusmēra patērētājs, jo salīdzināmo zīmju preces pamatā ir plaša patēriņa preces, ar kurām saskarē kā šo preču pircējs vai lietotājs var nonākt jebkurš Latvijas patērētājs, neatkarīgi no vecuma un sociālā stāvokļa, bet attiecībā uz pretstatīto zīmju reģistrācijās ietvertajiem alkoholiskajiem dzērieniem 33. klasē – tikai pilngadīgie patērētāji;

10.5. ņemot vērā minētos apsvērumus, Apelācijas padome uzskata, ka sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) līdzību pretstatītajām preču zīmēm, kuras veido apzīmējums “CRISTAL”, attiecībā uz tām apstrīdētās zīmes precēm, kuras iepriekšējā punktā tika atzītas par līdzīgām pretstatīto zīmju preču sarakstos ietvertajām, pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai (drīzāk) uztver kā savstarpēji saistītas. Turpretī attiecībā uz tām precēm, kuras to atšķirīgā rakstura dēļ šajā lēmumā iepriekš ir atzītas par tādām, kas nav līdzīgas pretstatīto zīmju preču sarakstos ietvertajām, salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv;

10.6. tādējādi iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem atzīstama par pamatotu daļēji.

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” 39.³ panta pirmās daļas un 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. daļēji apmierināt Francijas uzņēmēj sabiedrības CHAMPAGNE LOUIS ROEDERER (CLR) iebildumu pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) attiecinājumu uz Latviju, atzīstot to par spēkā neesošu Latvijā ar tās starptautiskās reģistrācijas dienu attiecībā uz visām 32. klases precēm un 5. klases precēm “iekšķīgai lietošanai paredzēti minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām”;

2. atcelt Patentu valdes 03.05.2018 pieņemto pagaidu atteikuma lēmumu, ciktāl runa ir par preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) reģistrāciju šādām 5. klases precēm: “pārtikas preparāti zīdaiņiem; minerālūdeņi medicīniskām vajadzībām, izņemot iekšķīgai lietošanai paredzētos; skābekļa vannas; šķīdumi kontaktlēcām; zāļu tējas; augu tējas; farmaceitiskie preparāti blaugznu ārstēšanai; minerālvielu uztura bagātinātāji; mutes skalošanas līdzekļi medicīniskām vajadzībām; ārstnieciski matu losjoni”;

3. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā un 115. panta otrajā daļā noteiktajā kārtībā izdarīt Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kā arī paziņot Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas Starptautiskajam birojam par preču zīmes **AQUA CRISTAL NATURAL SPRING WATER** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 382 321) starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju atzīšanu par spēkā neesošu atbilstoši šī lēmuma rezolutīvās daļas 1. punktā minētajā apjomā.

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 Civiltiesprocesa 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