



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

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

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2020/M 73 349-Ie
(OP-2019-25)

LĒMUMS

Rīgā

2020. gada 17. februārī

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

rakstveida procesā izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2019. gada 20. februārī Vācijas uzņēmēj sabiedrības New Yorker S.H.K. Jeans GmbH & Co. KG (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniedzis patentpilnvarnieks preču zīmju lietās G. Meržvinskis pret preču zīmes

VIVA

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība FASHION ONE TELEVISION, SIA; pieteik. Nr. M-18-817; pieteik. dat. 30.07.2018; reģ. Nr. M 73 349; reģ. (publ.) dat. 20.11.2018; 9. un 25. klases preces, 38. un 41. klases pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības (turpmāk arī - ES) preču zīmēm **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) un **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 21.02.2019 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

28.06.2019 iebilduma iesniedzēja pārstāve patentpilnvarniece preču zīmju lietās K. Ostrovska Apelācijas padomei iesniegusi papildinājumus pie iebilduma, kuri 01.07.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašniekam.

01.07.2019 iebilduma lietas pusēm paziņots, ka lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 17.01.2020.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā zīme **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) reģistrēta šādām precēm un pakalpojumiem:

- 9. kl. – datortehnika; datorprogrammas; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas;
- 25. kl. – apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi;
- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi;
- 41. kl. – radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana; nelejupielādējamo filmu un televīzijas programmu nodrošināšana; videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

2.1. vārdisku ES preču zīmi **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885; pieteik. dat. 09.05.2017; reģ. dat. 06.09.2017; publ. dat. 08.09.2017), kas citastarp reģistrēta šādām 25. klases precēm: “apģērbi, apavi, galvassegas; vīriešu un sieviešu virsdrēbes; bērnu modes apģērbi; zīdaiņu pūriņi [apģērbs]; apakšveļa; veļa; korsešizstrādājumi; zeķu izstrādājumi; jostas, bikšturi, zeķturi, lakatiņi, šalles, cimdi, kaklasaites, pieres lentes (apģērbi); kungu un dāmu peldēšanās apģērbi; apģērbi pārgājieniem, ceļojumiem, aktivitātēm brīvā dabā un alpīnismam; vīriešu un sieviešu izejamie un brīvā laika pavadīšanas apavi, bērnu apavi; pārgājienu, ceļošanas, āra un alpīnistu apavi; apģērbi, apavi un galvassegas, kas paredzētas futbolam, basketbolam, rokasbumbai un volejbolam; skriešanai, fitnesa treniņiem, kā arī vingrošanai paredzēts apģērbs; apģērbi, apavi un galvassegas tenisa, skvoša, kā arī badmintona sportam; 25. klasē iekļauti apģērbi, apavi un galvassegas braukšanai ar vienrindas skrituļslidām, ar skrituļdēļiem, ar skrituļslidām, kā arī hokejam, futbolam, beisbolam un boksam; apģērbi, apavi un galvassegas riteņbraukšanai; apģērbi, apavi un galvassegas, kas paredzētas jāšanas sportam; golfa spēlētāju apģērbs, apavi un galvassegas; 25. klasē iekļauti apģērbi, apavi un galvassegas ūdenssportam, jo īpaši sērfošanai, burāšanai, airēšanai, kanoe braukšanai un niršanai; 25. klasē iekļauti apģērbi, apavi un galvassegas kalnu slēpošanai, distanču slēpošanai un braukšanai ar sniegadēli; 25. klasē iekļauti apģērbi, apavi un galvassegas slidošanai un hokejam; iepriekš minēto preču daļas un piederumi, kas ietverti šajā klasē”;

2.2. vārdisku ES preču zīmi **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351; pieteik. dat. 05.09.2017; reģ. dat. 08.03.2018; publ. dat. 13.03.2018), kas citastarp reģistrēta šādiem 41. klases pakalpojumiem: “audzināšana; apmācība; izpriecās; radio un televīzijas programmu sagatavošana, producēšana un demonstrēšana; filmu un tiešraides izklaides programmu veidošana; animācijas kinofilmu un televīzijas pilnmetrāžas mākslas filmu veidošana; kinofilmu izklaide, televīzijas izklaide un tiešraides izklaides uzvedumi un šovi; mūzikas ierakstu un audiotāstu krājumu izdošana; video, CD un magnētisko datu nesēju producēšana, publicēšana un izdošana; elektronisko publikāciju (nelejupielādējamo) nodrošināšana tiešsaistes režīmā; informācijas nodrošināšana par televīzijas programmu pakalpojumiem daudziem lietotājiem ar pasaules tīmekļa, Interneta vai citas tiešsaistes datubāzes palīdzību; tādu deju šovu, mūzikas šovu un video balvu šovu, komēdiju šovu, spēļu šovu un sporta pasākumu producēšana skatītāju klātbūtnē, kas tiek apraidīti tiešraidē vai ierakstīti vēlākai apraidei; dzīvie muzikālie koncerti; TV ziņu šovi; talantu konkursu un mūzikas un televīzijas balvu piešķiršanas ceremoniju organizēšana; izklaides stila un modes pasākumu organizēšana un sniegšana; informācijas nodrošināšana izklaides jomā ar globālā tīmekļa palīdzību; digitālās mūzikas (nelejupielādējamas) nodrošināšana Internetam; nodrošināšana ar digitālu mūziku (nelejupielādējamo) no MP3 Interneta mājaslapām; audioierakstu, filmu ierakstu, videoierakstu un televīzijas ierakstu pakalpojumi; filmu producēšana, audioproducēšana, videoproducēšana un televīzijas producēšana; informācijas sniegšana par izglītību un izklaidi; izstāžu organizēšana kultūras vai izglītības nolūkos; iespiedprodukcijas publicēšana; informācijas sniegšana,

konsultācijas un padomu sniegšana saistībā ar visiem iepriekš minētajiem pakalpojumiem, arī tiešsaistes režīmā vai ar Interneta vai ārtīklu starpniecību”.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāvji, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, lūdz atzīt preču zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to šādi:

3.1. pretstatītā ES preču zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) reģistrācijai pieteikta 09.05.2017, bet pretstatītā preču zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) - 05.09.2017. Apstrīdētās preču zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) pieteikuma datums ir 30.07.2018. No augstākminētā izriet, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē ir agrākas salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi;

3.2. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas gan tādās pašās, gan atšķirīgās preču un pakalpojumu klasēs. Tomēr apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās preces un pakalpojumi ir līdzīgi precēm un pakalpojumiem, kam reģistrētas pretstatītās zīmes:

3.2.1. par mērķauditoriju, kas varētu saskarties ar salīdzināmajām preču zīmēm, ir uzskatāmi vidusmēra patērētāji, kas ietver patērētājus ar zemāku uzmanības līmeni. Piemēram, 25. klases preču gadījumā pēc analogijas var piemērot Vispārējas tiesas (turpmāk - VT) konstatēto, ka “apģērbi ir ikdienas patēriņa preces (...), tātad attiecīgo sabiedrības daļu, pret kuru jānovērtē sajaukšanas iespēja, veido vispārējā sabiedrība” (*skat., piemēram, VT sprieduma apvienotajās lietās T-117/03 – T-119/03 & T-171/03, New Look v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes un dizainparaugi) (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO)), 25. punktu*). Savukārt apstrīdētās zīmes 9. klases preces un 38. un 41. klases pakalpojumi, kā arī pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumi var būt aktuāli gan vidusmēra patērētājiem, gan speciālistiem, kuriem ir padziļinātas zināšanas par attiecīgajām precēm un pakalpojumiem. No tā izriet, ka salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespējamība ir jāvērtē attiecībā pret tās sabiedrības daļas uztveri, kuras uzmanības pakāpe ir zemāka, jo tā pakļauta lielākai iespējai sajaukt (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-220/09, Ergo Versicherungsgruppe v EUIPO, 21. punktu*);

3.2.2. gan apstrīdēta zīme, gan pretstatītā zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) ir reģistrētas 25. klases precēm, kas aptver apģērbus, apavus un galvassegas, kas paredzēti dažādam pielietojumam, piemēram, ikdienas valkāšanai, sportam un citām nodarbēm. Šīs preces kalpo vienam un tam pašam nolūkam, un ar tām patērētājs var saskarties vienā un tajā pašā iegādes vietā. Tādējādi šīs salīdzināmo zīmju preces ir uzskatāmas par identiskām;

3.2.3. gan apstrīdēta zīme, gan pretstatītā zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) ir reģistrētas 41. klases pakalpojumiem.

Apstrīdētās zīmes pakalpojumu sarakstā ietvertie izklaides pakalpojumi ir identiski pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumu sarakstā ietvertajām izpriecām, jo tās ir ietvertas agrāko tiesību apjomā. Jāatzīmē, ka identiskums pastāv ne tikai tad, ja pakalpojumi pilnībā sakrīt (tiek izmantoti tie paši termini vai sinonīmi), bet arī tad, ja un ciktāl apstrīdētās zīmes pakalpojumi ietilpst agrākās zīmes plašākā kategorijā (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-522/10, Hell Energy Magyarorszag kft v EUIPO, 36. punktu*). Tādā pašā veidā identitāte ir konstatējama starp apstrīdētās zīmes pakalpojumiem “apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem” un pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumiem “audzināšana; apmācība”, jo mācību procesu var veicināt, rīkojot seminārus un kongresus, un arī izstādes ir sabiedrību informējoši pasākumi. Identiski ir apstrīdētās zīmes pakalpojumi “elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā” un pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumi “elektronisko publikāciju (nelejupielādējamu) nodrošināšana tiešsaistes režīmā”, kur attiecīgie agrākās zīmes pakalpojumi aptver attiecīgos apstrīdētās zīmes pakalpojumus. Apstrīdētās zīmes pakalpojumi “radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana” ir identiski pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumiem “radio un televīzijas programmu sagatavošana, producēšana un demonstrēšana; filmu un tiešraides izklaides programmu veidošana”, jo šos pakalpojumus parasti sniedz viens un tas pats uzņēmums. Turklāt producēšana ir daļa no programmu veidošanas procesa, tādēļ minēto terminu lietošana nevar padarīt

attiecīgos pakalpojumus par atšķirīgiem. Atlikušie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi, proti, filmu demonstrēšana, filmu izplatīšana, neļūpūielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana un videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma ir uzskatāmi par identiskiem pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem “audioierakstu, filmu ierakstu, videoierakstu un televīzijas ierakstu pakalpojumi”, jo pakalpojumus saistībā ar filmām, televīzijas programmām un videomateriāliem var sniegt, gan tos izplatot, gan nodrošinot;

3.2.4. lai gan neviena no pretstatītajām zīmēm nav reģistrēta 38. klases pakalpojumiem, apstrīdētās zīmes pakalpojumi “datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi” ir uzskatāmi par ļoti līdzīgiem tādiem pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem kā “radio un televīzijas programmu sagatavošana, producēšana un demonstrēšana; kinofilmu izklaide, televīzijas izklaide un tiešraides izklaides uzvedumi un šovi; mūzikas ierakstu un audiotāstu krājumu izdošana; video, CD un magnētisko datu nesēju producēšana, publicēšana un izdošana; elektronisko publikāciju (neļūpūielādējamu) nodrošināšana tiešsaistes režīmā; informācijas nodrošināšana par televīzijas programmu pakalpojumiem daudziem lietotājiem ar pasaules tīmekļa, Interneta vai citas tiešsaistes datubāzes palīdzību; tādu deju šovu, mūzikas šovu un video balvu šovu, komēdiju šovu, spēļu šovu un sporta pasākumu producēšana skatītāju klātbūtnē, kas tiek apraidīti tiešraidē vai ierakstīti vēlākai apraidei; dzīvie muzikālie koncerti; informācijas nodrošināšana izklaides jomā ar globālā tīmekļa palīdzību; digitālās mūzikas (neļūpūielādējamās) nodrošināšana Internetam; nodrošināšana ar digitālu mūziku (neļūpūielādējamu) no MP3 Interneta mājaslapām; informācijas sniegšana, konsultācijas un padomu sniegšana saistībā ar visiem iepriekš minētajiem pakalpojumiem, arī tiešsaistes režīmā vai ar Interneta vai ārtīklu starpniecību”.

No vienas puses, šo pakalpojumu raksturs ir tāds, ka to pamatmērķis ir datu sniegšana patērētājiem. No otras puses, šie pakalpojumi var tikt uzskatīti par līdzīgiem, jo tie ir savstarpēji papildinoši. Citiem vārdiem sakot, datu nodrošināšana pieprasa, lai būtu dati, kurus nodrošināt. Tādēļ ir konstatējama nozīmīga saikne starp viena un otra veida pakalpojumiem jeb apstākļi, bez kura vienu pakalpojumu nebūtu iespējams nodrošināt bez kāda cita pakalpojuma (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-558/11, Atlas v EUIPO, 25. punktu*). Pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumi, kas skar dažādu audiovizuālu un informatīvu datu publicēšanu tiešsaistē vai tiešsaistes tīmeklī, papildina tos apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumus, kuri aptver dažādu datu pārraidi. Patērētājiem šāda saikne starp minētajiem salīdzināmo zīmju pakalpojumiem būs pašsaprotama;

3.2.5. lai gan neviena no pretstatītajām zīmēm nav reģistrēta 9. klases precēm, tādas apstrīdētās zīmes 9. klases preces kā videofilmas ir ļoti līdzīgas pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem “filmu producēšana, audioproducēšana un televīzijas producēšana”. Šīm precēm un pakalpojumiem var būt viena un tā pati izcelsme, jo uzņēmumi, kas veido filmas un citu veidu videomateriālus, kā gala produktus tos arī piedāvā patērētājiem;

3.3. salīdzināmās zīmes ir līdzīgas:

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

3.3.2. apstrīdētā zīme ir zināmā mērā vizuāli un fonētiski līdzīga pretstatītajām zīmēm, jo to veido elements “viva”, kas visām zīmēm ir kopīgs. Abas pretstatītās zīmes to beigu daļās gan satur papildu vārdisku apzīmējumu “couture”, tomēr būtiska nozīme ir tam, vai elements “couture” no patērētāju uztveres viedokļa ietekmē pretstatīto zīmju kopiespaidu un, attiecīgi, arī zīmju līdzību;

3.3.3. Līdz ar to nepieciešams izvērtēt vidusmēra Latvijas patērētāja izpratni par apzīmējumiem “viva” un “couture” - tādā jēvēc zīmju semantikas salīdzinājums. Apzīmējumam “viva” nav semantiskas nozīmes latviešu valodā, tādēļ vidusmēra Latvijas patērētāja izpratne par šo vārdu būs identiska jebkuras salīdzināmās zīmes kontekstā. Taču apzīmējums “couture” var būt zināms tai Latvijas patērētāju daļai, kas mēdz lasīt modes izdevumus un publikācijas, jo šis apzīmējums burtiskā tulkojumā no angļu valodas nozīmē “mode”. Šis apzīmējums parasti tiek lietots saistībā ar izsmalcinātām, ekskluzīvām un augstas kvalitātes precēm, kā rezultātā tam ir cildinošs raksturs jeb tas kalpo par elementa “viva” apzīmētāju.

Šai sakarā jāuzsver EST judikatūra, saskaņā ar kuru sabiedrība parasti neuzskata aprakstošu elementu, kas veido daļu no kombinētās preču zīmes, par šīs zīmes kopējā iespaida atšķirtspējīgo un dominējošo elementu (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-129/01, Alejandro v EUIPO, 53. punktu*).

Līdz ar to tai Latvijas patērētāju daļai, kas mēdz lasīt modes izdevumus un publikācijas, pretstatīto zīmju kopiespāids nebūs atšķirīgs no apstrīdētās zīmes kopiespāida. Savukārt tai sabiedrības daļai, kas nezina vārda “couture” nozīmi, apstākļi, ka apstrīdētajā zīmē tāda vārda nav, tik un tā var radīt asociatīvu priekšstatu, ka pretstatīto zīmju īpašnieks ar apstrīdēto zīmi marķē cita veida, citas vērtības vai konkrētām tirgum paredzētas preces un pakalpojumus, kurus savā starpā vieno pamatzīmols “viva”;

3.3.4. jānorāda uz vēl citu šī iebilduma kontekstā nozīmīgu EST judikatūras atziņu mijiedarbību.

Pirmkārt, vārdiskajās preču zīmēs vai zīmēs, kuras satur vārdisku apzīmējumu, šāda apzīmējuma sākumdaļa parasti ir tā, kas galvenokārt piesaistīs patērētāju uzmanību, tādēļ to atcerēsies skaidrāk nekā zīmes pārējo daļu. Tas nozīmē, ka kopumā zīmes sākumdaļa atstāj būtisku ietekmi uz preču zīmes kopiespāidu (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-412/08, Trubion Pharmaceuticals, Inc. v EUIPO, 40. punktu*).

Otrkārt, preču zīmju visaptverošā vērtējuma veikšanas nolūkā tiek uzskatīts, ka attiecīgās preču kategorijas vidusmēra patērētājs ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Jāņem vērā apstākļi, ka vidusmēra patērētājam tikai reti ir iespēja veikt dažādu preču zīmju tiešu salīdzināšanu, bet viņam ir jāuzticas atmiņā saglabātam nepilnīgam to iespaidam. Tāpat vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis var mainīties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (*skat., piemēram, EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 26. punktu*). Pat tiem patērētājiem, kam ir augsts uzmanības līmenis, ir jāpaļaujas uz nepilnīgu atmiņā saglabātu preču zīmju iespaidu (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-443/12, Equinix (Germany) GmbH v EUIPO, 54. punktu*);

3.4. ņemot vērā visu iepriekš minēto, kā arī to, ka nedz preces un pakalpojumi, kam reģistrēta apstrīdētā zīme, nedz preces un pakalpojumi, kam reģistrētas pretstatītās zīmes, nav tādi, kuru iegādē patērētājs varētu pievērst izteikti pastiprinātu uzmanību, jāapgalvo, ka lielākajai attiecīgās sabiedrības daļai, saskaroties ar apstrīdēto zīmi, var izveidoties asociatīva saikne ar pretstatīto zīmju sākumdaļu “viva”, tādējādi liekot patērētājiem nonākt pie secinājuma, ka salīdzināmās zīmes ir savstarpēji saistītas un ka tām ir viena un tā pati izcelsme jeb tās nāk no viena un tā paša komersanta.

Eiropas Savienības Tiesas judikatūrā ir nostiprinājusies atziņa, ka zīmju sajaukšanas iespējas visaptverošs novērtējums ietver savstarpēju sakarību starp faktoriem, kas uz lietu attiecas, un it īpaši starp zīmju līdzību un attiecīgo preču un pakalpojumu līdzību. Zemāku līdzības pakāpi starp precēm un pakalpojumiem var kompensēt augstāka attiecīgo zīmju līdzības pakāpe, un otrādi (*skat., piemēram, EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc, 17. punktu*). Ņemot vērā to, ka zīmes ir ļoti līdzīgas, šajā situācijā dažu preču un pakalpojumu atšķirību var kompensēt salīdzināmo preču zīmju augstā līdzība.

Pieļaujot apstrīdētās zīmes reģistrāciju, tiktu negatīvi ietekmēti ar pretstatītajām zīmēm marķēto preču un pakalpojumu potenciālie pārdošanas apjomi un samazināta zīmola **VIVA** vērtība. Apstrīdētās zīmes pastāvēšana var traucēt un apdraudēt zīmola **VIVA** turpmāku licencēšanu ES robežās, tai skaitā atstāt negatīvu iespaidu uz iebilduma iesniedzēja jau agrāk noslēgtajiem licences līgumiem. Tāpat apstrīdētās zīmes pastāvēšana var būtiski ierobežot uzņēmuma New Yorker S.H.K. Jeans GmbH & Co. KG tiesības piedāvāt patērētājiem jaunu zīmola **VIVA** preču un pakalpojumu klāstu.

4. Iebildums pamatots arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem:

4.1. LPZ 6. panta otrajā daļā ietvertā norma atbilst civiltiesību pamatprincipam, ka jebkuras personas tiesības izlietojamas un pienākumi pildāmi pēc labas ticības (Civillikuma 1. pants).

EST ir skaidrojusi, ka negodprātības jeb ļaunticības (*bad faith*) jēdziens ir autonomas ES tiesību jēdziens, kurš tiesību aktos nav definēts, bet kuru Eiropas Savienībā ir jāinterpretē vienveidīgi. EST ir norādījusi, ka preču zīmes pieteikuma iesniedzēja ļaunticības pastāvēšana ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus atbilstošos lietas faktus reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, proti, visus faktorus, kuriem ir nozīme izskatāmajā lietā un kuri pastāvēja reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī (*skat., piemēram, EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocodfabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH, 37., 53. punktu*). Šādi faktori var būt:

- apstākļi, ka pieteicējs zināja vai tam bija jāzina, ka trešā persona vismaz vienā dalībvalstī izmanto identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz identisku vai līdzīgu preci, kas var izraisīt sajaukšanas iespēju ar apzīmējumu, kura reģistrācija tiek lūgta,
- pieteikuma iesniedzēja nodoms liegt šai trešajai personai turpināt izmantot šādu apzīmējumu,
- juridiskās aizsardzības apmērs, kāds ir trešās personas apzīmējumam un apzīmējumam, kura reģistrācija tiek lūgta;

4.2. arī Latvijas tiesu praksē ir nostiprinājies apsvērumu kopums, uz kuru pamata tiek izvērtēta preču zīmes pieteicēja negodprātība (*skat. Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi" (2007./2008.; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi>)*). Starp apstākļiem, kas var liecināt par preču zīmes pieteicēja negodprātību, izceļami šādi:

- preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai;
- preču zīmes pieteicējam nebija nodoma, pat nākotnē, uzsākt attiecīgās preču zīmes izmantošanu, un tas nav nekādi gatavojies to darīt, bet reģistrācijas pieteikums ticis izdarīts ar galveno mērķi – vai nu ar izņēmuma tiesību palīdzību radīt šķēršļus citas personas darbībām ar attiecīgo zīmi vai tai sajaucami līdzīgu zīmi, vai arī reģistrēt, lai piedāvātu to citai personai pirkt vai par attiecīgu atlīdzību saņemt zīmes izmantošanas tiesību licenci;
- attiecīgā preču zīme ir plaši pazīstamas preču zīmes nepārprotams atveidojums, imitācija, tulkojums vai transliterācija, pat tad, ja apstrīdētā zīme ir pieteikta reģistrācijai citām precēm vai pakalpojumiem, nevis tām, saistībā ar kurām lieto plaši pazīstamo zīmi;
- attiecīgais preču zīmes pieteikums nav vienīgais šīs personas ar līdzīgu mērķi veiktais pieteikums, bet tāda rīcība attiecīgajai personai atkārtojas, ir raksturīga;

4.3. par apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātīgo nolūku, piesakot reģistrācijai preču zīmi **VIVA**, liecina šādu apstākļu kopums:

4.3.1. ir konstatējama saistība starp apstrīdētās zīmes īpašnieku un sliktu slavu iemantojušo preču zīmju magnātu Mihaēlu Gleisneru (*Michael Gleissner*), kas pasaules mērogā ir pazīstams kā tūkstošiem uzņēmumu, preču zīmju un domēna vārdu īpašnieks. Datubāzē *Lursoft* pieejamā informācija par uzņēmumu FASHION ONE TELEVISION, SIA liecina, ka šī uzņēmuma valdes loceklis ir *Michael Gleissner Gerhard Johannes* (*lietai pievienota 08.11.2018 veikta izdruka no Lursoft datubāzes par uzņēmumu FASHION ONE TELEVISION, SIA*). Šī persona ir saistīta arī ar uzņēmumu GRIGORIUS HOLDINGS, SIA, ko apliecina ES preču zīme **Netopia** (Nr. EUTM 013679352), kura identificē *Michael Gleissner* kā šīs preču zīmes īpašnieka pārstāvi (*lietai pievienota izdruka ar šīs preču zīmes datiem no EUIPO preču zīmju datubāzes eSearchPlus*). Uzņēmumi FASHION ONE TELEVISION, SIA un GRIGORIUS HOLDINGS, SIA ir dibināti, lai kalpotu vienam un tam pašam nolūkam, tādēļ apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātības pierādīšanai piemērojami fakti, kas saistīti ar jebkuru no šiem uzņēmumiem;

4.3.2. ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ļaunprātīgi izmanto preču zīmju reģistrācijas specifiku Latvijā, lai nevis ar godprātīgu nolūku izmantotu pieteiktās preču zīmes komercdarbībā, kas ir preču zīmju tiesību tiesiskais mērķis, bet gan ar mērķi apgrūtināt vai liegt agrāko tiesību īpašniekiem īstenot un nostiprināt savas tiesības. *Michael Gleissner* piesaka identiskas un līdzīgas preču zīmes nolūkā mākslīgi radīt dažādus, t. sk. finansiālus šķēršļus šo preču zīmju īstajiem īpašniekiem, un viņa darbības ar preču zīmju pieteikumiem un domēniem, izmantojot čaulas kompānijas visā pasaulē, izraisa plašas diskusijas par negodprātīgo nolūku (*skat., piemēram, vietnē <http://onlinedomain.com>*

08.09.2016 publicēto apskatu “Michael Gleissner UDRP izsekotājs: Reversā domēna nosaukuma zādzība”). Šajās diskusijās ir minēti ar Michael Gleissner saistīto uzņēmumu centieni Latvijā reģistrēt trešajam personām piederošas preču zīmes, piemēram, **Lehman Brothers** (pieteik. Nr. M-15-250);

4.3.3. līdz šī iebilduma iesniegšanas brīdim apstrīdētās zīmes īpašnieks reģistrācijai Latvijā ir pieteicis 447 preču zīmes, bet otrs ar Michael Gleissner saistītais uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA – 1123 preču zīmes. Līdz 26.10.2018 pret uzņēmuma GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmēm Latvijā bija iesniegti 89 iebildumi, no kuriem 9 gadījumos Apelācijas padome bija atzinusi iebildumu iesniedzēju atsaukšanos uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem par pamatotu;

4.3.4. godprātīgs komersants pirms preču zīmes reģistrācijas pārliecinās, vai kāds cits komersants jau nelieto apzīmējumus, ar kuriem vēlāk pieteikta preču zīme varētu konfliktēt. Turklāt godprātīgs komersants ir arī motivēts izveidot sevis identificējošu elementu, kas atšķirtu to no citiem tirgus dalībniekiem. Iepriekš minētie fakti par apstrīdētās zīmes īpašnieku norāda uz pavisam pretēju pieeju. Informācijas ignorēšana par agrākiem komersantiem var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu;

4.3.5. EST praksē negodprātīgs nolūks tiek raksturots arī kā “rīcība, kas atkāpjas no pieņemtajiem ētiskas uzvedības vai godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem” (skat. *ģenerāladvokātes E. Šarpstones 12.03.2009 secinājumus EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH*). Tādēļ, lai īstenotu uzņēmējdarbības vispārējo interešu aizsardzību un labas ticības normu ievērošanu, būtu loģiski un attaisnojami atzīt apstrīdēto zīmi par spēkā neesošu arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir atšķirīgi no pretstatīto zīmju precēm un pakalpojumiem, ja attiecībā uz apstrīdēto zīmi tiek konstatēts negodprātīgs nolūks;

4.4. tādad apstrīdētās zīmes īpašnieka izvērsto darbību apjoms gan ilgumā, gan to teritoriālajā tvērumā nevar tikt skaidrots nekā citādi kā darbību kopums ar nodomu, kas vērstas pret trešajām personām jeb agrāku zīmju īpašniekiem, labi apzinoties, ka šīm trešajām personām ir pamatotākas izņēmuma tiesības uz konkrētiem apzīmējumiem. Salīdzināmo zīmju dominējošā daļa “viva” ir pilnīgi identiska, un šo zīmju preces un pakalpojumi lielākoties ir identiski, tādēļ, ņemot vērā apstrīdētās zīmes īpašnieka tendenci piesavināties jau reģistrētās zīmēs ietvertus apzīmējumus, nevis pašam izdomāt savus, ir pamats uzskatīt, ka arī šajā gadījumā viņš ir rīkojies pēc ierastās prakses.

Motīvu daļa

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

2. Iebilduma iesniedzējs iebildumu pret preču zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) reģistrāciju balsta 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.

Tādad, 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 un pakalpojumi, kuriem reģistrēta apstrīdētā preču zīme, ir identiski vai līdzīgi precēm un pakalpojumiem, kuriem reģistrētas pretstatītās zīmes;
- salīdzināmās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas;
- sakarā ar preču zīmju identiskumu vai līdzību un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. Pretstatītā preču zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) reģistrācijai pieteikta 09.05.2017, bet pretstatītā zīme **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) - 05.09.2017. Apstrīdētās zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) pieteikuma datums ir 30.07.2018. Tādad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Novērtējot preces un pakalpojumus, kuriem reģistrētas salīdzināmās zīmes, Apelācijas padome secina:

4.1. apstrīdēta zīme **VIVA 25.** klasē ir reģistrēta apģērbiem, apaviem, galvassegām, peldkostīmiem, sporta apģērbiem un brīvā laika apģērbiem. Peldkostīmi un sporta apģērbi ir apģērbi, kas īpaši piemēroti konkrētām fiziskajām aktivitātēm, līdz ar to nav šaubu, ka apstrīdētās zīmes 25. klases preces ir identiskas pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) 25. klases precēm “apģērbi; apavi; galvassegas”. Minētās pretstatītās zīmes 25. klases preču sarakstā turklāt ir ietverta arī vesela rinda konkrētām nodarbībām vai fiziskajām aktivitātēm paredzētu apģērbu – to skaitā ikdienas valkāšanai, sportam, peldēšanai, aktivitātēm brīvā dabā, ceļojumiem, pārgājieniem u.tml.;

4.2. apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi ir identiski un līdzīgi pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem:

- apstrīdētās zīmes pakalpojumu sarakstā ietvertie izklaides pakalpojumi ir identiski pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumu sarakstā ietvertajām izpriecām, jo izpriecas ir nodarbības, pasākumi, kuru mērķis ir izklaidēšanās, patīkama aktīva atpūta;

- par identiskiem jāuzskata arī apstrīdētās zīmes pakalpojumi “apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi” un pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumi “audzināšana; apmācība”;

- jāpiekrīt iebilduma iesniedzējam, ka mācību procesu var veicināt, arī rīkojot seminārus un kongresus, un liela daļa izstāžu ir sabiedrību informējoši pasākumi. Līdz ar to apstrīdētās zīmes pakalpojumi “semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem” ir līdzīgi un saistīti ar pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumu sarakstā ietverto apmācību, kā arī informācijas sniegšanu par izglītību un izklaidi;

- identiski ir apstrīdētās zīmes pakalpojumi “elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā” un pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumi “elektronisko publikāciju (nelejupielādējamu) nodrošināšana tiešsaistes režīmā”, jo attiecīgie agrākās zīmes pakalpojumi faktiski aptver minētos apstrīdētās zīmes pakalpojumus;

- apstrīdētās zīmes pakalpojumi “radio un televīzijas šovu producēšana” ir identiski pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumiem “radio un televīzijas programmu producēšana”, jo vārds “programma” šajā gadījumā jāsaprot kā “priekšnesumu, pasākumu kopums”, ko tikpat labi var attiecināt arī uz šovu;

- filmu producēšanas pakalpojumi ir ietverti gan apstrīdētās, gan pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) pakalpojumu sarakstā, tātad tie ir identiski;

- atlikušie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi, proti, filmu demonstrēšana, filmu izplatīšana, nelejupielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana un videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma ir līdzīgi pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem “filmu veidošana; kinofilmu izklaide; audioierakstu, filmu ierakstu, videoierakstu un televīzijas ierakstu pakalpojumi; filmu producēšana”, jo visi šie pakalpojumi vienā vai otrā veidā ir nesaraujami saistīti ar vienu un to pašu objektu, proti, filmu;

4.3. apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi ir līdzīgi un saistīti pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem:

- apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi “televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību” ir līdzīgi tādiem pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem kā “radio un televīzijas programmu sagatavošana, producēšana un demonstrēšana; televīzijas izklaide; informācijas nodrošināšana par televīzijas programmu pakalpojumiem daudziem lietotājiem ar pasaules tīmekļa, Interneta vai citas tiešsaistes datubāzes palīdzību; tādu deju šovu, mūzikas šovu un video balvu šovu, komēdiju šovu, spēļu šovu un sporta pasākumu producēšana skatītāju klātbūtnē, kas tiek apraidīti tiešraidē vai ierakstīti vēlākai apraidei; TV ziņu šovi; televīzijas ierakstu pakalpojumi”, jo tie ir savstarpēji papildinoši, proti, ir konstatējama nozīmīga saikne starp viena un otra veida pakalpojumiem jeb apstākļi, bez kura vienu pakalpojumu nebūtu iespējams nodrošināt bez kāda cita pakalpojuma. Televīzijas apraidei nebūtu jēgas, ja nebūtu televīzijas raidījumu, programmu, šovu, kas tiek apraidīti tiešraidē vai ierakstīti vēlākai apraidei;

- pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumi, kas skar dažādu audiovizuālu un informatīvu datu publicēšanu tiešsaistē vai tiešsaistes tīmeklī, papildina

apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumus, kuri aptver dažādu datu pārraidi. Tādēļ par līdzīgiem minētajiem pretstatītās zīmes 41. klases pakalpojumiem jāuzskata apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi “datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; videodatu pārraide pēc pieprasījuma”;

- kas attiecas uz apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; satelītu sakaru pakalpojumi”, tad arī tie ir saistīti ar pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases tiešsaistes izklaides pakalpojumiem. Daudzi telekomunikāciju tehnoloģiju uzņēmumi šodien piedāvā arī izklaidei straumēšanas pakalpojumu veidā, šo uzņēmumu maksas saturs satur Internetā kļūstot aizvien populārākām. Šie uzņēmumi nodrošina gan pakalpojuma tehnisko risinājumu, gan arī saturu (*skat., piemēram, 28.01.2020 rakstu “'Shortcut' popularitāte Latvijā apsteidz 'Netflix', noskaidrojais 'Tet'” portālā DELFI; pieejams <https://www.delfi.lv/business/tehnologijas/shortcut-popularitate-latvija-apsteidz-netflix-noskaidrojais-tet.d?id=51835809>*);

4.4. apstrīdētās zīmes 9. klases preces “videofilmas” ir ļoti līdzīgas pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem “filmu producēšana; filmu veidošana; kinofilmu izklaide”. Šīm precēm un pakalpojumiem var būt viena un tā pati izcelsme, jo uzņēmumi, kas veido filmas un citu veidu videomateriālus, kā gala produktus tos arī piedāvā patērētājiem;

4.5. apstrīdētā zīme **VIVA** 9. klasē ir reģistrēta arī precēm, kas attiecas uz datortehniku un datorprogrammām, elektrotehniku un sakaru ierīcēm, kā arī to detaļām, sastāvdaļām un piederumiem. Neviena no pretstatītajām zīmēm nav reģistrēta šādām precēm. Apelācijas padome uzskata, ka minētās apstrīdētās zīmes 9. klases preces nav līdzīgas pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) 25. klases precēm, jo krasi atšķiras šo preču izmantošanas nolūks. Tāpat šīs apstrīdētās zīmes 9. klases preces nav līdzīgas arī pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) 41. klases pakalpojumiem, jo, kaut gan liela daļa no šiem pakalpojumiem patērētājiem ir pieejami tikai ar datortehnikas starpniecību, ar to nepietiek, lai attiecīgās preces un pakalpojumus atzītu par līdzīgiem.

5. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **VIVA** vizuāli un fonētiski ir līdzīga pretstatītajām vārdiskajām zīmēm **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) un **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351), jo apstrīdētā zīme atkārtoti abu pretstatīto zīmju pirmo vārdu. Vārdiskajās preču zīmēs vai zīmēs, kuras satur vārdisku apzīmējumu, apzīmējuma sākumdaļa parasti ir tā, kas galvenokārt piesaistīs patērētāju uzmanību, tādēļ patērētāji to atcerēsies skaidrāk nekā zīmes pārējo daļu. Tas nozīmē, ka kopumā zīmes sākumdaļa atstāj būtisku ietekmi uz preču zīmes kopiespaidu (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-412/08, Trubion Pharmaceuticals, Inc. v EUIPO, 40. punktu*).

Abas pretstatītās zīmes kā otro vārdu satur apzīmējumu “couture”, tomēr ir svarīgi, vai no patērētāju uztveres viedokļa vārds “couture” ietekmē pretstatīto zīmju kopiespaidu un, attiecīgi, arī zīmju līdzību. Apelācijas padomes ieskatā apzīmējums “couture” var būt pazīstams tai Latvijas patērētāju daļai, kas mēdz lasīt modes izdevumus un publikācijas vai vērot modes šovus, jo šis apzīmējums tulkojumā no angļu valodas nozīmē “sieviešu tērpu šūšana un pārdošana (augstākās klases modes namā); [dārgs] modes nams; pēdējais modes kļiedziens” (*skat. www.letonika.lv ar atsauci uz Angļu-latviešu vārdnīcu. Z. Belzēja, I. Birzvalka, L. Jurka, R. Mozere, J. Raškevičs, A. Treilons, 1995.*). Tātad attiecībā uz salīdzināmo zīmju reģistrācijās ietvertajām 25. klases precēm, 9. klases precēm “videofilmas” un arī vismaz daļu no 41. klases pakalpojumiem (piemēram, televīzijas šovu producēšanu, izklaides pakalpojumiem, izstāžu organizēšanu) apzīmējums “couture” ir uzskatāms par aprakstošu, jo norāda uz minēto preču īpašībām un izklaides pasākumu saturu. Tātad attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem apzīmējums “couture” visai maz ietekmēs agrāko zīmju kopiespaidu.

Savukārt attiecībā uz pārējiem pakalpojumiem un arī tai sabiedrības daļai, kas nezina vārda “couture” nozīmi, apstākļi, ka apstrīdētajā zīmē tāda vārda nav, tik un tā var radīt asociatīvu priekšstatu, ka pretstatīto zīmju īpašnieks ar apstrīdēto zīmi marķē cita veida vai citas vērtības preces un pakalpojumus, kurus savā starpā vieno pamatapzīmējums **VIVA**.

Kas attiecas uz salīdzināmajām zīmēm kopīgā vārda “viva” nozīmi, tad daļa patērētāju to varētu uztvert ar nozīmi “lai dzīvo!”, jo šo itāļu valodas vārdu latviešu valodā mēdz lietot oriģinālrakstībā (*skat. J. Baldunčiks, Svešvārdu vārdnīca. Apgāds “Jumava”, 1999., 875. lpp.*). Taču vidusmēra Latvijas patērētāja izpratne par šo vārdu būs identiska jebkuras salīdzināmās zīmes kontekstā.

6. Par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā var uzskatīt diezgan plašu patērētāju loku, sākot ar speciālistu, kurš iegādājas, piemēram, ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas vai elektrodus vai darbojas mākslas filmu uzņemšanas jomā, un beidzot ar vidusmēra patērētāju, kurš savas mājāsaimniecības vajadzībām iegādājas apģērbus, apavus, galvassegas, telefonu vai interesējas par mācību un izklaides pakalpojumiem.

Preču zīmju visaptverošā vērtējuma veikšanas nolūkā tiek uzskatīts, ka attiecīgās preču kategorijas vidusmēra patērētājs ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Jāņem vērā apstākļi, ka vidusmēra patērētājam tikai reti ir iespēja veikt dažādu preču zīmju tiešu salīdzināšanu, bet viņam ir jāuzticas atmiņā saglabātam nepilnīgam to iespaidam. Tāpat vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis var mainīties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (*skat. EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 26. punktu*). Pat tiem patērētājiem, kam ir augsts uzmanības līmenis, ir jāpaļaujas uz nepilnīgu atmiņā saglabātu preču zīmju iespaidu (*skat., piemēram, VT sprieduma lietā T-443/12, Equinix (Germany) GmbH v EUIPO, 54. punktu*).

7. Ņemot vērā to, ka apstrīdētā zīme **VIVA** ir līdzīga agrākajām zīmēm **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) un **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351) un apstrīdētās zīmes 25. klases preces un 38. un 41. klases pakalpojumi ir identiski un līdzīgi precēm un pakalpojumiem, kuriem reģistrētas pretstatītās zīmes, Apelācijas padome uzskata, ka pastāv iespēja, ka relevantie Latvijas patērētāji iepriekšminētajā preču un pakalpojumu apjomā apstrīdēto zīmi **VIVA** var sajaukt ar pretstatītajām zīmēm. Iepriekšminētais attiecas arī uz apstrīdētās zīmes **VIVA** 9. klases precēm “videofilmas”.

Taču to pašu nevar attiecināt uz apstrīdētās zīmes **VIVA** 9. klases precēm “datortehnika; datorprogrammas; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras”, jo tās nav līdzīgas nevienai no precēm vai pakalpojumiem, kurām reģistrētas pretstatītās zīmes **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 016690885) un **VIVA COUTURE** (Nr. EUTM 017174351).

8. Tātad iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir pamatota tikai daļēji, proti, tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme ir reģistrēta 25. klases precēm, 38. un 41. klases pakalpojumiem, kā arī 9. klases precēm “videofilmas”.

9. Iebilduma iesniedzējs savu iebildumu ir pamatojis arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

10. Apelācijas padome uzskata, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā konkrētajā lietā nav pamatota, jo iebilduma iesniedzējs apstrīdētās preču zīmes īpašnieka FASHION ONE TELEVISION, SIA negodprātību galvenokārt pamato ar faktu, ka ir konstatējama saistība starp apstrīdētās zīmes īpašnieku un sliktu slavu iemantojušo preču zīmju magnātu Mihaēlu Gleisneru (*Michael Gleissner*), kas pasaules mērogā ir pazīstams kā tūkstošiem uzņēmumu, preču zīmju un domēna vārdu īpašnieks. Taču iebilduma iesniedzējs nav norādījis, kā izpaužas apstrīdētās preču zīmes īpašnieka negodprātīga rīcība tieši šī konkrētā preču zīmes **VIVA** pieteikuma sakarā.

Likums neaizliedz nevienai personai pieteikt reģistrācijai tik preču zīmju, cik tā uzskata par nepieciešamu vai lietderīgu. Ne jau visas FASHION ONE TELEVISION, SIA Latvijā reģistrētās preču zīmes tiek apstrīdētas iebildumu procedūrā – kā liecina informācija no Patentu valdes tīmekļa vietnē pieejamās preču zīmju datubāzes, no 198 preču zīmēm, kas Latvijā reģistrētas uz FASHION ONE TELEVISION, SIA vārda, iebildumu procedūrā apstrīdētas tikušas 28.

Fakts, ka persona par savu preču zīmi izvēlējusies apzīmējumu, kurš ir līdzīgs citas personas preču zīmei, viens pats vēl nav uzskatāms par acīmredzami negodprātīgu nolūku.

Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta

noteikumiem un pamatojoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, **nolemj**:

1. daļēji apmierināt Vācijas uzņēmēj sabiedrības New Yorker S.H.K. Jeans GmbH & Co. KG iebildumu pret preču zīmes **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu visām 25. klases precēm, visiem 38. un 41. klases pakalpojumiem, kā arī 9. klases precēm "videofilmas";

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 **VIVA** (reģ. Nr. M 73 349) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu visām 25. klases precēm, visiem 38. un 41. klases pakalpojumiem, kā arī 9. klases precēm "videofilmas".

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/ J. Bērzs

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova