



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Raiņa bulvāris 15, Rīga, LV-1050, tālr. 67099637, e-pasts pasts@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2024/WO 1 773 122-Ie
(OP-2024-17)

LĒMUMS

Rīgā

2024. gada 13. decembrī

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

rakstveida procesā izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 43. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIPL) 60. panta noteikumiem, 2024. gada 23. aprīlī Igaunijas uzņēmēj sabiedrības 2A INVESTMENT GROUP OÜ vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā M. Romanosa pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.):

ARAMIA
ԱՐԱՄԻԱ
АРАМИЯ

(preču zīmes īpašnieks - uzņēmēj sabiedrība Arcon trade LLC (Armēnija); reģ. Nr. WO 1 773 122; reģ. dat. 13.12.2023; bāzes reģistrācijas dati: Armēnija, 03.05.2021, 32563; paziņojuma par starptautisko reģistrāciju publ. dat. biļetenā “Gazette OMPI des marques internationales”- 25.01.2024; 33. kl. preces)

spēkā stāšanos Latvijā.

Iebilduma motivējums: sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) līdzību agrākai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) un attiecīgo preču identiskumu pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkts).

Pamatojoties uz iesniegto iebildumu, 22.05.2024 tika pieņemts Latvijas Republikas Patentu valdes (turpmāk – Patentu valde) pagaidu atteikuma lēmums (*Provisional Refusal of Protection*), kas atbilstoši starptautiskās reģistrācijas noteikumiem tika nosūtīts apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes (apelācijas) iesniegšanas termiņu un kārtību. Vadoties no Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) preču zīmju datubāzes “Madrid Monitor” datiem, atteikuma lēmums Starptautiskajā birojā saņemts 22.05.2024, un tas 04.06.2024 paziņots apstrīdētās zīmes īpašniekam. Apstrīdētās preču zīmes īpašnieks noteiktajā laikā nav iesniedzis atbildi un nav iecēlis savu pārstāvi Latvijā.

Apelācijas padome 16.09.2024 konstatēja, ka šajā iebilduma lietā pretstatītajai zīmei **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) 15.08.2024 ir mainījies īpašnieks, un lūdza iebilduma iesniedzēja pārstāvi informēt, vai preču zīmes **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) jaunais īpašnieks Global Wine House OÜ (Igaunija) uztur spēkā iebildumu pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.)

(reģ. Nr. WO 1 773 122) spēkā stāšanos Latvijā. Tostarp iebilduma iesniedzēja pārstāvei tika paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 15.11.2024.

Apelācijas padomē 17.09.2024 saņemts patentpilnvarnieces M. Romanosas iesniegums, kurā tiek paziņots, ka preču zīmes **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) jaunais īpašnieks – Igaunijas uzņēmēj sabiedrība Global Wine House OÜ (turpmāk – iebilduma iesniedzējs) – uztur spēkā iebildumu pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) spēkā stāšanos Latvijā. Iesniegumā arī norādīts, ka patentpilnvarniece M. Romanosa turpinās pārstāvēt iebilduma iesniedzēju šajā iebilduma lietā.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā starptautiski reģistrētā, arī attiecībā uz Latviju, preču zīme **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) ir reģistrēta kā figurāla preču zīme, kuru veido 3 vārdiskie apzīmējumi, kas novietoti viens zem otra. Vadoties no WIPO preču zīmju datubāzes “Madrid Monitor” datiem, zīme sastāv no melniem lielajiem burtiem izpildīta vārdiskā apzīmējuma “ARAMIA”, kas atveidots trīs valodās: angļu, armēņu un krievu.

Šī zīme reģistrēta šādām 33. klases precēm: “rūgtie spirtotie dzērieni (biteri); aperitīvi; destilēti dzērieni; vīns; ķiršu degvīns; spirtotie dzērieni; brendijs; vīnogu izspaidu vīns; viskijs; alkoholiskie dzērieni, izņemot alu; alkoholiskie dzērieni, kas satur augļus; degvīns; lietošanai gatavi alkoholiskie kokteiļi, kas nav uz alus bāzes”.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis vārdisku preču zīmi **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193; reģ. dat. 11.12.2003; vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. – 09.09.2015; reģ. atjaunošanas dat. 21.12.2023).

Zīmes reģistrācija, tostarp attiecībā uz Latviju, ir spēkā šādām 33. klases precēm: “alkoholiskie dzērieni (izņemot alu)”.

3. Iebilduma iesniedzējs, pamatojoties uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punktu, lūdz atzīt preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā un iebilduma iesniegumā motivē savu iebildumu šādi:

3.1. apstrīdētā zīme **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) starptautiski reģistrēta attiecībā uz Latviju 13.12.2023. Pretstatītās preču zīmes **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) vēlākā attiecinājuma datums uz Latviju ir 09.09.2015. Līdz ar to pretstatītā zīme **ARAMIS** salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. novērtējot preču zīmju līdzību un sajaukšanas iespēju, ir jāņem vērā Eiropas Savienības tiesu judikatūrā atzīti preču zīmju līdzības novērtēšanas kritēriji:

- salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums, turklāt šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaidu, tai pašā laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes (*Eiropas Savienības Tiesas (EST) prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punkts*);

- sajaukšanas iespējas visaptverošs novērtējums ietver savstarpēju sakarību starp faktoriem, kas uz lietu attiecas, un it īpaši starp zīmju līdzību un attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības augstāku pakāpi un otrādi (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc., 17. punkts*);

- lai gan attiecīgās produktu kategorijas vidusmēra patērētājs ir uzskatāms par diezgan labi informētu, uzmanīgu un apdomīgu, jāņem vērā fakts, ka vidusmēra patērētājam ļoti reti ir iespēja veikt dažādu preču zīmju tiešu salīdzinājumu un tam ir jāpaļaujas uz atmiņā saglabāto nepilnīgo priekšstatu. Jāņem vērā arī tas, ka vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis, iespējams, mainās atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 26. punkts*);

3.3. visas apstrīdētās zīmes preces (rūgtie spirtotie dzērieni (biteri); aperitīvi; destilēti dzērieni; vīns; ķiršu degvīns; spirtotie dzērieni; brendijs; vīnogu izspaidu vīns; viskijs; alkoholiskie dzērieni, izņemot alu; alkoholiskie dzērieni, kas satur augļus; degvīns; lietošanai gatavi alkoholiskie kokteiļi, kas

nav uz alus bāzes) jēdzieniski ietilpst vai atbilst pretstatītās zīmes precēm “alkoholiskie dzērieni (izņemot alu)”. Tātad salīdzināmo zīmju preces ir identiskas;

3.4. apstrīdētā zīme **ARAMIA APAMИЯ** (fig.) ir ar augstu līdzības pakāpi pretstatītajai zīmei **ARAMIS**:

- apstrīdēto zīmi veido vārdiskais apzīmējums “ARAMIA”, kas zīmē atveidots latīņu un armēņu alfabēta burtiem, kā arī kirilicā. Nav šaubu, ka armēņu alfabēta burtus Latvijas patērētājs nevarēs izlasīt, tātad armēņu valodā atveidoto apzīmējumu patērētājs neuztvers kā atšķirtspējīgu elementu attiecībā uz alkoholiskiem dzērieniem;

- turpretim salīdzināmie vārdiskie apzīmējumi, it īpaši latīņu rakstībā, ir ļoti tuvi, jo tos veido 6 burti, no kuriem pirmie pieci ir identiski (“ARAMI-”), t.i., vārdi atšķiras tikai ar pēdējo burtu – attiecīgi “A” un “S”. Tādējādi starp zīmēm pastāv augsta vizuālā līdzība;

- zīmes ir arī fonētiski ļoti līdzīgas. Neatkarīgi no tā, vai apstrīdētās zīmes vārdiskie apzīmējumi ir atveidoti latīņu rakstībā vai kirilicā, tie skanēs vienādi, turklāt lielākā daļa Latvijas patērētāju prot izlasīt vārdus kirilicā. Salīdzināmo zīmju vārdiskajiem apzīmējumiem ir vienāds garums, vienāds burtu skaits, līdzīgs zilbju skaits. Tādējādi apstrīdētās un pretstatītās zīmes vārdiskie apzīmējumi tiks izrunāti vienādā intonācijā un identiskām skaņām, izņemot pēdējo burtu. Taču ir zināms, ka vārda galotne (parasti – pēdējais burts) var mainīties, piemēram, lokot vārdu;

3.5. gan apstrīdētās zīmes preces, gan agrākās zīmes preces (dažādi alkoholiskie dzērieni) būs adresētas vienam un tam pašam attiecīgajam patērētājam, proti, vidusmēra patērētājam, kurš ir sasniedzis 18 gadu vecumu. Šādu preču iegādē patērētāju uzmanības līmenis ir vērtējams kā zems;

3.6. novērtējot salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju, ir jāņem vērā fakts, ka alkoholiskos dzērienus pasūta arī bāros un naktsklubos, kuros ir liels troksnis. Tādēļ alkoholisko dzērienu iegādē īpaši būtiska loma ir piešķirama preču zīmju fonētiskajai līdzībai.

Ja preces tiek pasūtītas mutiski, apzīmējuma fonētisko uztveri var ietekmēt tāds faktors kā paaugstināts trokšņa līmenis. Ir skaidrs, ka minētajos apstākļos patērētājiem būs grūti, gandrīz neiespējami uztvert viena burta (turklāt galotnē esoša) atšķirību, kas tika konstatēta salīdzināmo zīmju apzīmējumiem.

Arī Vispārējā tiesa (VT), izskatot preču zīmju strīdu attiecībā uz 33. klases precēm, atzina, ka, tā kā attiecīgās preces tiek iegādātas, pasūtot tās mutiski, attiecīgo apzīmējumu fonētiskā līdzība pati par sevi ir pietiekama, lai radītu sajaukšanas iespēju (*VT sprieduma lietā T-99/01, Mystery drinks GmbH v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs; EUIPO), 48. punkts*);

3.7. ja patērētājam ir pazīstama agrākā preču zīme, tad, parādoties jaunam, līdzīgam nosaukumam uz tām pašām precēm, patērētājs pievērsīs uzmanību kopīgiem elementiem, nevis analizēs nelielās atšķirības zīmes beigās.

Ņemot vērā, ka salīdzināmo zīmju **ARAMIA APAMИЯ** (fig.) un **ARAMIS** preces ir identiskas, kā arī pašu zīmju līdzības pakāpe ir augsta, pastāv iespēja, ka Latvijas patērētāji salīdzināmās zīmes var sajaukt vai pieņemt, ka šo preču izcelsme ir no viena un tā paša uzņēmuma vai no ekonomiski savstarpēji saistītiem uzņēmumiem.

Motīvu daļa

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

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

3. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka pretstatītā starptautiski reģistrētā preču zīme **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) ir attiecināta uz Latviju 09.09.2015. Savukārt apstrīdētā preču zīme

ARAMIA АРАМИЯ (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) ir starptautiski reģistrēta, arī attiecībā uz Latviju, 13.12.2023. Tātad pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Saskaņā ar Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008) identiskums ir konstatējams arī tad, ja apstrīdētās preču zīmes preces vai pakalpojumi jēdzieniski ietilpst agrākās zīmes precēs vai pakalpojumos, kas nosaukti plašāk, vispārīgāk, tātad gadījumā, kad agrākās zīmes preču un pakalpojumu saraksts jēdzieniski “pārklāj” vēlākā apzīmējuma preces vai pakalpojumus.

Apstrīdētā zīme ir reģistrēta precēm “alkoholiskie dzērieni, izņemot alu”, kā arī sīkāk uzskaitītiem alkoholisko dzērienu veidiem (piem., aperitīvi, vīns, ķiršu degvīns, spirtotie dzērieni, brendijs, viskijs), kas ir identiski pretstatītās zīmes precēm “alkoholiskie dzērieni (izņemot alu)”, jo pretstatītās zīmes preču vispārīgais formulējums ietver sevī šos konkrētāk uzskaitītos alkoholiskos dzērienus.

Tādējādi Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām 33. klases precēm.

5. Šajā lietā relevanto patērētāju loks ir ļoti plašs, jo alkoholisko dzērienu pircējs var būt jebkurš pilngadīgs sabiedrības loceklis. Apelācijas padome uzskata, ka liela daļa alkoholisko dzērienu patērētāju Latvijā ir pieskaitāmi vidējā patērētāja lokam, kam var būt visai zems uzmanības līmenis dzērienu izvēlē. Tomēr zināma patērētāju daļa savu izvēli dzērienu veikalos veic, balstoties arī uz iepriekš iegūtajām zināšanām un pieredzi.

6. Lai arī apstrīdēto zīmi **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) veido trīs vārdiskie apzīmējumi, turklāt grafiskā izpildījumā (kas galvenokārt izpaužas vārdisko apzīmējumu novietojumā vienam zem otra), bet agrāko pretstatīto zīmi veido tikai viens vārdiskais apzīmējums, proti, **ARAMIS**, Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzēja secinājumiem, ka apstrīdētā zīme ir līdzīga pretstatītajai zīmei, it īpaši fonētiski, ņemot vērā šādus apsvērumus:

6.1. liela daļa pilngadīgo Latvijas vidusmēra patērētāju pietiekami labi zina krievu valodu vai daļa – vismaz pazīst krievu alfabēta burtus (Latvijā vēsturisko apstākļu un robežas ar Krieviju dēļ krievu valodas pratēju skaits ir liels, daļai Latvijas iedzīvotāju tā ir dzimtā valoda, turklāt krievu valoda kā otrā svešvaloda skolās joprojām ir populārākā izvēle).

Turpretim armēņu valodā (kurā saskaņā ar WIPO preču zīmju datubāzes “Madrid Monitor” datiem ir atveidots apstrīdētās zīmes vidējais vārdiskais apzīmējums) runā ap 8 miljoniem cilvēku, no kuriem Latvijā mīt aptuveni 3000 armēņu (*skat. informāciju par armēņu valodu “Nacionālajā enciklopēdijā” Interneta vietnē <https://enciklopedija.lv/skirklis/119480-arm%C4%93%C5%86u-valoda>*).

Līdz ar to ar lielu ticamību var pieņemt, ka no apstrīdētajā zīmē ietvertajiem trim vārdiskajiem apzīmējumiem Latvijas patērētāji spēs izlasīt vismaz divus, proti, latīņu burtiem izpildīto “ARAMIA” un kirilicas burtiem atveidoto “АРАМИЯ”, un tātad arī uztvert, ka minētie vārdiskie elementi ir viens un tas pats apzīmējums, tikai latīņu un kirilicas rakstībā. Savukārt apstrīdētās zīmes vidējo vārdisko apzīmējumu Latvijā izlasīt varēs vien retais;

6.2. Apelācijas padome var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētās zīmes pirmais vārds, proti, latīniskajā rakstībā izpildītais “ARAMIA”, fonētiski un vizuāli ir vislīdzīgākais apzīmējums agrākajai vārdiskajai zīmei **ARAMIS**. Minētajiem apzīmējumiem kopīgi ir pirmie pieci burti (skaņas), un tie atšķiras vien ar vienu burtu (skaņu), proti, galotni zīmes beigās (attiecīgi – “-A” un “-S”). Nav mazsvarīgi, ka parasti tieši zīmju sākumdaļa ir noteicoša patērētāju uztverē un tā vislabāk paliek pircēju atmiņā, līdz ar to pastāv iespēja, ka vārdu beigas, kuras šajā konkrētajā gadījumā atšķiras, bieži vien netiek izlasītas vai tik spilgti nepaliek atmiņā.

Līdzīgos apsvērumus vismaz no fonētiskā viedokļa var attiecināt arī uz apstrīdētās zīmes trešā apzīmējuma “АРАМИЯ” (kirilicā) līdzību agrākajai zīmei **ARAMIS**, jo atšķirība ir vien apzīmējumu beigās (apstrīdētajā zīmē krievu valodā tā būs skaņa “-ja” un agrākajā zīmē – skaņa “-s”). Savukārt vizuāli apzīmējumā “АРАМИЯ” burti “ИЯ” inenes redzamāku atšķirību no agrākās zīmes beigu burtiem “-IS”. Tomēr būtiskāk, ka maz ticams, ka patērētāji vispār izrunās apstrīdētās zīmes trešo apzīmējumu, jo visai apšaubāmi būtu pieņemt, ka ir ierasts atkārtot vienu un to pašu apzīmējumu divas vai vairākas reizes.

Līdz ar to salīdzināmo zīmju fonētisko līdzību galvenokārt nosaka tieši vārdisko apzīmējumu “ARAMIA” un “ARAMIS” tuvā līdzība;

6.3. kas attiecas uz salīdzināmo zīmju fonētiski tuvo apzīmējumu “ARAMIA” un “ARAMIS” semantiku, Apelācijas padome uzskata, ka nevar pārliecinoši apgalvot, ar ko tieši vairākumam Latvijas patērētāju šie apzīmējumi asociēties.

Vieni apzīmējumu “ARAMIA” varētu uztvert kā personvārdu, visticamāk, sieviešu. Lai gan Latvijā personvārds Aramia nav ietverts Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Personvārdu datubāzē, taču tas ir sastopams citviet pasaulē, piemēram, Francijā un Austrālijā, turklāt Francijā šis vārds tiek dots arī vīriešiem (*skat. Interneta vietnēs <http://www.babynology.com/name/aramia-f.html>*). Savukārt apzīmējums “ARAMIS” asociēties ar vīriešu personvārdu, un minētajā Personvārdu datubāzē ir reģistrēts pa vienai personai ar šādiem vārdiem: Aramis, Aramiss, Aramiss Namejs, Aramiss Lī un Vīlnis Arāmis (*skat. Interneta vietnē <https://personvardi.pmlp.gov.lv/index.php?name=Aramis>*). Minētā vīriešu vārda atpazīstamību Latvijā varētu arī ietekmēt tāds apstāklis, ka daudziem patērētājiem vīriešu personvārds Aramiss varētu būt zināms no franču rakstnieka Aleksandra Dimā slavenā romāna “Trīs musketieri”, kurā stāstīts par D'Artaņjana un trīs musketieru – Atosa, Portosa un Aramisa – piedzīvojumiem. Citiem patērētājiem, proti, senāku tautu, valodu un kultūru pārzinātājiem, minētie apzīmējumi varētu asociēties ar aramiešiem, proti, semītu tautu, klejotāju cilti senajā Mezopotāmijā un Sīrijā, kuri runāja aramiešu valodā un kas pirms mūsu ēras apdzīvoja gandrīz visu Priekšāziju, tagadējo Sīrijas, Irākas un Izraēlas teritoriju (*skat. Interneta vietnēs <https://tezaurs.lv/aramieši.lv>, <https://mlvv.tezaurs.lv/aramieši> un <https://vesture.eu/Aramieši>*). Tik pat labi apzīmējumi “ARAMIA” un “ARAMIS” var tikt uztverti bez kādām semantiskām asociācijām jeb kā fantāzijas vārdi.

Tādējādi, izvērtējot zīmju līdzību, zīmju semantiskajam salīdzinājumam nevar piešķirt būtisku vai izšķirošu nozīmi;

6.4. ņemot vērā iepriekš minēto, apzīmējumiem “ARAMIA” un “ARAMIS” piemīt atšķirtspēja attiecībā uz alkoholiskajiem dzērieniem, kuriem reģistrētas salīdzināmās zīmes;

6.5. apstrīdētās zīmes vidējo apzīmējumu (jeb vārdu armēņu valodā) vairums Latvijas patērētāju nevarēs izlasīt un tātad arī saprast.

Daļa patērētāju šo apstrīdētās zīmes otro vārdisko elementu varētu uztvert kā apzīmējuma “ARAMIA” analogu. Proti, apstrīdētajā zīmē bez Latvijas patērētājiem neizlasāmā apzīmējuma pārējie divi vārdiskie apzīmējumi (“ARAMIA” un “APAMИЯ”) ir viens un tas pats vārds, tikai latīņu un kirilicas rakstībās, turklāt šie apzīmējumi izkārtoti viens zem otra. Šādā gadījumā būtu visai pašsaprotami pieņemt, ka arī zīmes otrajā rindā novietotais apzīmējums, kaut atveidots vairumam Latvijas patērētāju nezināmā valodā (rakstībā), visticamāk, ir ekvivalents zīmē ietvertajiem apzīmējumiem latīņu un kirilicas rakstībās.

Šādu uztveri varētu veicināt arī tas, ka savulaik attiecībā uz alkoholiskajiem dzērieniem (it īpaši attiecībā uz degvīnu) preču zīmēs tika izmantoti vieni un tie paši, taču dažādās valodās rakstīti apzīmējumi, pielāgojot tās valsts rakstībai, kuras tirgum produkts paredzēts. Šis secinājums atbilst jau iepriekš lēmumā minētajam, ka, vadoties no WIPO preču zīmju datubāzes “Madrid Monitor” datiem, apstrīdētā zīme sastāv no vārdiskā apzīmējuma “ARAMIA”, kas atveidots trīs valodās: angļu, armēņu un krievu.

Tādējādi pats par sevi fakts, ka apstrīdētajā zīmē ietvertais alkoholiskā dzēriena nosaukums “ARAMIA” ir atveidots vairākās valodās, nav tik neparasts attiecīgajā preču nozarē, un šajā gadījumā nav arī pietiekams, lai tādēļ vien salīdzināmos apzīmējumus atzītu par pietiekami atšķirīgiem.

7. Preču zīmju sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktorus, kas attiecas uz lietas apstākļiem (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 22. punkts*).

Vispārējā tiesa ir norādījusi, ka sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējumā konfliktējošo apzīmējumu vizuālajiem, fonētiskajiem un konceptuālajiem aspektiem ne vienmēr ir vienāda nozīme. Ir svarīgi analizēt objektīvos apstākļus, kādos preču zīmes var atrasties tirgū. Apzīmējumu līdzība vai atšķirība jo īpaši var būt atkarīga no apzīmējumu raksturīgajām īpašībām vai no apstākļiem, kādos tiek pārdotas preces vai pakalpojumi, ko aptver konfliktējošās preču zīmes. Ja preces, ko aptver attiecīgā preču zīme, tiek pārdotas pašapkalpošanās veikalos, kur pircējs pats izvēlas preces un tāpēc galvenokārt paļaujas uz preču zīmes attēlu, kas ir uz šīs preces, tad parasti apzīmējumu vizuālajai līdzībai ir lielāka

nozīme. Turpretim, ja attiecīgā prece tiek pārdota, piedāvājot vārdiski, tad lielāka nozīme parasti tiks piešķirta apzīmējumu fonētiskajai līdzībai (*VT sprieduma lietās no T-117/03 līdz T-119/03 un T-171/03, New Look Ltd v ITSB (EUIPO), 49. punkts*).

8. Apelācijas padome var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka šajā lietā var ņemt vērā, ka alkoholiskos dzērienus var iegādāties ne tikai pašapkalpošanās veikalos, bet tos var nopirkt, piemēram, kafejnīcās, bāros un naktsklubos, kuros alkoholiskie dzērieni tiek pasūtīti mutvārdos. To pašu var attiecināt uz daļu veikalu, kuros joprojām preces, tostarp alkoholiskie dzērieni, tiek realizēti pāri letei, tādējādi pircējam ar pārdevēju liekot sazināties mutvārdos. Līdz ar to šajā gadījumā lielāku nozīmi var piešķirt apzīmējumu fonētiskajai līdzībai.

Ņemot vērā salīdzināmo zīmju fonētisko līdzību, attiecīgajiem patērētājiem varētu būt grūti uztvert un atcerēties viena burta atšķirību zīmēs noteicošo vārdisko apzīmējumu "ARAMIA" un "ARAMIS" beigās, respektīvi, alkoholisko dzērienu nosaukumi "ARAMIA" un "ARAMIS" ir atzīstami par viegli sajaukamiem vai tādiem, kurus patērētāji var savstarpēji asociēt.

Tādējādi, ievērojot to, ka apstrīdētā zīme **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) ir līdzīga pretstāvētajai zīmei **ARAMIS** (reģ. Nr. WO 816 193) un šo zīmju preces ir identiskas, var atzīt par pamatotu iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem.

Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz Preču zīmju likuma 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, **nolemj:**

1. apmierināt Igaunijas uzņēmēj sabiedrības Global Wine House OÜ iebildumu pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) spēkā stāšanos Latvijā, atzīstot to par spēkā neesošu ar tās starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju dienu;

2. 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 **ARAMIA АРАМИЯ** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 773 122) starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju atzīšanu par spēkā neesošu.

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

Prasības pieteikums iesniedzams Rīgas pilsētas 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/

I. Bukina

/personiskais paraksts/

D. Liberte