



Latvijas Republikas 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/2025/WO 1 518 158-Ie

(OP-2024-23)

LĒMUMS

Rīgā

2025. gada 10. februārī

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 – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2024. gada 6. jūnijā Francijas uzņēmēj sabiedrības RENAULT s.a.s. (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā G. Zariņa pret starptautiski reģistrētās preču zīmes

Reno

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD. (Ķīna); reģ. Nr. WO 1 518 158; reģ. dat. 07.05.2019; attiecībā uz 35. kl. pakalpojumiem vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. – 07.04.2021; attiecībā uz 11. kl. precēm un 37. kl. pakalpojumiem vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. – 26.01.2024; paziņojuma par teritoriālo attiecinājumu publ. dat. biļetenā “Gazette OMPI des marques internationales” – 07.03.2024)

spēkā stāšanos Latvijā 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības (turpmāk arī – ES) preču zīmēm **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577), kā arī attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkts);
- apstrīdētā zīme **Reno** ir līdzīga agrākām un reģistrētām Eiropas Savienības preču zīmēm **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577), kurām ir laba reputācija Eiropas Savienībā, un apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kuriem tā reģistrēta, dod iespēju negodīgi izmantot agrāko preču zīmju atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu (PZL 9. pants).

Pamatojoties uz iesniegto iebildumu, 17.06.2024 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 17.06.2024, un tas 01.07.2024 paziņots apstrīdētās zīmes īpašniekam.

23.08.2024 Apelācijas padomē saņemts patentpilnvarnieka ar specializāciju preču zīmju jomā I. Šatova lūgums par iebilduma lietas materiālu izsniegšanu, lai sagatavotu atbildi, taču noteiktajā laikā atbilde netika iesniegta.

Apelācijas padome konstatēja, ka 02.09.2024 ir veikts ieraksts WIPO starptautiskajā preču zīmju reģistrā par apstrīdētās zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) 11. klases preču un 37. klases pakalpojumu ierobežojumu, par ko tika informēti lietas pušu pārstāvji.

Apelācijas padomē 15.11.2024 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas papildinājumi un pierādījumi, kuri 19.11.2024 tika nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvim I. Šatovam. 15.11.2024 Apelācijas padome arī paziņoja iebilduma lietas pušu pārstāvjiem, ka lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 10.01.2025.

09.01.2025 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas papildinājumi, kuri nākamajā dienā tika nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvim I. Šatovam.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) ir starptautiski reģistrēta un vēlāk 07.04.2021 attiecināta uz Latviju attiecībā uz 35. klases pakalpojumiem, savukārt 26.01.2024 attiecināta arī uz 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem.

Iebildums iesniegts pret apstrīdētās zīmes 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem, kas 02.09.2024 ierobežots šādi:

- 11. kl. – “sanitārtehniskās ierīces, iekārtas un aparāti; dezinfekcijas iekārtas; elektriskie radiatoru; aizdedzināšanas ierīces; atomreaktori; lampas matu žāvēšanai un ievēdošanai; eļļas lampas; maizes krāsnis; lavas akmeņi, kas paredzēti grīdām; saldēšanas skapji; gaisa dzesēšanas ierīces; matu žāvēšanas ierīces; sildierīces; migļas ģeneratori; hidranti; dekoratīvās strūklakas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā”;
- 37. kl. – “telefonu uzstādīšana un remonts”.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas vārdiskas preču zīmes:

2.1. **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744; pieteik. dat. 14.02.2011; reģ. dat. 22.08.2011; publ. dat. 24.08.2011; reģ. atjaunošanas dat. 15.12.2020; 35., 36., 37., 38., 39., 40., 41. un 42. kl. pakalpojumi), kas reģistrēta citstarp šādiem 37. klases pakalpojumiem: “[...] riepu labošana un vulkanizācija; transportlīdzekļu apkopes staciju pakalpojumi; transportlīdzekļu pretkorozijas apkope; transportlīdzekļu krāsošana, pulēšana, apkope, remonts, eļļošana, mazgāšana, tīrīšana”;

2.2. **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374; pieteik. dat. 15.03.2013; reģ. dat. 08.08.2013; publ. dat. 12.08.2013; reģ. atjaunošanas dat. 12.01.2023), kas reģistrēta citstarp šādām 12. klases precēm: “transportlīdzekļi; aparāti, kas paredzēti transportēšanai pa sauszemi, it īpaši automobiļi; [...] detaļas un nepieciešamās sastāvdaļas iepriekš minētajiem izstrādājumiem; [...]”;

2.3. **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577; pieteik. dat. 25.03.2019; reģ. dat. 21.08.2019; publ. dat. 22.08.2019), kas reģistrēta citstarp šādām 11. klases precēm: “transportlīdzekļu apgaismes aparatūra un iekārtas; transportlīdzekļu priekšējie lukturi; iebūvējamie lukturi; spuldzes; transportlīdzekļu gaismas; gaisa kondicionēšanas aprīkojums motorizētajiem transportlīdzekļiem; gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”.

3. Iebilduma iesniedzējs, pamatojoties uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punktu un 9. pantu, lūdz atzīt starptautiski reģistrētās preču zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) attiecinājumu uz Latviju 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem par spēkā neesošu, argumentējot to iebilduma iesniegumā un papildu paskaidrojumos šādi:

3.1. pretstatītās preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) reģistrācijai pieteiktas attiecīgi 14.02.2011, 15.03.2013 un 25.03.2019. Apstrīdētās zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) starptautiskās reģistrācijas vēlākā attiecinājuma datums uz Latviju 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem ir 26.01.2024. Līdz ar to var secināt, ka visas pretstatītās zīmes ir agrākas zīmes PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. novērtējot salīdzināmo preču zīmju līdzību, ir jāņem vērā Eiropas Savienības tiesu judikatūrā nostiprinātie principi:

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

3.2.2. vārdiskajos apzīmējumos vai apzīmējumos, kas ietver vārdisku elementu, patērētāju uzmanību parasti vispirms piesaista sākuma daļa, tādēļ to patērētāji atcerēsies skaidrāk nekā pārējo preču zīmes daļu. Tas nozīmē, ka parasti apzīmējuma sākumam ir būtiska ietekme uz zīmes radīto kopiespaidu (*Vispārējās tiesas (VT) sprieduma lietā T-412/08, Trubion Pharmaceuticals, Inc. v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB) (tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO)), 40. punkts*);

3.3. visas salīdzināmās zīmes ir reģistrētas kā vārdiskas preču zīmes.

Apstrīdēto preču zīmi **Reno** veido četri burti, savukārt pretstatītās preču zīmes **RENAULT** – septiņi burti. Apstrīdētā preču zīme pilnībā atkārto pretstatīto preču zīmju sākuma daļu “REN-”, kas kopumā padara salīdzināmās zīmes par vizuāli līdzīgām.

Salīdzināmās zīmes ir fonētiski pat identiskas. Preču zīmes **RENAULT** ir ieguvušas augstu reputāciju Eiropas Savienībā un arī Latvijā, un plašā un intensīvā lietojuma dēļ patērētāji apzīmējumu “RENAULT” zina kā Francijas automobiļu ražotāja zīmolu. Tādējādi Latvijas patērētāji būs arī dzirdējuši apzīmējuma “RENAULT” pareizu izrunu franču valodā, proti, ka tas ir jāizrunā kā [rə-no], jo franču valodā galotni [-ault] izrunā kā burtu [o]. Piemēram, laikraksta “Latvijas Avīze” 21.02.2023 rakstā minēts, ka apzīmējumu “Renault” gan franči, gan latvieši izrunā vienādi – [reno] (*iesniegta minētā laikraksta publikācija*).

Apzīmējumiem “Reno”/“RENAULT” kontekstā ar precēm un pakalpojumiem, kuriem zīmes ir reģistrētas, nav jēdzieniskas nozīmes vai saistības ar attiecīgajām precēm un pakalpojumiem, tātad tiem piemīt pietiekama atšķirtspēja.

Iebilduma iesniedzējs ražo pasaulē pazīstamos automobiļus **RENAULT** kopš 1899. gada, un tā automobiļi ir populāri arī Latvijā. Līdz ar to apstrīdēto preču zīmi **Reno** veido apzīmējums, kas ir tuvs slaveno automobiļu “RENAULT” nosaukumam. Tādējādi starp salīdzināmajām zīmēm pastāv arī augsta konceptuālā (semantiskā) līdzība;

3.4. EUIPO ir atzinis preču zīmju līdzību vairākos gadījumos, kas ir līdzīgi šai iebilduma lietai: **NOUVEAU** pret **NOUVO**, **CREDO** pret **CREADEAU**, **NATUREO** pret **NATUREAU**, **DOMO** pret **DOMOVIK**, **ALDO** pret **ALDIANO**, **VAZO** pret **VASE JET**, **SILA** pret **SILATEK**;

3.5. EST ir norādījusi, ka, novērtējot preču vai pakalpojumu līdzību, jāievēro visi faktori, kas attiecas uz pašām precēm vai pakalpojumiem. Šādi faktori citstarp ietver preču vai pakalpojumu raksturu, to adresātu (kas ir to gala lietotājs), lietošanas veidu un vai tie atrodas savstarpējā konkurencē, vai arī papildina viens otru, piemēram, tos lieto kopā (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc., 18. punkts*);

3.6. apstrīdētās preču zīmes 11. klases preces un 37. klases pakalpojumi ir identiski, līdzīgi un savstarpēji saistīti ar pretstatīto zīmju precēm un pakalpojumiem:

3.6.1. apstrīdētās zīmes preces “sanitārtehniskās ierīces, iekārtas un aparāti; dezinfekcijas iekārtas; saldēšanas skapji; gaisa dzesēšanas ierīces; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”, jo agrākās zīmes preces var atzīt par apstrīdētās zīmes preču apakšgrupu. Piemēram, “sanitārtehniskās ierīces” ietver arī gaisa kondicionēšanas iekārtas, kas

nodrošina veselības aizsardzību un higiēnu, bet dezinfekcijas iekārtas ietver gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas sistēmas, kas samazina kaitīgo mikroorganismu daudzumu. Līdz ar to minētās preces pēc sava rakstura, nolūka, lietošanas veida ir līdzīgas, un tās var atrasties savstarpējā konkurencē;

3.6.2. apstrīdētās zīmes preces “elektriskie radiatori; aizdedzināšanas ierīces; maizes krāsnis; lavas akmeņi, kas paredzēti griliem; sildierīces; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “apkures iekārtas un aparāti”. Visas minētās apstrīdētās zīmes preces ir apkures iekārtas un aparāti, jo tās nodrošina siltuma padevi vai siltuma padeves uzsākšanu. Tātad visām šīm precēm ir līdzīgs raksturs un nolūks, tās savstarpēji konkurē;

3.6.3. apstrīdētās zīmes preces “atomreaktori; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”, jo šīs preces ir saistītas ar kontrolētu enerģijas pārneši un temperatūras regulēšanas procesiem, proti, atomreaktoru darbībā tiek izmantotas minētās pretstatītās preces, lai nodrošinātu to pamatdarbību;

3.6.4. apstrīdētās zīmes preces “lampas matu žāvēšanai un ievieidošanai; eļļas lampas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” un pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases preces “spuldzes” ir līdzīgas, savstarpēji saistītas un papildina viena otru, jo visas apstrīdētās preces var ietvert spuldzes kā gaismas avotu;

3.6.5. apstrīdētās zīmes preces “matu žāvēšanas ierīces; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo apstrīdētās preces ir saistītas ar gaisa plūsmu un temperatūras regulēšanas procesiem. Matu žāvēšanas ierīces ir aprīkotas ar ventilēšanas iekārtu, tajās bieži ir iebūvēti speciāli gaisa plūsmu regulatori, kas nodrošina žāvēšanas procesa viendabīgumu un efektivitāti;

3.6.6. apstrīdētās zīmes preces “miglas ģeneratori; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo miglas ģeneratori veic gaisa filtrēšanu, kondicionēšanu un ventilēšanu, lai nodrošinātu telpu attīrīšanu;

3.6.7. apstrīdētās zīmes preces “hidranti; dekoratīvās strūklakas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo apstrīdētās preces nodrošina arī gaisa filtrēšanas, kondicionēšanas un ventilēšanas funkciju;

3.6.8. apstrīdētās zīmes pakalpojumi 37. klasē “telefonu uzstādīšana un remonts” ir identiski, līdzīgi un savstarpēji saistīti ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744) 37. klases pakalpojumiem “remonts, apkopes pakalpojumi”, jo tie ietver telefonu uzstādīšanas un remonta pakalpojumus;

3.7. izvērtējot salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju, ir nozīme relevantā patērētāja un tā uzmanības pakāpes novērtējumam. Uzmanības pakāpe attiecībā uz plaša patēriņa precēm ir zemāka, savukārt attiecībā uz specializētām precēm un pakalpojumiem – augstāka. Tomēr paaugstināta uzmanības pakāpe ne vienmēr nozīmē to, ka starp salīdzināmajām zīmēm nav konstatējama sajaukšanas iespēja. Pat patērētājiem ar augstu uzmanības pakāpi ir jāpaļaujas uz savu neprecīzo atmiņu attiecībā uz preču zīmēm (*VT sprieduma lietā T-443/12, Equinix v ITSB (EUIPO)*, 54. punkts).

Par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā ir jāuzskata gan vidusmēra patērētāji, gan arī speciālisti, kuri iegādājās dažādu veidu ierīces, kas ietvertas 11. preču klasē, un saņem 37. klases pakalpojumus. Vidējais patērētājs ir samērīgi labi informēts un samērīgi vērīgs un piesardzīgs. Tomēr jāņem vērā arī fakts, ka patērētājam tikai retumis ir iespēja veikt dažādu zīmju tiešu salīdzinājumu, bet tā vietā viņam nākas uzticēties neprecīzajam priekšstatam, kādu tas saglabājis atmiņā;

3.8. ievērojot apstākli, ka apstrīdētā preču zīme atkārtoti pretstatītajās zīmēs ietvertos burtus “REN-”, kas novietoti sākuma daļā, pastāv iespēja, ka lielai daļai attiecīgo Latvijas patērētāju vēlākā zīme varētu asociēties ar agrākajām, jau zināmajām preču zīmēm. Patērētāji, kuri jau būs iepazinuši pretstatītās zīmes **RENAULT**, ieraugot apstrīdēto preču zīmi **Reno**, uzskatīs, ka tā ir saistīta ar agrāko zīmju īpašnieku vai tā ir jauns pretstatīto preču zīmju variants. Līdz ar to pastāv iespēja, ka patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot šīs zīmes vai, uztverot tās kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka preces un pakalpojumus ar salīdzināmajām preču zīmēm piedāvā viens un tas pats uzņēmums;

3.9. pretstatītajām preču zīmēm **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) piemīt laba reputācija Eiropas Savienībā (it īpaši Francijā, Vācijā, Itālijā, Spānijā un Baltijas valstīs) attiecībā uz lielāko daļu preču un pakalpojumu, kuri ietverti pretstatīto zīmju reģistrācijās, proti:

3.9.1. saskaņā ar EST judikatūru, nosakot, vai preču zīmei piemīt reputācija Eiropas Savienībā, var ņemt vērā visus apstākļus, kas ļauj spriest par zīmes atpazīstamību, to skaitā tirgus daļu, kādu aizņem ar preču zīmi marķētās preces, zīmes lietošanas intensitāti, ģeogrāfisko areālu un ilgumu un to ieguldījumu apjomu, kas investēti zīmes atpazīstamības veicināšanā (*EST sprieduma lietā C-375/97, General Motors Corporation v Yplon SA*, 25. un 27. punkts);

3.9.2. franču automobiļu zīmola **RENAULT** vēsture aizsākās 1899. gadā, kad Luijs Reno (*Louis Renault*) ar saviem brāļiem Marselu Reno (*Marcel Renault*) un Fernānu Reno (*Fernand Renault*) nodibināja uzņēmumu. 1905. gadā tika uzsākta automobiļu **RENAULT** masveida ražošana, un vēlāk, Pirmā pasaules kara laikā, tika ražoti arī kravas automobiļi, traktori, ātrās medicīniskās palīdzības automobiļi, lielgabalu lādiņi un pat tanki.

Šis uzņēmums pēc Otrā pasaules kara tika nacionalizēts un kļuva par nacionālu korporāciju, kas turpināja iesākt **RENAULT** autobūvi. Astondesmito gadu sākumā automobiļi **RENAULT** bija kļuvuši atzīti autosportā un uzsāka arī dalību pasaules mēroga autosporta sacīkstēs “Formula 1”. 1996. gadā kompānija tika privatizēta, un, iegādājoties Japānas autobūves uzņēmuma Nissan akciju kontrolpaketi, tika atjaunota gan esošo, gan uzsākta jaunu auto modeļu būve. Arī panākumi autosporta sacīkstēs “Formula 1” (2005. un 2006. gadā tika iegūti čempiona tituli) paaugstināja automobiļu **RENAULT** vērtību.

Šobrīd iebilduma iesniedzējs turpina piedāvāt plašu automobiļu spektru, sākot no komercautomobiļiem, vieglajiem automobiļiem, beidzot ar elektroautomobiļiem. Automobiļiem **RENAULT** ir vairāki apakšmodeļi (piemēram, “Renault Megane”, “Renault Clio”, “Renault Master”, “Renault Scenic”, “Renault Captur”, “Renault Espace”, “Renault Kangoo”, “Renault Trafic”, “Renault Zoe”), tiem ir pievilcīgs dizains un pieejamas cenas, kas padara tos par populāru izvēli gan privātpersonām, gan uzņēmumiem visā Eiropā (*iesniegtas publikācijas uz 112 lapām no Latvijas ziņu medijiem par periodu no 12.04.2018 līdz 27.02.2024, kurās citstarp ietvertas ziņas par iebilduma iesniedzēja vēsturi, uzņēmuma attīstību, sasniegumiem un aplūkoti automašīnu RENAULT apakšmodeļu veidi*);

3.9.3. Latvijas medijos ir pieejami daudzi raksti, kuros aplūkota zīmola **RENAULT** senā un bagātā vēsture, norādītas automašīnu **RENAULT** priekšrocības un panākumi gan Latvijā, gan Eiropā, tostarp izcelts augstais sabiedrības un nozares profesionāļu novērtējums.

No publikācijām izriet, ka **RENAULT** ir ieguvis vadošo lomu Baltijas komerctransporta tirgū, - tā tirgus daļa Baltijas valstīs 2021. gadā bija 5,4%, nodrošinot sesto vietu pēc pārdošanas apjoma, savukārt 2022. gadā tas jau kļuva par Baltijas komerctransporta tirgus līderi, kas atbilst 23,8% tirgus daļai. Zīmola **RENAULT** pārdošanas apjomi visā pasaulē 2022. gadā sasniedza 1,46 milj. automobiļu, no kuriem lielākā daļa tika pārdoti Eiropā. Baltijas valstīs kopumā zīmols ieņēma ceturto vietu vieglo un komerciālo automobiļu tirgū, un Latvijā 2022. gadā zīmols **RENAULT** bija ceturtais vispārdotākais. 2023. gadā zīmols **RENAULT** pakāpās uz otro vietu pasažieru un komerctransporta tirgū, un pēc pārdošanas apjomiem zīmols **RENAULT** ieņēma trešo vietu elektroautomobiļu tirgū Eiropā un otro vietu pilno hibrīdautomobiļu tirgū Eiropā. 2024. gada pirmajos sešos mēnešos “Renault Clio” ierindojās 3. vietā Eiropas pirktauto automobiļu sarakstā, bet “Renault Captur” bija 18. vietā.

Iebilduma iesniedzējs sistemātiski piedalās dažādās automobiļu izstādēs. Piemēram, rakstā par dalību Parīzes automobiļu izstādē 2022. gadā minēts, ka “Renault” 89. reizi piedalās Parīzes auto izstādē. Automašīnas **RENAULT** ir ieguvušas dažādu veidu prestižas godalgas. 2017. gadā

elektroautomašīna “Renault TREZOR” ieguva skaistākā konceptauto balvu Itālijas prestižajā konkursā “Concorso d'Eleganza Villa d'Este”. 2019. gadā “Renault Clio” tika atzīts par drošāko auto supermini klasē, un Lietuvā šī automašīna ieguva balvu “Gada auto 2022”. 2019. gadā vispārdotākais mazās klases apvidu auto Eiropā bija “Renault Captur”, kurš Latvijā 2021. gadā konkursā “Gada auto 2021” saņēma divas balvas, vienu kā “Pilsētas apvidus auto 2021” un otru – “Gada inovācija” par tehnoloģiskajiem risinājumiem. Zīmols **RENAULT** ieguva starptautisku atzinību, saņemot balvu “Gada auto 2024” par elektriskās piedziņas modeli un kļūstot par septīto franču zīmolu, kurš saņēmis šādu balvu (*iesniegtas publikācijas no laikrakstu bibliotēkas “news.lv” par periodu no 06.06.2017 līdz 21.08.2024, tostarp apkopota informācija no rakstiem, kuros izcelti dažādu veidu atzinumi par automašīnām RENAULT*).

Arī dažādos Latvijas žurnālos tiek sistemātiski atspoguļotas ziņas par automobiļiem **RENAULT**, izceļot to dinamiskumu, ērtumu, kvalitāti, praktiskumu, ekonomiskumu un estētisko pievilcību, kā arī lielo patērētāju pieprasījumu. Piemēram, žurnāla “Klubs” (2017. gada jūlijs) rakstā “Auto Bild Lielais Brauciens” par “Renault Espace” tiek izteikts, ka pārsteidz viss auto izpildījums – dinamika, ērtums salonā un interjers. Savukārt žurnālā “Auto Bild Latvija” (2018. gada septembris-oktobris) norādīts, ka “Renault” kļuvusi par otru visvairāk pārdoto marku Eiropā. Žurnālā “Ieva” (04.08.2021), aprakstot “Renault Arkana”, uzsverts, ka tas ir plašs, ietilpīgs un sportisks apvidus auto, kas vienlaikus apvieno eleganci, sportiskumu, uzticamību un drosmīgu dizainu (*iesniegtas publikācijas no Latvijas žurnāliem par periodu no 2017. gada jūlija līdz 2023. gada oktobrim, tostarp apkopota informācija no rakstiem, kuros izcelti dažādu veidu atzinumi par automašīnām RENAULT*);

3.9.4. iebilduma iesniedzēja plašais tirdzniecības tīkls un ilgtermiņa reputācija veicina zīmola **RENAULT** atpazīstamību un uzticamību, kas ir svarīgs faktors, lai saglabātu nozīmīgu tirgus daļu Eiropas Savienības valstīs. Piemēram, automobiļiem **RENAULT** ir 6 oficiālās tirdzniecības vietas (dīleru centri) Latvijā: divas Rīgā (Mūsa Motors Rīga, SIA un Norde, SIA), viena Liepājā (Ardala, SIA), viena Lazdonā (IMA Signāls, SIA), viena Daugavpilī (Techauto Latgale, SIA) un viena Valmierā (Techauto, SIA). Tādējādi Latvijas patērētājiem visos novados ir iespēja iegādāties iebilduma iesniedzēja ražotos transportlīdzekļus (*iesniegtas izdrukas no Interneta mājaslapas www.renault.lv ar informāciju par iebilduma iesniedzēja dīleru centriem Latvijā*);

3.9.5. saskaņā ar iebilduma iesniedzēja sagatavotiem ikgada finanšu pārskatiem tā pārdošanas dati Eiropā saistībā ar transportlīdzekļiem **RENAULT** bija šādi:

- 2018. gadā kopā tika pārdoti vairāk nekā 1,9 milj. automašīnu (Vācijā: 158 181 automašīna, kas atbilst 4,2% tirgus daļai; Francijā: 547 026 automašīnas, kas atbilst 20,8% tirgus daļai; Itālijā: 142 155 automašīnas, kas atbilst 6,8% tirgus daļai; Spānijā: 124 349 automašīnas, kas atbilst 8,1% tirgus daļai; Baltijas valstīs: 6304 automašīnas, kas atbilst 7,3% tirgus daļai);
- 2019. gadā kopā tika pārdoti vairāk nekā 1,9 milj. automašīnu (Vācijā: 160 793 automašīnas, kas atbilst 4,1% tirgus daļai; Francijā: 554 975 automašīnas, kas atbilst 20,6% tirgus daļai; Itālijā: 131 796 automašīnas, kas atbilst 6,3% tirgus daļai; Spānijā: 113 018 automašīnas, kas atbilst 7,7% tirgus daļai; Baltijas valstīs: 6540 automašīnas, kas atbilst 6,3% tirgus daļai);
- 2021. gadā kopā tika pārdoti vairāk nekā 1,4 milj. automašīnu (Vācijā: 134 029 automašīnas, kas atbilst 4,6% tirgus daļai; Francijā: 393 688 automašīnas, kas atbilst 18,8% tirgus daļai; Itālijā: 89 240 automašīnas, kas atbilst 5,4% tirgus daļai; Spānijā: 72 708 automašīnas, kas atbilst 7,2% tirgus daļai);
- 2022. gadā kopā tika pārdoti vairāk nekā 1,3 milj. automašīnu (Vācijā: 100 338 automašīnas, kas atbilst 3,5% tirgus daļai; Francijā: 335 971 automašīna, kas atbilst 17,9% tirgus daļai; Itālijā: 77 442 automašīnas, kas atbilst 4,9% tirgus daļai; Spānijā: 65 507 automašīnas, kas atbilst 7,0% tirgus daļai);
- 2023. gadā kopā tika pārdoti vairāk nekā 1,5 milj. automašīnu (Vācijā: 156 729 automašīnas, kas atbilst 5,0% tirgus daļai; Francijā: 551 373 automašīnas, kas atbilst 25,6% tirgus daļai; Itālijā: 187 249 automašīnas, kas atbilst 10,6% tirgus daļai; Spānijā: 134 398 automašīnas, kas atbilst 12,3% tirgus daļai) (*iesniegti minētie iebilduma iesniedzēja ikgada finanšu pārskati un to fragmentu tulkojumi latviešu valodā*);

3.10. apstrīdētā zīme **Reno** var nodarīt būtisku kaitējumu ar reputāciju apveltītajām preču zīmēm **RENAULT**, proti:

3.10.1. Eiropas Savienības tiesu judikatūrā ir atzīts, ka, jo spēcīgāka ir agrākās zīmes atšķirtspēja, jo vairāk iespējams, ka, sastopoties ar vēlāku identisku vai līdzīgu zīmi, relevantā sabiedrības daļa to asociēs ar šo agrāko zīmi (*VT sprieduma lietā T-60/10, Jackson International Trading Co. Kurt D.*

Brühl GmbH & Co. KG v ITSB (EUIPO), 27. punkts). Tātad, ja starp vēlākās zīmes lietošanu un plaši pazīstamo vai ar reputāciju apveltīto preču zīmi patērētāju uztverē var veidoties asociatīva saikne, tas ir pietiekams pamats uzskatīt, ka plaši pazīstamās vai ar reputāciju apveltītās preču zīmes īpašniekam var tikt nodarīts kaitējums;

3.10.2. no EST judikatūras izriet, ka, jo ātrāk un spēcīgāk apzīmējums atsauc atmiņā preču zīmi, jo nozīmīgāks ir risks, ka apzīmējuma faktiskās vai nākotnē iespējamās izmantošanas rezultātā netaisnīgi tiks gūts labums no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai tām tiks nodarīts kaitējums (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-487/07, L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC un Laboratoire Garnier & Cie v Bellure NV, Malaika Investments Ltd un Starion International Ltd.*, 44. punkts);

3.10.3. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu tiesu palāta 06.05.2014 spriedumā civillietā Nr. C04528010 (PAC-0154/2014) atzīst, ka, ja preču zīmi lieto citādi, nekā to paredzējis zīmes īpašnieks (piemēram, saistībā ar precēm, kas tiek pārdotas sliktākas, mazākas, mazāk respektablās telpās), tad šīs preču zīmes reputācija tiek vājināta patērētāju uztverē, turklāt tiek vājināta zīmes atšķirtspēja;

3.10.4. Eiropas Savienības preču zīmju, kurām piemīt augsta reputācija, aizsardzības pamatprincips ir, ka komersants nedrīkst iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no cita komersanta preču zīmes, kas var notikt visdažādākajā veidā, un sajaukšanas iespēja, vismaz, lai atzītu šādu negodprātību, nav jākonstatē (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-425/98, Marca Mode CV v Adidas AG and Adidas Benelux BV.*, 34. punkts);

3.10.5. saistībā ar apstrīdētās preču zīmes **Reno** lietošanu bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem, būtu jāvērtē sekojošus apstākļus: 1) iespēju negodīgi izmantot pretstatīto preču zīmju atšķirtspēju un reputāciju; 2) iespēju nodarīt kaitējumu pretstatīto preču zīmju atšķirtspējai un reputācijai; 3) vai vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp apstrīdētās zīmes precēm un pakalpojumiem un iebilduma iesniedzēju, un vai šāda lietošana var kaitēt pretstatīto ar reputāciju apveltīto preču zīmju īpašnieka interesēm;

3.10.6. apstrīdētā preču zīme **Reno** varētu radīt maldīgu iespaidu, ka apstrīdētās zīmes preces un pakalpojumi, kas aptver sanitārtehniku un māsaimniecības iekārtas, elektriskās ierīces un tehniku, kā arī telekomunikāciju pakalpojumus, attiecas uz iebilduma iesniedzēja radītajām tehnoloģijām un inovācijām.

Neskatoties uz to, ka apstrīdētās zīmes 11. klases preču sarakstā ietverts ierobežojums, ka visas šīs preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā, tomēr tās var tikt izmantotas transportlīdzekļu komplektēšanā. Piemēram, tādas preces kā “sanitārtehniskās ierīces”, “dezinfekcijas iekārtas”, “elektriskie radiatoru”, “aizdedzināšanas ierīces”, “gaisa dzesēšanas ierīces” un “sildierīces” var būt integrētas transportlīdzekļos, lai uzlabotu to funkcionalitāti, komfortu vai drošību, it īpaši, ja runa ir par komerctransportu, vieglajām automašīnām vai elektriskajiem transportlīdzekļiem.

Arvien vairāk transportlīdzekļos tiek integrētas viedierīces, kas nodrošina telefona savienojumu ar automašīnas sistēmām. Piemēram, tehnoloģiju ierīces “Bluetooth”, “Apple CarPlay” un “Android Auto” ir kļuvušas par standartu mūsdienu transportlīdzekļos. Automobiļos tiek izmantotas arī citas mobilās ierīces, piemēram, “GPS” ierīces un tālvadības sistēmas, kas ir saistītas ar telefonu sakaru nodrošināšanu un transportlīdzeklī iebūvēto elektroniku. Tādēļ apstrīdētās zīmes 37. klases pakalpojumi “telefonu uzstādīšana un remonts” var būt saistīti ar transportlīdzekļiem, īpaši mūsdienu automobiļos, kuros tiek izmantotas dažādas telekomunikāciju un savienojamības tehnoloģijas;

3.10.7. apstrīdētās preču zīmes **Reno** izmantošana var vājināt ar reputāciju apveltīto preču zīmju **RENAULT** atšķirtspēju, proti, apdraudēt to unikalitāti un spēju asociēties tikai ar viena uzņēmuma piedāvātajām precēm. Ņemot vērā vairāk nekā simts gadu laikā izveidoto automobiļu **RENAULT** industriju, kas ir viens no atpazīstamākajiem Francijas automobiļu industrijas simboliem, var pamatoti pieņemt, ka patērētājiem apstrīdētā zīme **Reno** asociēsies ar reputāciju apveltītajām preču zīmēm **RENAULT** un uzņēmumu **RENAULT s.a.s.**

Ņemot vērā to, ka salīdzināmās zīmes ir vizuāli, fonētiski un semantiski līdzīgas, visticamāk, patērētājiem radīsies pārpratumi. Šādā gadījumā tas var iespaidot un kaitēt iebilduma iesniedzēja interesēm, piemēram, negatīvi ietekmējot preču, kas tiek pārdotas ar preču zīmēm **RENAULT**, pārdošanas apjomus vai mazinot iebilduma iesniedzēja sniegto pakalpojumu apjomu, kā arī samazinot zīmolu vērtību. Tuvās līdzības dēļ patērētāji apstrīdēto preču zīmi varētu uztvert kā **RENAULT** s.a.s. preču zīmi vai tās variāciju, un tas vien iezīmē kaitējumu iebilduma iesniedzēja interesēm, jo apstrīdētās preču zīmes īpašniekam nav pienācīga attaisnojuma, lai izmantotu apstrīdēto preču zīmi;

3.10.8. apstrīdētās preču zīmes **Reno** lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem var dot iespēju negodīgi izmantot agrāko preču zīmju reputāciju tādējādi, ka ar vēlāko zīmi piedāvātās preces un pakalpojumi varētu kļūt vairāk pieprasīti. Tas var ietekmēt iebilduma iesniedzēja pozīcijas, kas ir viens no tirgus līderiem autoindustrijas segmentā, kurā iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis ievērojamus līdzekļus, lai tā preces un pakalpojumi atbilstu augstai kvalitātei un uzņēmums tiktu atzīts par uzticamu un prestižu gan Latvijā, gan visā Eiropā.

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 lietā atsaucas uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 9. panta noteikumiem:

2.1. saskaņā ar PZL 7. panta pirmās daļas 2. punktu 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. savukārt PZL 9. pants nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja preču zīme ir identiska vai līdzīga agrākai un reģistrētai preču zīmei šā likuma 7. panta otrās daļas izpratnē, neatkarīgi no tā, vai preces vai pakalpojumi, attiecībā uz kuriem ir veikta apstrīdētās preču zīmes reģistrācija, ir identiski, līdzīgi vai nav līdzīgi tām precēm vai pakalpojumiem, kuriem reģistrēta agrāka preču zīme, ja agrākai preču zīmei pirms apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma vai prioritātes datuma, ja tai pamatoti pieprasīta prioritāte, ir bijusi reputācija Eiropas Savienībā un vēlākās preču zīmes lietotājs bez pamatota iemesla varētu netaisnīgi gūt labumu no minētās agrākas preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai kaitēt agrākas preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

3. Abu minēto iebilduma pamatojumu sakarā iebilduma iesniedzējs pretstata Eiropas Savienības preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577), kuras reģistrācijai pieteiktas attiecīgi 14.02.2011, 15.03.2013 un 25.03.2019. Apstrīdētās zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) starptautiskās reģistrācijas vēlākā attiecinājuma datums uz Latviju 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem ir 26.01.2024. Tātad minētās pretstatītās zīmes salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir uzskatāmas par agrākām preču zīmēm.

4. Viens no būtiskiem atziniem preču zīmju aizsardzības jomā ir tas, ka zīmes ar augstu atšķirtspēju, kura tām piemīt vai nu pašām par sevi, vai sakarā ar to reputāciju tirgū, bauda plašāku aizsardzību nekā zīmes ar zemāku atšķirtspēju (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc.*, 18. punkts).

5. Līdz ar to ir svarīgi novērtēt, vai šajā lietā var atzīt pretstatīto Eiropas Savienības preču zīmju reputāciju būtiskā Eiropas Savienības daļā, ņemot vērā, ka iebilduma iesniedzējam ir jāpierāda konkrēto, Eiropas Savienībā reģistrēto preču zīmju **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) un **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) reputācija saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kuriem tās reģistrētas.

6. Novērtējot preču zīmes reputāciju, ir jāņem vērā visi nozīmīgie lietas faktiskie apstākļi, proti, preču zīmes tirgus daļa, tās izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā izplatība un izmantošanas ilgums, kā

arī tās īpašnieka preču zīmes reklāmā ieguldīto līdzekļu apmērs (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-301/07, PAGO International GmbH v Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH.*, 25. punkts).

7. Iebilduma iesniedzējs uzskata, ka pretstatītājām preču zīmēm piemīt laba reputācija Eiropas Savienībā attiecībā uz lielāko daļu preču un pakalpojumu, kuri ietverti pretstatīto zīmju reģistrācijās, atsaucoties uz preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744) 37. klases pakalpojumiem, preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) 12. klases precēm un preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm.

Apelācijas padomes ieskatā lietā nav iesniegti skaidri un pietiekami pierādījumi, kas ļautu atzīt reputāciju attiecībā uz kādām atsevišķām transportlīdzekļu detaļām vai pakalpojumiem saistībā ar transportlīdzekļiem. Tas pats attiecināms uz plaši formulētajām pretstatīto zīmju 11. klases precēm, piemēram, “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”.

Turpretim lietā iesniegtais pierādījumu kopums par sauszemes transportlīdzekļiem ļauj atzīt preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) labu reputāciju vairākās Eiropas Savienības valstīs, it īpaši Baltijas valstīs un Francijā saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 12. klases precēm “transportlīdzekļi; aparāti, kas paredzēti transportēšanai pa sauszemi, it īpaši automobiļi”, un nav šaubu, ka reputācija minētajai zīmei piemita arī laikā, kad uz Latviju tika attiecināta apstrīdētās zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) starptautiskā reģistrācija 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem (26.01.2024).

Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka franču zīmola **RENAULT** senā vēsture, ilgā un, var teikt, nepārtrauktā darbība autobūvē noteikti iezīmē tā īpašo vietu autoindustrijā. Francijā izsenis un joprojām ir augsti attīstīta mašīnbūve un zināmi vairāki autobūves uzņēmumi, no kuriem viens ir brāļu Luija Reno (*Louis Renault*), Marsela Reno (*Marcel Renault*) un Fernāna Reno (*Fernand Renault*) 1899. gadā nodibinātais uzņēmums “RENAULT”. Lietā ir iesniegts apjomīgs publikāciju skaits piecu gadu laika nogrieznī pirms apstrīdētās zīmes reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju datuma (26.01.2024), kurās izklāstīti iebilduma iesniedzēja pirmsākumi, uzņēmuma tālākā attīstība un sasniegumi šodien. No minētajiem rakstiem iebilduma iesniedzēja puse ir apkopojusi un izcēlusi daudzus faktus, kas apliecina tā iegūto nozīmīgo lomu saistībā ar sauszemes transportlīdzekļiem **RENAULT** gan atsevišķās Baltijas valstīs (piem., Latvijā un Lietuvā), gan Baltijas valstīs kopumā, gan citās Eiropas Savienības valstīs (piem., Francijā un Itālijā), gan pasaulē kopumā. Augsti rezultāti sasniegti komerctransporta tirgū Baltijas valstīs, kurās **RENAULT** 2021. gadā ieguva 5,4% tirgus daļu un sesto vietu pēc pārdošanas apjoma, savukārt 2022. gadā iebilduma iesniedzēja zīmols **RENAULT** jau kļuva par Baltijas komerctransporta tirgus līderi, iegūstot 23,8% tirgus daļu. Arī Latvijā 2022. gadā zīmols **RENAULT** bija ceturtais vispārdotākais. Nozīmīgi rādītāji tika sasniegti arī 2023. gadā, kad pēc pārdošanas apjomiem zīmols **RENAULT** ieņēma trešo vietu elektroautomobiļu tirgū Eiropā un otro vietu pilno hibrīdautomobiļu tirgū Eiropā. Atsevišķu automašīnu modeļu **RENAULT** iegūto augsto atzinību apliecina arī fakti, ka automašīnu modelis “Renault Clio” Lietuvā ieguva balvu “Gada auto 2022” vai šis modelis 2024. gada pirmajos sešos mēnešos ierindojās 3. vietā Eiropas pirtāko automobiļu sarakstā. Minētos faktus papildina detalizēti apkopota finanšu informācija no iebilduma iesniedzēja gada pārskatiem, kas aptver nozīmīgu laikposmu (no 2018. gada līdz 2023. gadam, vien iztrūkstot datiem no 2020. gada), attiecas uz plašu ģeogrāfisko areālu (Francija, Vācija, Itālija, Spānija, Baltijas valstis (2018. un 2019. gads) un vēl citas ES dalībvalstis), satur konkrētus kopējos un atsevišķu valstu **RENAULT** realizācijas apjomus un tirgus daļu (vidēji ik gadu notirgojot gandrīz 1,5 milj. transportlīdzekļu, visvairāk Francijā un Vācijā, sasniedzot vidēji 20% tirgus daļu Francijā, Vācijā tirgus daļa gan mazāka, proti, 4%, savukārt Itālijā – ap 5%, bet Spānijā – ap 8%).

Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka iesniegtie materiāli pierāda sauszemes transportlīdzekļu **RENAULT** ne vien senu, bet arī vairākās ES dalībvalstīs nozīmīgu lomu vismaz kādā autoindustrijas segmentā, kas liecina par zīmola **RENAULT** iegūtu augstu reputāciju, tostarp popularitāti un atpazīstamību patērētāju vidū.

8. Lai varētu piemērot PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 9. panta noteikumus, ir jākonstatē, ka salīdzināmās zīmes ir identiskas vai līdzīgas.

Salīdzinot apstrīdēto zīmi **Reno** ar tai pretstatītajām zīmēm **RENAULT**, ir secināms, ka vizuāli un fonētiski tām ir kopīga jeb identiska sākumdaļa “Ren-”/“REN-”. Preču zīmju salīdzināšanas praksē ir nostiprinājies princips, ka patērētāji parasti pievērš lielāku uzmanību tieši preču zīmju sākumdaļai un tā labāk paliek patērētāju atmiņā. Nav arī šaubu, ka salīdzināmajiem vārdiskajiem apzīmējumiem ir

atšķirīga beigu daļa, proti, apstrīdētā zīme beidzas ar burtu “-o”, bet agrākās – ar burtiem “-AULT”, tātad apstrīdētā zīme ir īsāka nekā pretstatītās zīmes.

Tomēr, kā to norāda arī iebilduma iesniedzējs, minēto burtu atšķirībām mazāka nozīme būs tad, ja ir runa par salīdzināmo apzīmējumu izrunu. Arī Apelācijas padomes ieskatā vairumam Latvijas patērētāju salīdzināmie vārdiskie apzīmējumi “Reno” un “RENAULT” fonētiski šķitīs ļoti tuvi vai pat identiski, jo daļai patērētāju varētu būt zināma agrāko zīmju **RENAULT** izruna Francijā, proti, [reno] (*skat. citvalodu personvārdu atveides vārdnīcā norādīto par franču personvārda Renault izrunu vietnē <https://www.letonika.lv/groups/default.aspx?cid=987535&r=187&lid=987535&q=reno&h=528>*).

Tātad apstrīdētā zīme **Reno** un agrākās zīmes **RENAULT** var tikt izrunātas vienādi. Taču pat tiem patērētājiem, kuri nezinās minētā franču uzvārda izrunas īpatnības, varētu būt visai apgrūtināši skaidri izrunāt agrāko zīmju beigu daļu “-AULT”. Ņemot vērā, ka latviešu valodas vārdos nav ierasts šāds burtu/skaņu virknējums [-ault], visticamāk, šī divskaņa un divu līdzskaņu kopa izrunā izklausīsies zināmā mērā neskaidri, jo, pat izrunājot katru burtu atsevišķi, skaņas it kā saplūst kopā vai pat pazūd, kas padara zīmju beigu daļu izrunā īsāku. Tātad fonētiskās atšķirības starp salīdzināmo zīmju beigu daļām ir visai niecīgas.

Līdzīgi apsvērumi ir norādāmi par salīdzināmo zīmju asociatīvo uztveri. Kaut nevar izslēgt, ka kādai daļai patērētāju salīdzināmie apzīmējumi var tikt uztverti semantiski arī atšķirīgi, - apstrīdēto zīmi **Reno**, iespējams, var uztvert arī kā vīriešu personvārdu Reno (saskaņā ar Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes datiem Personvārdu datubāzē ir reģistrētas 43 personas ar vārdu Reno; *skat. vietnē <https://personvardi.pmlp.gov.lv/index.php?name=Reno>*), savukārt pretstatītās zīmes **RENAULT** – ar franču automašīnas marku vai tās dibinātāju uzvārdiem (*Louis, Marcel un Fernand Renault*). Tomēr, ņemot vērā iepriekš konstatēto par apzīmējuma **RENAULT** seno klātbūtni autonomārē un iegūto augsto reputāciju mašīnbūvē, ar lielu ticamību var pieņemt, ka būtiskai daļai attiecīgo patērētāju apstrīdētā zīme **Reno** asociēsies ar agrākajām zīmēm **RENAULT**. To kaut vai apliecina arī tas, ka latviešu valodā salīdzināmie apzīmējumi ir atzīti pat par analogiem (“Mūsdienu latviešu literārās valodas vārdnīcā” (MLVV) vārds “reno” tiek skaidrots kā Francijas autorūpnīcā “Renault” ražots vieglais vai smagais automobīlis; *skat. Interneta vietnē <https://mlvv.tezaurs.lv/reno:1>*).

Līdz ar to starp salīdzināmajām zīmēm ir atzīstama visai augsta līdzība, it īpaši fonētiskā salīdzinājumā.

9. Novērtējot salīdzināmo preču zīmju preču un pakalpojumu sarakstus PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta kontekstā, Apelācijas padome uzskata, ka daļa salīdzināmo zīmju 11. klases preču pēc sava rakstura un nolūka ir atzīstamas par identiskām un līdzīgām, tomēr daļa – visai krasi atšķiras, kas attiecināms arī uz apstrīdētās zīmes 37. klases pakalpojumiem, proti:

9.1. var piekrist par apstrīdētās zīmes 11. klases preču “sanitārtehniskās ierīces, iekārtas un aparāti; dezinfekcijas iekārtas; saldēšanas skapji; gaisa dzesēšanas ierīces; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” identiskumu un līdzību pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”, jo tās visas paredzētas attiecīgi dažādu veidu sanitāro apstākļu (piem., saistībā ar ūdeni, siltumu, gaisu, kanalizāciju) nodrošināšanai, higiēnai, gaisa temperatūras pazemināšanai un produktu uzglabāšanai aukstumā;

9.2. arī apstrīdētās zīmes 11. klases preces “elektriskie radiatoru; aizdedzināšanas ierīces; maizes krāsnis; lavas akmeņi, kas paredzēti griliem; sildierīces; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “apkures iekārtas un aparāti”. Tās visas ir saistītas ar iekārtām un ierīcēm, kuras paredzētas sildīšanai vai palīdz nodrošināt atbilstošu temperatūru, piemēram, iekārtām, kas paredzētas ēdienu pagatavošanai karstumā, vai arī veic siltuma padeves uzsākšanu;

9.3. apstrīdētās zīmes 11. klases preces “atomreaktori, kas netiek izmantoti transportlīdzekļu jomā” var zināmā mērā atzīt par līdzīgām pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas, saldēšanas vai apkures iekārtas un aparāti”, jo atomreaktoru pamatdarbības nodrošināšanai var tikt izmantotas agrākās zīmes preces, lai kontrolētu enerģijas pārnēsi un temperatūras regulēšanu;

9.4. apstrīdētās zīmes 11. klases preces “lampas matu žāvēšanai un ievieidošanai; eļļas lampas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “spuldzes”, jo lampas var ietvert spuldzes kā gaismas avotu, savukārt eļļas lampas un spuldzes var atzīt par savstarpēji konkurējošām precēm;

9.5. apstrīdētās zīmes 11. klases preces “matu žāvēšanas ierīces, kas netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo tās visas ir saistītas ar gaisa plūsmu un temperatūras regulēšanu, kas ir būtiski arī matu žāvēšanas ierīču darbībai;

9.6. apstrīdētās zīmes 11. klases preces “miglas ģeneratori, kas netiek izmantoti transportlīdzekļu jomā” ir identiskas un līdzīgas pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo arī miglas ģeneratori var tikt izmantoti gaisa filtrēšanai, attīrīšanai un kondicionēšanai;

9.7. turpretim nepārliecina iebilduma iesniedzēja argumentācija, ka apstrīdētās zīmes 11. klases preces “hidranti; dekoratīvās strūklakas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” ir līdzīgas un savstarpēji saistītas ar pretstatītās preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 018040577) 11. klases precēm “gaisa filtrēšanas un gaisa kondicionēšanas, ventilēšanas iekārtas un aparāti”, jo apstrīdētās preces nodrošina arī gaisa filtrēšanas, kondicionēšanas un ventilēšanas funkciju.

Ar hidrantu saprot ūdens ņemšanas ierīci, kas pievienojama ūdensvada caurulei (*skat. Interneta vietnē <https://tezaurs.lv/hidrants:1>*), tātad minētās iekārtas galvenā funkcija ir paša ūdens nodrošināšana, kas nebūt nav saistīta ar gaisa filtrēšanu vai kondicionēšanu. Savukārt dekoratīvās strūklakas ir visai specifiska rakstura preces, kuru primārais nolūks ir dekoratīvs, proti, tās paredzētas radīt vizuālo efektu, izmantojot ūdens strūklu vai strūklas, noteiktā formā līstošu, tekošu u.tml. ūdeni (*skat. Interneta vietnē <https://tezaurs.lv/struklaka:1>*). Strūklaku izveide lielā mērā ir saistīta ar meistara radošu jeb māksliniecisku pieeju, pretstatus gaisa filtrēšanas, kondicionēšanas vai ventilēšanas iekārtām, kuru izgatavošana ir vairāk pakļauta dažādiem tehniskiem standartiem. Apelācijas padomes ieskatā nedz hidranti, nedz dekoratīvās strūklakas nav arī uzskatāmas par gaisa filtrēšanas, kondicionēšanas vai ventilēšanas iekārtu papildinošām vai konkurējošām precēm. Līdz ar to Apelācijas padome neatzīst šo apstrīdētās zīmes preču līdzību ar minētajām agrākās zīmes precēm;

9.8. nevar piekrist tam, ka apstrīdētās zīmes 37. klases pakalpojumi “telefonu uzstādīšana un remonts” ir identiski vai līdzīgi pretstatītās zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744) 37. klases pakalpojumiem “remonts; apkopes pakalpojumi”, jo tie ietver arī telefonu uzstādīšanu un remonta pakalpojumus.

Apelācijas padome vērš uzmanību, ka minētās agrākās preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744) 37. klases pakalpojumu sarakstā, kas ir angļu un latviešu valodā, ir ietverts neprecīzs pakalpojumu tulkojums. Aplūkojot šos pakalpojumus franču valodā, kas zīmes pieteikumā ir norādīta kā pirmā valoda, tie ir nosaukti kā “peinture, polissage, entretien, réparation, graissage, lavage, nettoyage de véhicules”, kas latviešu valodā nozīmē “transportlīdzekļu krāsošana, pulēšana, apkope, remonts, eļļošana, mazgāšana, tīrīšana”. Tātad agrākā zīme ir reģistrēta nevis vispārīgi remontam un apkopes pakalpojumiem, bet šie pakalpojumi ir specificēti jeb attiecas vienīgi uz transportlīdzekļiem.

Apelācijas padomes ieskatā transportlīdzekļu apkope un remonts, kam ir reģistrēta pretstatītā preču zīme **RENAULT** (Nr. EUTM 009732744), neietver telefonu uzstādīšanu un remontu, kam ir reģistrēta apstrīdētā zīme. Agrākās zīmes pakalpojumi primāri attiecas uz transportlīdzekļa detaļu remontu un apkopi. Tas vien, ka, piemēram, automašīnā, lai veiktu un saņemtu zvanus, ražotājs jau ir iebūvējis brīvroku sistēmu, savukārt vecākos automobiļos ir izmantojamas citas, piemēram, piestiprināmas bezvadu ierīces, nepadara autoremontu par līdzīgu telefonu remontam. Sakaru iekārtu, proti, telefonu, apkopi un remontu galvenokārt nodrošina telesakaru uzņēmumi, kā arī telefonu tirdzniecības uzņēmumi, un nav šaubu, ka, ja personai ir nepieciešams, piemēram, mobilā telefona remonts, viņa pēc šāda pakalpojuma nevērsīsies autoservisā. Līdz ar to minētās sfēras ir patstāvīgas, turklāt savstarpēji visai krasi atšķirīgas komercnozares.

10. Par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā jāuzskata gan vidējais patērētājs, gan arī speciālists. Dažādu veidu vides kontroles iekārtas un aparāti apgaismošanas, ēdiena gatavošanas, dzesēšanas un higiēnas nolūkiem, telefonu remonts un apkope, kā arī sauszemes transportlīdzekļi, to daļas, arī remonts un apkope ir preces un pakalpojumi, kuri var būt adresēti gan vidusmēra patērētājam, gan attiecīgo jomu speciālistam.

Jāpiekrīt viedoklim, ka Latvijas vidusmēra patērētājs ir samērā labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Tas pats attiecas arī uz speciālistu, tikai ar piebildi, ka viņa zināšanas konkrētajā jomā ir padziļinātas.

11. Lai gan apstrīdētā zīme **Reno** vizuāli ir īsāka kā pretstatītās zīmes **RENAULT**, tomēr zīmju fonētiskajā skanējumā zīmju atšķirības iezīmējās tik niecīgi vai pat nemaz, ka nevar izslēgt iespēju, ka salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas, vienam un tam pašam uzņēmumam piederošas preču zīmes tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme ir reģistrēta precēm, kas tika atzītas par identiskām un līdzīgām pretstatīto zīmju precēm.

Savukārt šo salīdzināmo zīmju sajaukšanas vai savstarpējās saistības iespēju nevar attiecināt uz apstrīdētās zīmes **Reno** reģistrācijā ietvertajām 11. klases precēm “hidranti; dekoratīvās strūklakas” un 37. klases pakalpojumiem “telefonu uzstādīšana un remonts”, jo tie netika atzīti par līdzīgiem agrāko zīmju **RENAULT** precēm un pakalpojumiem.

Tādējādi iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir atzīstama par pamatotu daļēji.

12. Iepriekš šajā lēmumā tika atzīta preču zīmes **RENAULT** (Nr. EUTM 011658374) laba reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 12. klases precēm “transportlīdzekļi; aparāti, kas paredzēti transportēšanai pa sauszemi, it īpaši automobiļi”. Tāpat iepriekš tika atzīta apstrīdētās zīmes **Reno** līdzība pretstatītajai zīmei **RENAULT**.

Līdz ar to vēl jānoskaidro, vai apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem dotu iespēju negodīgi izmantot agrākās preču zīmju atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu.

Apelācijas padome šajā lietā nesaskata, ka pretstatītās zīmes augstā reputācija sauszemes transportlīdzekļu jomā piešķirtu negodīgas priekšrocības apstrīdētās zīmes īpašniekam vai nodarītu kaitējumu agrākās preču zīmes reputācijai tad, ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota uz precēm un pakalpojumiem, kuriem tā reģistrēta.

Apelācijas padomes ieskatā visu apstrīdētās zīmes 11. klases preču un 37. klases pakalpojumu raksturs ir pārāk tāls no jomas, kurā darbojas iebilduma iesniedzējs un kurā tā agrākā zīme ieguvusi reputāciju, proti, no sauszemes transportlīdzekļu jomas. Iebilduma iesniedzēja argumentācija, ka piemēram, tādas preces kā “sanitārtehniskās ierīces”, “dezinfekcijas iekārtas”, “elektriskie radiatori”, “aizdedzināšanas ierīces”, “gaisa dzesēšanas ierīces” un “sildierīces” var būt integrētas transportlīdzekļos, lai uzlabotu to funkcionalitāti, komfortu vai drošību, it īpaši, ja runa ir par komerctransportu, vieglajām automašīnām vai elektriskajiem transportlīdzekļiem, ir visai vispārīga un nav lietā pārliecinoši pierādīta.

Pirmkārt, nav mazsvarīgi, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ir veicis 11. klases preču saraksta ierobežojumu, ka visas nosauktās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā.

Otrkārt, jau iepriekš Apelācijas padome secināja, ka lietā nav iesniegti pierādījumi, kas ļautu atzīt preču zīmes **RENAULT** reputāciju attiecībā uz kādām atsevišķām transportlīdzekļu detaļām. Lietā nav arī iesniegti pierādījumi par to, ka iebilduma iesniedzējs specializētos, piemēram, transportlīdzekļu aprīkošanā ar kādām tā piedāvātām sanitārtehniskām vai māsaimniecības precēm. Līdzīgi apsvērumi ir attiecināmi uz apstrīdētās zīmes 37. klases pakalpojumiem, proti, telefonu uzstādīšanu un remontu. Tas vien, ka iebilduma iesniedzēja transportlīdzekļos ir iebūvētas sistēmas, kas nodrošina viedtālruna savienojumu ar automobili, lai veiktu un saņemtu zvanus, nenodrošina to, ka tādēļ patērētājiem varētu izveidoties stabils priekšstats par transportlīdzekļu un telefonu remonta pakalpojumu savstarpēji ciešu saistību. Lietā nav iesniegti arī kādi citi pārliecinoši pierādījumi, piemēram, ka komersantiem autobūves jomā būtu raksturīgi sniegt pakalpojumus saistībā ar apstrīdētās zīmes precēm un pakalpojumiem.

Treškārt, Apelācijas padome uzskata, ka ir piešķirama nozīme arī tam apstāklim, ka apstrīdētā zīme **Reno** nav identiska agrākajai un ar reputāciju apveltītajai zīmei **RENAULT**, un iepriekš arī tika secināts, ka apstrīdētā zīme tik pat labi var arī asociēties arī vīriešu personvārdu, kas it īpaši ir ticami tad, ja runa ir par precēm un pakalpojumiem, kas ir visai tāli no transportlīdzekļu jomas.

Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka iebilduma iesniedzēja argumentācija par kaitējumu PZL 9. panta daļas aspektā saistībā ar apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 11. klases precēm un 37. klases pakalpojumiem nesniedz pārliecību par nopietnu risku attiecībā uz kaitējumu pretstatītās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

Tādējādi, ņemot vērā lietā iesniegtos materiālus un apstākļus, Apelācijas padome neatzīst par pamatotu iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz PZL 9. panta 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. daļēji apmierināt Francijas uzņēmēj sabiedrības RENAULT s.a.s. iebildumu pret preču zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) spēkā stāšanos Latvijā, atzīstot to par spēkā neesošu ar tās starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju dienu attiecībā uz šādām 11. klases precēm: “sanitārtehniskās ierīces, iekārtas un aparāti; dezinfekcijas iekārtas; elektriskie radiatoru; aizdedzināšanas ierīces; atomreaktori; lampas matu žāvēšanai un ievieidošanai; eļļas lampas; maizes krāsnis; lavas akmeņi, kas paredzēti grīdām; saldēšanas skapji; gaisa dzesēšanas ierīces; matu žāvēšanas ierīces; sildierīces; miglas ģeneratori; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā”;

2. atcelt Patentu valdes 17.06.2024 pieņemto pagaidu atteikuma lēmumu, ciktāl runa ir par preču zīmes **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) reģistrāciju šādām 11. klases precēm: “hidranti; dekoratīvās strūklakas; visas iepriekš minētās preces netiek izmantotas transportlīdzekļu jomā” un šādiem 37. klases pakalpojumiem: “telefonu uzstādīšana un remonts”;

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 **Reno** (reģ. Nr. WO 1 518 158) starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju atzīšanu par spēkā neesošu 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 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