



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/2023/M 77 969-Ie

(OP-2022-43)

LĒMUMS

Rīgā

2024. gada 22. janvārī

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

2023. gada 20. decembrī Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 43. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2022. gada 16. novembrī Latvijas uzņēmēj sabiedrības VENDEN, SIA (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā K. Viļķina pret preču zīmes **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.)



(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība WENDEN BREWERY, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-22-463; pieteik. dat. 07.06.2022; reģ. Nr. M 77 969; reģ. (publ.) dat. 20.08.2022; 32. un 33. klases preces)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma pamatojumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) līdzību agrākām iebilduma iesniedzēja preču zīmēm **VENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 72 616)



un **VENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 77 854)



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

- apstrīdētajā preču zīmē **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) ir sajaucami atveidota, imitēta iebilduma iesniedzēja Latvijā plaši pazīstamas neregistrētas vārdiska zīme **WENDEN** un figurāla preču zīme **WENDEN** (fig.) (zīmes grafiskais izpildījums atbilst reģistrācijai Nr. M 77 854), tādēļ patērētāji apstrīdētās preču zīmes lietošanu var uztvert kā norādi uz saistību starp ar apstrīdēto zīmi marķētajām precēm un plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamo zīmju īpašnieka interesēm (PZL 8. panta pirmā un otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 29.11.2022 tika nosūtīta apstrīdētās zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību.

Apmierinot apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvja – profesionāla patentpilnvarnieka ar specializāciju preču zīmju jomā I. Šatova 08.02.2023 un 07.04.2023 lūgumus pagarināt paskaidrojumu sniegšanas termiņu sakarā ar to, ka starp pusēm norit izlīguma sarunas, ar lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja lēmumu atbildes iesniegšanas termiņš vairākkārt pagarināts.

07.07.2023 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja puses papildinājumi pie iebilduma, un 19.07.2023 tie nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei, vienlaikus pusēm paziņojot, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 29.09.2023.

15.08.2023 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja papildinājumi pie iebilduma, un 18.08.2023 tie nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei.

19.09.2023 Apelācijas padomē saņemts apstrīdētās zīmes īpašnieka puses lūgums apturēt lietvedību sakarā ar to, ka pret vienu no pretstatītajām zīmēm, proti, preču zīmi **WENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 72 616), tiesā iesniegta prasība par preču zīmes reģistrācijas atcelšanu.

25.09.2023 Apelācijas padomē saņemts iebilduma iesniedzēja puses paziņojums, ka iebildums netiek uzturēts spēkā tiktāl, ciktāl tas pamatots ar pretstatīto zīmi **WENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 72 616).

29.09.2023 Apelācijas padomē saņemti apstrīdētās zīmes īpašnieka puses paskaidrojumi uz iebildumu. Ņemot vērā, ka iebilduma iesniedzēja viedoklim par iesniegtajiem paskaidrojumiem var būt nozīme lietā, 02.10.2023 tie nosūtīti iebilduma iesniedzēja pusei, vienlaikus pusēm paziņojot, ka Apelācijas padome 29.09.2023 nevarēja pabeigt lietas izskatīšanu pēc būtības, un nosakot, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 03.11.2023.

31.10.2023 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja puses papildinājumi pie iebilduma, no kuriem daļu iebilduma iesniedzējs noteicis kā konfencionālu. 03.11.2023 daļa no papildinājumiem (kurus nav lūgts uzskatīt par konfencionāliem) nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei, uzaicinot ar pārējiem materiāliem iepazīties Apelācijas padomes telpās. Vienlaikus uzskatot, ka šīs lietas izskatīšana mutvārdu procesā ļaus ātrāk un objektīvāk noskaidrot lietas patiesos apstākļus, Apelācijas padome noteica lietas izskatīšanu mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- no iebilduma iesniedzēja puses – patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā K. Viļķina;
- no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses – patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā I. Šatovs.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) ir reģistrēta kā figurāla zīme. No zīmes centra uz leju novietoti stilizētā rakstībā izpildīti vārdi “WENDEN brewery”, kas izkārtoti divās rindās viens zem otra, turklāt apzīmējums “WENDEN” izpildīts lielāka izmēra burtiem nekā apzīmējums “brewery”. No zīmes centra uz augšu tādā kā pusaplī attēlota pils, virs kurās puslokā izkārtots uzraksts “RADĪTS CĒSIS”. Zīme izpildīta brūnā krāsā. Zīme reģistrēta alum

32. klasē un alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu) 33. klasē.

2. Iebildumā pretstatītas šādas preču zīmes:

2.1. preču zīme **VENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 77 854; pieteik. Nr. M-21-1238; pieteik. dat. 30.05.2022; reģ. (publ.) dat. 20.06.2022), kas reģistrēta kā figurāla zīme – tā sastāv no stilizētā rakstībā izpildīta apzīmējuma “VENDEN”, virs kura novietots neliels grafisks elements, kas atgādina strūklakas šļakstus vai stilizētu ziedu. Zīme izpildīta tumši zilā krāsā. Zīme reģistrēta 32. klases precēm “minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas bezalkoholiskas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai”;

2.2. neregistrēta vārdiska preču zīme **VENDEN** un neregistrēta figurāla preču zīme **VENDEN** (fig.) (zīmes grafiskais izpildījums atbilst reģistrācijai Nr. M 77 854).

3. Iebilduma iesniedzēja puse iebildumu pamato šādi:

3.1. apstrīdētā preču zīme **RADĪTS CĒSĪS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) reģistrācijai pieteikta 07.06.2022, kamēr pretstatītā zīme **VENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 77 854) reģistrācijai pieteikta 30.05.2022. Tādējādi pretstatītā zīme ir agrāka zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (turpmāk arī – EUIPO vai ITSB) prakses apkopojumā “Pamatnostādnes Eiropas Savienības preču zīmju izskatīšanai” (*pieejamas vietnē <https://euipo.europa.eu>*) norādīts, ka tas, vai sajaukšanas iespēja pastāv, ir atkarīgs no vairāku neatkarīgu faktoru vispārēja novērtējuma: preču un pakalpojumu līdzība, apzīmējumu līdzība, salīdzināmo zīmju atšķirtspējīgie un dominējošie elementi, agrākās preču zīmes atšķirtspēja un relevantā sabiedrība;

3.3. Eiropas Savienības tiesu praksē ir atzīts, ka vārdiskajiem elementiem preču zīmē parasti piemīt lielāka atšķirtspēja nekā grafiskajiem elementiem, jo vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto preci vai pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot preču zīmes grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (turpmāk – VT) sprieduma lietā T-312/03, Wassen International Ltd. v EUIPO [2005], 37. punkts*). Nav nozīmes tam, ka apstrīdētās zīmes vārdiskie un grafiskie elementi ir atveidoti brūnā krāsā, bet pretstatītajā zīmē – tumši zili. Abas šīs krāsas ir tumšas, nav spilgtas un pašas par sevi nepiešķir zīmēm papildu atšķirtspēju. Abās zīmēs gan vārdiskie, gan grafiskie elementi ir atveidoti uz balta fona, tāpēc ir labi saskatāmi un skaidri izlasāmi. Tādēļ jautājumā par šajā iebilduma lietā iesaistīto zīmju līdzību galvenā uzmanība ir jākoncentrē tieši uz šo zīmju vārdisko apzīmējumu salīdzinājumu;

3.4. salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums, pie kam šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaidu, tai pat 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 (turpmāk - EST) sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997], 23. punkts un EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV [1999], 25. punkts*);

3.5. salīdzināmo preču zīmju dominējošā, centrālā un etiķetēs izceltā daļa ir vārdi “VENDEN” un “WENDEN”. Vārdiskie elementi “RADĪTS CĒSĪS” vienīgi norāda uz alus un alkoholisko dzērienu ražošanas vietu, savukārt vārds “brewery” būs skaidri saprotams Latvijas relevantajam patērētājam kā “alus darītava”. Patērētājs, atsaucoties uz attiecīgo produktu, nemēģinās atkārtot visus etiķetē ietvertos elementus, bet tikai dominējošos, kas šajā gadījumā ir “WENDEN” un “VENDEN”;

3.6. salīdzināmo preču zīmju dominējošie, etiķetēs izceltie elementi “WENDEN” un “VENDEN” tiks izrunāti identiski, jo gan burta “W”, gan burta “V” izruna ir identiska. Arī vizuāli salīdzināmās preču zīmes ir līdzīgas, ņemot vērā to, ka preču zīmēs sakrīt centrālie, dominējošie elementi “WENDEN” un “VENDEN”;

3.7. apzīmējumi “Wenden” un “Venden” daļai Latvijas patērētāju varētu būt zināmi kā Cēsu pilsētas bijušais nosaukums. Taču, pat ja patērētājs šo faktu zinās, abi apzīmējumi no semantiskās uztveres viedokļa izsauks vienas un tās pašas asociācijas;

3.8. Eiropas Savienības Tiesa ir nostiprinājusi principu, ka, novērtējot preču līdzību, būtu jāņem vērā visi ar šīm precēm saistītie būtiskie faktori, pie kuriem citu starpā ir jāpieskaita preču būtība, to adresāts (to galalietotājs), lietošanas veids un tas, vai preces savstarpēji konkurē vai ir savstarpēji papildināmas (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc. [1998], 23. punkts*);

3.9. preču un pakalpojumu klasifikācija saskaņā ar Nicas nolīgumu (turpmāk – Nicas klasifikācija) ir paredzēta vienīgi administratīviem mērķiem. Tādējādi preces un pakalpojumi nevar tikt uzskatīti par līdzīgiem, pamatojoties uz to, ka tie Nicas klasifikācijā ietilpst vienā klasē, un nevar tikt uzskatīti par atšķirīgiem, pamatojoties uz to, ka tie šajā klasifikācijā ietilpst dažādās klasēs;

3.10. saskaņā ar Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas Nicas klasifikācijas 32. un 33. klases skaidrojumiem (11. redakcija, 2020. gada versija) vienīgais alkoholiskais dzēriens 32. klasē ir alus. Alus šajā klasē ir kopš Nicas klasifikācijas pirmā izdevuma. Turpmākos priekšlikumus, kuru mērķis ir alu pārcelt no 32. klases uz 33. klasi, Nicas klasifikācijas ekspertu komiteja vienmēr ir noraidījusi. Klasifikācijas izveidošanas laikā alus tika iekļauts 32. klasē, jo to bieži komercializēja tie paši uzņēmumi, kas ražoja un pārdeva atspirdzinošos dzērienus. Tas tika uzskatīts arī par alternatīvu bezalkoholiskajiem dzērieniem. Parasti alum ir zemāks alkohola saturs nekā lielākajai daļai 33. klasē ietilpstošo dzērienu, taču jāatceras, ka alus klasifikācija 32. klasē netika noteikta, pamatojoties uz tā zemo alkohola saturu, bet gan ņemot vērā tirdzniecības kanālus;

3.11. saskaņā ar EUIPO pamatnostādņēm “preces un pakalpojumi konkurē savā starpā, ja viens var aizstāt otru. Tas nozīmē, ka tie kalpo vienam vai līdzīgam mērķim un tiek piedāvāti vieniem un tiem pašiem faktiskajiem un potenciālajiem klientiem. Šādā gadījumā preces un pakalpojumi tiek definēti arī kā “savstarpēji aizvietojami” (*VT sprieduma lietā T-504/11 Paul Hartmann AG v EUIPO [2013], 42. punkts*). Bezalkoholisko dzērienu mērķis ir “remdēt slāpes” un sniegt atsvaidzinājumu (*EST sprieduma lietā C-416/04 P, The Sunrider Corp. v EUIPO [2006], 23. un 86. punkts*). Vispārējā tiesa ir konstatējusi, ka arī alkoholiskais dzēriens alus var “remdēt slāpes” (*VT sprieduma lietā T-584/10, Mustafa Yilmaz v EUIPO [2012], 54. punkts*). Tātad ir konstatējams līdzīgs preču izmantošanas mērķis. Minēto apstiprina arī tāds Latvijas patērētājiem labi zināms alu un citus dzērienus ražojošs uzņēmums kā AS Cēsu alus: “Ar vieglo alu remdē slāpes, un tajā apiņu garša ir jūtama minimāli. Tas labi iet kopā ar citrusaugļiem, tāpēc tie alum tiek bieži pievienoti. No vieglā alus gatavo arī kokteiļus” (<https://www.cesualus.lv/alus-qids/alus-saderiba-ar-edieniem/>);

3.12. gan alkoholiskie, gan bezalkoholiskie dzērieni ir dzeramas preces jeb šķidrums lietošanai pārtikā, un tiem ir kopīga “lietošanas metode”. Saskaņā ar VT spriedumu lietā T-150/17 (*Asolo LTD v EUIPO [2018]*) ļoti daudz alkoholisko un bezalkoholisko dzērienu parasti tiek sajaukti, patērēti vai tirgoti kopā vienās un tajās pašās tirdzniecības vietās;

3.13. alkohola saturs produktā ir tikai viens no faktoriem, kas jāņem vērā, salīdzinot preces, un līdz ar to pašam par sevi tam nav izšķirošas nozīmes. Nozīme ir arī citiem faktoriem, it īpaši tam, vai preces ražo vieni un tie paši vai savstarpēji saistīti uzņēmumi. Alkoholiskie un bezalkoholiskie produkti tiek pārdoti pa vieniem un tiem pašiem pārdošanas kanāliem un kopā (piemēram, līdztekus bezalkoholiskajam alum tiek piedāvāts arī alkoholiskais alus), un tie ir konkurējoši produkti, kuru mērķauditorija ir viena un tā pati sabiedrības daļa un kurus bieži ražo vieni un tie paši uzņēmumi. Piemērs bezalkoholisko un alkoholisko produktu konverģencei ir Latvijas pārtikas uzņēmums Cido grupa, SIA, kas aptver šādus zīmolus: **Bauskas alus** (alus); **Cido** (sulas un bezalkoholiskie dzērieni); **Lāčplēsis** (alus); **Līvu** (alus); **Lielvārdes alus** (alus); **Madonas** (alus); **Mangali** (minerālūdens); **Njoy** (bezalkoholiskais gāzētais dzēriens ar citronu-laime-piparmētras garšu). Arī uzņēmums AS Cēsu alus ražo un piedāvā patērētājiem ļoti plašu produktu spektru: alu (ar dažādu stipruma/alkohola satura pakāpi); alus kokteiļus; augļu sulas un sulas dzērienus; limonādes, toniku, kvasu; alkoholiskos (alc.14%) un vieglie alkoholiskos (alc.5%) kokteiļus; sidru; gāzētu un negāzētu ūdeni (<https://veikals.cesualus.lv/collections/all>);

3.14. šajā lietā relevanto patērētāju loks ir ļoti plašs, jo bezalkoholisko un alkoholisko dzērienu pircējs var būt jebkurš sabiedrības loceklis, alkoholisko dzērienu gadījumā – pilngadību sasniedzis sabiedrības loceklis. Liela daļa alkoholisko dzērienu patērētāju Latvijā ir pieskaitāmi vidējo patērētāju 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. Alkoholiskie dzērieni kopumā ir ikdienas patēriņa preces, kas parasti tiek plaši izplatītas, sākot no lielveikalu pārtikas nodaļām, universālveikaliem un citām mazumtirdzniecības vietām, beidzot ar restorāniem un kafējnīcām;

3.15. tā kā zīmes ir fonētiski identiskas, kā arī vizuāli un konceptuāli ļoti līdzīgas, pastāv liela iespējamība, ka gan vidusmēra patērētāji, gan nozares speciālisti minētās zīmes varētu sajaukt un uztvert kā savstarpēji saistītas. Proti, ka iebilduma iesniedzējs, līdzīgi kā citi iepriekš minētie dzērienu ražotāji (piemēram, Cido grupa un Cēsu alus), ir uzsācis alus un citu alkoholisko dzērienu ražošanu;

3.16. gan neregistrētā vārdiskā preču zīme **VENDEN**, gan arī figurālā preču zīme **VENDEN** (fig.) (kuras figurālais izpildījums atbilst reģistrācijai Nr. M 77 854) intensīvā un plašā lietojuma dēļ ir ieguvušas augstu atšķirtspēju un plašu pazīstamību Latvijā jau pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma, proti, pirms 07.06.2022. Par to liecina šādi fakti un pierādījumi:

3.16.1. uzņēmums Venden, SIA tika dibināts 1997. gadā. Iebilduma iesniedzējs preču zīmes **VENDEN** izmanto kopš uzņēmuma dibināšanas uz visiem tā ražotajiem produktiem, kuru klāsts, gadiem ejot, ir paplašinājies no avota ūdens līdz dabīgajam minerālūdenim un bezalkoholiskajiem dzērieniem. Iebilduma iesniedzēja preču zīmes redzamas uz 18,9 litru un 11 litru avota ūdens pudelēm, 0,25 litru, 0,37 litru, 0,5 litru, 0,75 litru un 1,5 litru dabīgā minerālūdens stikla un PET pudelēm, kā arī uz 0,5 litru un 1,5 litru bezalkoholisko dzērienu **VENDEN FRUITE** pudelēm. Iebilduma iesniedzējs piedāvā arī tādus produktus kā kafiju, kā arī ūdens lietošanas iekārtas, kafijas automātus un inventāra īri, iegādi, piegādi un apkopi (*skat. www.venden.lv*);

3.16.2. produkciju, kas marķēta ar apzīmējumu “**VENDEN**”, ir iespējams iegādāties visos Latvijā esošajos mazumtirdzniecības tīklos (izņemot LIDL), ieskaitot Latvijā esošos degvielas uzpildes staciju tīklus (*iesniegtas izdrukas no Interneta vietnēm www.rimi.lv, www.barbora.lv, www.elvi.lv, www.spiritsandwine.lv, www.birojs.lv, www.alkoutlet.lv un www.elkor.lv*);

3.16.3. preču zīmes **VENDEN** ir redzamas arī uz piegādes transportlīdzekļiem. 2020. gada nogalē uzņēmuma autoparks tika papildināts ar 17 jauniem kravas furgoniem (*iesniegtas transportlīdzekļu fotogrāfijas, kā arī izdrukas no Interneta vietnēm www.veho.lv, www.venden.lv, www.delfi.lv*). Kopskaitā produkciju “Venden” piegādā 72 transporta vienības, piegādes tiek veiktas visā Latvijas teritorijā;

3.16.4. iebilduma iesniedzējs ir noslēdzis preču piegādes līgumus ar vairāk nekā 30 000 fiziskām personām un vairāk nekā 7000 juridiskām personām, kā arī veic piegādi uz vairāk nekā 2000 punktiem valsts un pašvaldību iestādēm (*precīzus datus, kā arī sadarbības partneru sarakstu iebilduma iesniedzējs norāda kā komercnoslēpumu un ir lūdzis uzskatīt par konfidenciālu informāciju, tādējādi Apelācija padomes lēmumā tie tiek atspoguļoti vispārīgi*);

3.16.5. saskaņā ar iebilduma iesniedzēja sniegtajiem datiem savas produkcijas popularizēšanai periodā no 2018. līdz 2022. gadam ir ieguldījis 1 397 021 eiro (*precīzus datus par ieguldītajiem finanšu līdzekļiem iebilduma iesniedzējs norāda kā komercnoslēpumu un ir lūdzis uzskatīt par konfidenciālu informāciju, tādējādi Apelācija padomes lēmumā tie tiek atspoguļoti vispārīgi*);

3.16.6. laika periodā no 2022. gada 1. janvāra līdz 2023. gada 30. jūnijam iebilduma iesniedzēja mājaslapu www.venden.lv ir apmeklējuši ievērojams skaits lietotāju (*iesniegts ekrānšāviņš no programmas Google Analytics*), sociālajā tīklā Facebook 2023. gadā uzņēmuma lapa ir sasniegusi 562 318 lietotājus (77% no visiem Latvijas teritorijā reģistrētajiem lietotājiem), bet Instagram - 385 906 lietotājus;

3.16.7. iebilduma iesniedzējs, piedaloties daudzos kultūras, izglītības un sporta jomas attīstības veicināšanas pasākumos, ir popularizējis savas preču zīmes **VENDEN**. Visos šajos pasākumos tās ir bijušas redzamas uz dažādiem atribūtikas elementiem, balvām un sponsorētajiem produktiem. Periodā no

2015. gada līdz 2020. gadam iebilduma iesniedzējam bija vairāk nekā 250 sadarbības partneru, tostarp Latvijas Sporta federāciju padome, Latvijas Futbola federācija, Latvijas Basketbola savienība, Latvijas Tenisa savienība, Latvijas Handbola savienība, Latvijas Hokeja savienība, DINAMO Rīga AS un citi. Iebilduma iesniedzējs sponsorēja Latvijas pludmales volejbola čempionātu 2022. gadā, UEFA Sieviešu Čempionu līgu, kā arī atbalstīja basketbola klubu “TTT Rīga” (*iesniegtas izdrukas no dažādām Interneta vietnēm par iebilduma iesniedzēja dalību dažādos sporta, kultūras un labdarības pasākumos, piemēram: <https://medicine.lv/raksti/baltic-water-palidzes-berniem>, publicēts 31.05.2011, <http://veloriga.lv/?ct=jaunumi&fu=read&id=2636&start=47>, publicēts 26.03.2016, <https://lhf.lv/en/article/28/paldies-par-atbalstu>, publicēts 07.09.2016, <https://teniss.liepaja.lv/liepaja-norisinasies-itf-turnirs-jauniesiem-venden-cup-liepaja-2017/>, publicēts 2017, <https://www.leta.lv/photo/printpreview/13416026-804C-88D4-7CC4-725270F03B5E/>, publicēts 22.07.2019, <https://irliepaja.lv/vide/venden-aicina-balsot-par-iespeju-sakopt-kadu-no-te/>, publicēts 14.07.2021, https://sportacentrs.com/hokejs/pc_2021/12052021-venden-klust-par-oficialo-pc-riga-partner, publicēts 12.05.2021);*

3.16.8. plašsaziņas medijos tiek izcelts arī iebilduma iesniedzēja iespaidīgais apgrozījums un gūtā peļņa. Rakstā “Ūdens ražotāja VENDEN apgrozījums pērn pārsniedza 10 miljonus eiro, aug arī darbinieku skaits” minēts: “Dabīgā avotu un minerālūdens ražotājs VENDEN, kas ir viens no tirgus līderiem Latvijā, ļāvis medijiem ielūkoties ražošanas procesā, kā arī informējis par aizvadītā gada biznesa rādītājiem. Uzņēmuma apgrozījums pērn bijis 10,6 miljoni eiro, savukārt augošais darbinieku skaits jau pārsniedz 200” (*skat. www.reitingi.lv, publicēts 09.10.2017*). Rakstā “Dzeramā ūdens ražotāja “Venden” apgrozījums pērn pieauga par 7,9%” minēts: “Dzeramā ūdens ražotāja “Venden” apgrozījums pagājušajā gadā bija 12,475 miljoni eiro, kas ir par 7,9% vairāk nekā 2018. gadā (*skat. www.la.lv, publicēts 06.08.2019*). Rakstā “Venden pērn dubultojs peļņu” minēts: “2020. gadā SIA “Venden” pēc nodokļu nomaksas nopelnīja 1,18 miljonus eiro, bet pagājušajā gadā – jau 2,44 miljonus eiro. Tas ir pieaugums par 106,4%. 2021. gadā SIA “Venden” bija darba devējs 194 darbiniekiem” (*skat www.delfi.lv, publicēts 02.08.2022*);

3.16.9. Norstat Latvija, AS veiktās patērētāju aptaujas ietvaros tika noskaidrotas 1001 respondenta asociācijas ar apzīmējumu “VENDEN”. Patērētāju aptauja tika veikta no 2023. gada 18. jūlija līdz 27. jūlijam, un tajā piedalījās 480 vīrieši un 521 sievietes. Respondentiem tika dota iespēja brīvi sniegt atbildi uz jautājumu “Ar ko Jums asociējas VENDEN?”. Ņemot vērā, ka respondenti sniedza atbildes tikai brīvā formā, bez konkrētiem atbilžu variantiem, atbilžu skaits netika ierobežots, tāpēc respondenti varēja norādīt vairākas šī vārda nozīmes. No aptaujas rezultātiem ir redzams, ka absolūtajam vairākumam – 84% no respondentiem – apzīmējums “VENDEN” asociējas ar dzeramo ūdeni, savukārt tikai 5% no aptaujātajiem šis apzīmējums saistās ar Cēsīm un šīs pilsētas vēsturisko nosaukumu (*iesniegtas apkopojums no minētās aptaujas*);

3.17. Latvijas patērētāju apziņā ir izveidojies stabils priekšstats par apzīmējumu “VENDEN” un tā produkciju jau vairāk nekā 26 gadu garumā, tādēļ pastāv iespēja, ka patērētāji, redzot apstrīdēto preču zīmi **RADĪTS CĒSĪS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969), to uztvers kā preču zīmju **VENDEN** atveidojumu, jo relevantā sabiedrības daļa atsauks prātā tik labi zināmos iebilduma iesniedzēja produktus ar plaši pazīstamo preču zīmi **VENDEN**;

3.18. ņemot vērā iebilduma iesniedzēja attīstību – sākotnēji ražojot un tirgojot vienīgi avota ūdeni 18,9 litru pudelēs, pēc tam produktu klāstu papildinot ar minerālūdeni un bezalkoholiskajiem dzērieniem PET un stikla pudelēs, visbeidzot nodrošinot kafijas servisu, Latvijas patērētājiem apstrīdētā preču zīme **RADĪTS CĒSĪS WENDEN brewery** (fig.) pamatoti var šķist kā iebilduma iesniedzēja tālākais attīstības posms, papildinot sniegto preču un pakalpojumu klāstu ar alu un citiem alkoholiskajiem dzērieniem. Mūsdienās šī robeža starp alkoholiskajiem dzērieniem un bezalkoholiskajiem dzērieniem arvien sarūk, jo šo dzērienu ražotājs var būt viens un tas pats uzņēmums. Piemēram, tādu uzņēmumu kā Aldaris, Cido grupa, Cēsu alus, Tērvetes alus ražotās produkcijas klāstā ir gan ūdens un bezalkoholiskie dzērieni, gan alkoholiskie dzērieni;

3.19. kaitējums agrākas preču zīmes atšķirtspējai rodas it īpaši tādā gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj. Jāuzsver, ka apstrīdētās zīmes lietošana saistībā ar tās reģistrācijā ietvertajām 32. un 33. klases precēm var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm, apdraudot plaši pazīstamās zīmes ekskluzivitāti. Apstrīdētās zīmes lietošana minētajā veidā var vājināt plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspēju un nodarīt tai kaitējumu tādējādi, ka laika gaitā patērētāji agrāko zīmi uzreiz vairs nesaistīs ar iebilduma iesniedzēja ražotajiem avota ūdeņiem, minerālūdeņiem un citiem bezalkoholiskajiem dzērieniem;

3.20. apstrīdētās zīmes lietošanas rezultātā var tikt radītas nevēlamas asociācijas un mazināta iebilduma iesniedzēja preču zīmju pievilcība. Jāņem vērā, ka preces, kas ietvertas apstrīdētajā reģistrācijā, ir alus un citi alkoholiskie dzērieni, savukārt iebilduma iesniedzējs ir avota ūdens un minerālūdens ražotājs, kas atbalsta sportu, veicina sabiedrības izpratni par veselīgu uzturu un dzīves veidu. Līdz ar to apstrīdētās preču zīmes lietošana var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm.

4. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse iesniegtajos paskaidrojumos un Apelācijas padomes sēdē norāda, ka iebildums ir nepamatots un noraidāms, šo viedokli pamatojot ar šādiem argumentiem:

4.1. apstrīdētās preču zīmes 32. klases vai 33. klases preces nav identiskas vai līdzīgas pretstatītās zīmes precēm:

4.1.1. alum un bezalkoholiskajiem dzērieniem nav nekādas savstarpējas saistības. Alus pēc savas būtības ir alkoholiskais dzēriens, kuram nav līdzīgs ražošanas process bezalkoholiskajiem dzērieniem, ne arī šie dzērieni viens otru aizvieto; tie nav paredzēti vienam un tam pašam nolūkam. Iebilduma iesniedzēja uzskata, ka ar alu var remdēt slāpes tāpat kā ar bezalkoholiskajiem dzērieniem. Tomēr tā nav tāda pazīme, lai atzītu, ka preces būtu identiskas vai līdzīgas. Iedzerot olīveļļu, var remdēt slāpes uz kādu laiku, tomēr bezalkoholiskajiem dzērieniem ar olīveļļu nav nekādas saistības;

4.1.2. iebilduma iesniedzējs norāda, ka citi dzērienu ražotāji Latvijā ražo gan alkoholiskos, gan bezalkoholiskos dzērienus, tādēļ saskata starp šiem dzērieniem saistību. Tomēr iebilduma iesniedzējs savā ilgajā darbības laikā nekad nav ražojis alkoholiskus dzērienus. Iebilduma iesniedzējs neražo un nekad nav ražojis nevienu raudzēta dzēriena veidu, tādēļ kļūdaini uzskata, ka bezalkoholisko dzērienu un alkoholisko dzērienu ražošana ir līdzīga. Piemēram, nav nekādas līdzības starp bezalkoholisko dzērienu ražošanu un alus brūvēšanu, jo dabisks alus tiek brūvēts, izmantojot ilgu raudzēšanas procesu, kamēr bezalkoholiskajiem dzērieniem šāds process nepastāv;

4.1.3. alus parasti tirdzniecības vietās ir nodalīts no bezalkoholiskajiem dzērieniem un ir novietots pie alkoholiskajiem dzērieniem. Alum un bezalkoholiskajiem dzērieniem atšķiras arī gala patērētājs, kurš apzinās, ka alus kopumā ir alkoholisks dzēriens, un rēķinās ar to, ka tas var radīt vieglu vai pamatīgu reibumu, kamēr bezalkoholisko dzērienu lietotājs nekādu reibuma pakāpi nevar gūt. Vidusmēra patērētājs veic apzinātu izvēli attiecībā uz alu un citiem dzērieniem, nošķirot to garšu un reibuma iestāšanās sekas. Līdz ar to nav pamatoti apgalvot, ka alus un bezalkoholiskie dzērieni ir līdzīgi tikai tādēļ, ka tie remdē slāpes un tiem var potenciāli būt viens un tas pats patērētājs;

4.2. salīdzināmās zīmes nav līdzīgas:

4.2.1. nevar piekrist iebilduma iesniedzējam, ka abās salīdzināmajās zīmēs jāvērtē tikai vārdiskie apzīmējumi "WENDEN" un "VENDEN". Zīmes ir jāsalīdzina kopumā, nevis pa daļām, kā to piedāvā iebilduma iesniedzējs;

4.2.2. starp salīdzināmajām zīmēm nepastāv vizuāla līdzība. Apstrīdētā preču zīme ir izpildīta brūnā krāsā ar Cēsu cietokšņa attēlu, vārdu salikums "RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery" ir izpildīts atšķirīgā grafiskā izpildījumā, kamēr pretstatītā preču zīme ir izpildīta zilā krāsā ar puķes vai strūklakas grafisko elementu un vienu vārdisko apzīmējumu "VENDEN";

4.2.3. starp zīmēm nepastāv arī būtiska fonētiskā līdzība. Kopumā salīdzinot abu zīmju vārdiskos elementus, nevar konstatēt būtisku fonētisko līdzību;

4.2.4. konceptuāli abas zīmes nav būtiski tuvas. Vienīgā līdzība varētu būt, ka abas zīmes tieši vai netieši norāda uz vienu ģeogrāfiskas vietas – Cēsu pilsētas – senatnīgo nosaukumu;

4.3. patērētājiem ir augsts uzmanības līmenis attiecībā pret alkoholiskajiem dzērieniem, jo to piedāvājums Latvijā ir ļoti plašs. Plašs preču piedāvājums liek patērētājiem veikt rūpīgāku preces iegādes izvēli. Saskaņā ar veiktajiem pētījumiem par alus patērētāju uzvedību Latvijā var konstatēt, ka alus patērētāji ir ļoti izvēlīgi, jo: alus pirkšana ir apzināta izvēle, nevis gadījuma rakstura pirkums; pastāv dažādi alus veidi – “lager”, “craft”, “ale”, porteris, gaišais alus, tumšais alus; alum ir dažādas stipruma pakāpes – no stipriem aliem līdz bezalkoholiskajiem aliem; liela daļa patērētāju izvēlas sev atpazīstamus, iepriekš iepazītus alus zīmolus, kā arī Latvijā vismaz aptuveni 63% patērētāju pamatā izvēlas tieši Latvijas alus zīmolus (mazumtirgotāja “Maxima” statistika pat norāda uz to, ka Latvijas zīmolus izvēlas 94% tirdzniecības vietu apmeklētāju), kas norāda uz to, ka vidusmēra patērētāji rūpīgi seko līdzi tam, kādu alu iegādājas tirdzniecības vietās;

4.4. līdz ar to vidusmēra patērētāju uzmanības līmenis attiecībā pret alus iegādi ir augsts. Vidusmēra patērētājs īpaši aplūkos alus pudeļu etiķetes, ja izvēlēties jaunu alus dzērienu, bet attiecībā uz sev jau ierastajiem alus dzērieniem ar sev pazīstamām preču zīmēm vai vizuālo noformējumu patērētāji, visticamāk, netērēs īpaši ilgu laiku to izpētē, izņemot gadījumu, kad ar līdzīgām etiķetēm atšķiras alus veids, garša vai stiprums;

4.5. ņemot vērā, ka preces nav līdzīgas un salīdzināmās zīmes būtiski atšķiras, nepastāv nekāda iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās preču zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

Saskaņā ar Eiropas Savienības judikatūru fonētiska līdzība pati par sevi neatļauj secināt, ka zīmes būtu atzīstamas par sajaucami līdzīgām, it īpaši tad, ja patērētājs parasti precīzi izvēlas pēc ārējā vizuālā izskata. Alus patērētāji tirdzniecības vietās atpazīst savu, jau kādreiz izvēlēto alu vai izvēlas jaunu alu nevis pēc nosaukuma, bet gan pēc pudeles vizuālā izskata (kopējā grafiskā noformējuma). Līdz ar to nav būtiskas nozīmes preču zīmju vārdiskajai daļai, kad vidusmēra patērētājs pieņem lēmumu par alus iegādi;

4.6. iebilduma iesniedzējs nav pierādījis pretstatīto apzīmējumu plašu pazīstamību:

4.6.1. iebilduma iesniedzējs nav iesniedzis nekādus pierādījumus tam, ka figurālā preču zīme zilās krāsas izpildījumā ar konkrētu grafisko noformējumu un grafiskajiem elementiem būtu kļuvusi par Latvijā plaši pazīstamu;

4.6.2. nav pierādījumu, ka vārdiskais apzīmējums “VENDEN” tiktu lietots 26 gadus visās Latvijas lielākajās tirdzniecības ķēdēs. Tāpat iebilduma iesniedzējs nav iesniedzis nekādus pierādījumus tam, ka kopš 1997. gada tas būtu uzsācis izplatīt Latvijā ūdeni vai minerālūdeni kā preces vai kopš 2001. gada būtu uzsācis dzērienu klāsta ražošanas paplašināšanu uz citiem dzērieniem vai to sastāvdaļām. No iebilduma iesniedzēja iesniegtajiem rakstveida materiāliem var konstatēt vārdiskā apzīmējuma niecīgu izmantošanu saistībā ar ūdeni, bet ne ar kādiem citiem bezalkoholiskajiem dzērieniem. Tādēļ var uzskatīt, ka vārdiskais apzīmējums “VENDEN” tika lietots saistībā ar precēm “ūdens”, varbūt arī kādiem izklaides pasākumiem, bet ne saistībā ar bezalkoholiskajiem dzērieniem vai alu;

4.6.3. iebilduma iesniedzēja apgalvojumi par peļņu un apgrozījumu nav saistāmi ar kādu konkrētu preču tirdzniecību. Iebilduma iesniedzējs ir apzināti noklusējis faktu, ka pārdod lielu daudzumu dažādu preču veidu, kurus nav ražojis iebilduma iesniedzējs, – kafijas automātus, dezinfekcijas līdzekļus, pienu, kafiju, kakao, cukuru, traukus un citas preces. Līdz ar to nav pamatots apgalvojums, ka visi iebilduma iesniedzēja izdevumi ir saistīti ar ūdeni vai kādiem citiem bezalkoholiskajiem dzērieniem;

4.6.4. apstrīdētā preču zīme nevar kaitēt pretstatīto apzīmējumu atšķirtspējai. Vārdiskajam apzīmējumam “VENDEN” nepiemīt ekskluzivitāte, jo šo vai tam līdzīgus vārdiskos apzīmējumus izmanto citas personas savā saimnieciskajā darbībā, norādot uz savu komerciālo izcelsmi - Vendeni jeb Cēsu apkārtni. Tāpat arī fakts, ka ar apstrīdētās zīmes īpašnieku saistītie uzņēmumi ir ilgstoši izmantojuši vārdisko apzīmējumu “WENDEN” kā ģeogrāfiskas izcelsmes nosaukumu vairākās citās nozarēs savā saimnieciskajā darbībā, norāda uz to, ka nav notikusi pretstatīto preču zīmju imitācija vai atveidošana, bet

gan loģiska nosaukuma izmantošanas turpināšana saistībā ar uzņēmumu grupas ražotajām precēm no konkrētas ģeogrāfiskās vietas.

Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts saskaņā ar PZL un RIPL noteikto kārtību. Tādējādi nav šķēršļu, lai iebildumu izskatītu pēc būtības.

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

3. Apstrīdētā zīme **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) reģistrācijai Latvijā pieteikta 07.06.2022. Pretstatītā zīme **VENDEN** (fig.) (reģ. Nr. M 77 854) reģistrācijai Latvijā pieteikta 30.05.2022. Tādējādi pretstatītā zīme ir agrāka zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Apstrīdētā zīme reģistrēta alum 32. klasē un alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu) 33. klasē, kamēr pretstatītā zīme reģistrēta 32. klases precēm “minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas bezalkoholiskas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai”.

No vienas puses, var piekrist apstrīdētās zīmes īpašniekam, ka starp alkoholiskajiem dzērieniem, kuriem reģistrēta apstrīdētā zīme, un bezalkoholiskajiem dzērieniem, kam reģistrēta pretstatītā zīme, pastāv vērā ņemama atšķirība, proti, alkoholiskie dzērieni satur alkoholu, kas atkarībā no izvēlēta dzēriena veida un patērētā daudzuma izraisa reibumu, kamēr bezalkoholiskie dzērieni alkoholu nesatur. Tāpat šā iemesla dēļ alkoholisko dzērienu iegāde ir atļauta tikai personām, kas sasniegušas 18 gadu vecumu, kā arī alkoholisko dzērienu ražošanas process atšķiras no bezalkoholisko dzērienu ražošanas procesa.

No otras puses, jāpiekrīt iebilduma iesniedzēja pusei, ka mūsdienās robeža starp alkoholiskajiem dzērieniem un bezalkoholiskajiem dzērieniem kļūst arvien mazāk izteikta. Komersanti mēdz piedāvāt bezalkoholiskos vīnus, bezalkoholisko alu, kā arī maza alkohola satura un alkoholiskus kokteiļus līdzīgā noformējumā. Turklāt Latvijas patērētājs ir pieradis, ka viens un tas pats ražotājs var piedāvāt gan alkoholiskus, gan bezalkoholiskus dzērienus. Piemēram, uzņēmums “Valmiermuiža” ražo alkoholisko alu, bezalkoholisko alu, alus kokteiļus, sidru, džinu, limonādi (<https://valmiermuiza.lv/pages/musu-garsas>). Uzņēmums “Piebalgas alus” ražo alkoholisko alu, bezalkoholisko alu, sidru un kvasu (<https://www.piebalgasalus.lv/products>). Uzņēmumu “Cido grupa” un “Cēsu alus” piedāvājumā ir ūdens, limonāde, alus, vīns, kokteiļi (<https://cidogrupa.lv/products> un <https://www.cesusalus.lv/>).

Ņemot vērā iepriekšminēto, jāpiekrīt, ka izteiktāka robeža pastāv starp stiprajiem jeb augstu alkohola procentu saturošiem dzērieniem un bezalkoholiskajiem dzērieniem, savukārt šī robeža vairāk izplūdusi ir starp bezalkoholiskajiem dzērieniem un alkoholiskajiem dzērieniem, kurus arvien biežāk sāk piedāvāt gan ar alkoholu, gan bez, proti, alu, vīnu, kokteiļiem.

Ņemot vērā, ka starp precēm pastāv gan kopīgais, gan atšķirīgais, Apelācijas padome uzskata, ka preču zīmju savstarpējās sajaukšanas novērtējums jāveic katrā gadījumā individuāli, ņemot vērā zīmju līdzības pakāpi: jo līdzīgākas zīmes, jo lielāks risks sajaukt zīmi, kas tiek lietota alkoholiskajiem dzērieniem, ar zīmi, kuru izmanto atspirdzinošiem dzērieniem, vai uztvert šīs zīmes kā savstarpēji saistītas.

5. Novērtējot salīdzināmās zīmes, Apelācijas padomes apsvērumi ir šādi:

5.1. saskaņā ar Eiropas Savienības tiesu judikatūru par dominējošo uzskatāms tāds preču zīmes elements, kuru ir viegli iegaumēt un kura izmērs, izpildījums un novietojums zīmē padara to tik vizuāli pamanāmu, ka vidusmēra patērētājam tieši tas būs atmiņā paliekošākais (*VT sprieduma lietā T-162/08, Frag Comercio Internacional v ITSB (EUIPO)* [2009], 37. – 39. punkts). Eiropas Savienības tiesu judikatūrā nostiprināts arī atzinums, ka vārdiskajiem elementiem zīmē parasti piemīt lielāka atšķirtspēja nekā grafiskajiem elementiem, jo vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto preci vai pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot grafisko elementu (*VT sprieduma lietā T-312/03,*

Wassen International Ltd. v ITSB (EUIPO) [2005], 37. punkts);

5.2. pretstatītā zīme ir reģistrēta kā figurāla zīme, taču nav šaubu, ka tās kopiespaidā dominē vārdiskais apzīmējums “WENDEN”, kas ir šīs zīmes vienīgais vārdiskais elements, atveidots nedaudz stilizētā rakstībā, taču patērētājiem viegli uztverams;

5.3. arī apstrīdētā zīme reģistrēta kā figurāla zīme – tā sastāv no pils attēla un vārdiskajiem apzīmējumiem “RADĪTS CĒSĪS” un “WENDEN brewery”. Apzīmējumu “RADĪTS CĒSĪS” attiecīgais patērētājs uztvers kā vietu, kur produkts tiek ražots. Arī pils attēls zinātājiem izsauks asociācijas ar Cēsu pili, savukārt tiem, kas šo pili nezinās, kalpos vien kā abstrakts, dekoratīvs elements. Savukārt apzīmējums “brewery”, tulkojot no angļu valodas, nozīmē “alus darītava” (*skat. www.letonika.lv*) un vismaz tiem patērētājiem, kas kaut kādā līmenī pārvalda angļu valodu, norādīs uz ražošanas veidu vai vietu. Visdrīzāk tieši apzīmējums “WENDEN” vai vārdu salikums “WENDEN brewery” apstrīdētajā zīmē būs elements, pēc kura patērētāji vadīsies, meklējot un iegādājoties attiecīgo produktu;

5.4. nav šaubu, ka apstrīdētajā zīmē ietvertais apzīmējums “WENDEN” un pretstatītās zīmes vārdiskais elements “WENDEN”, neskatoties uz atšķirībām krāsu un burtveidolu izpildījumā, ir vizuāli līdzīgi un fonētiski pat identiski, jo Latvijas patērētājs arī apstrīdētās zīmes pirmo burtu “W” visdrīzāk izrunās kā “V”, turklāt apzīmējumi ir salīdzinoši gari un patērētājs šādas atšķirības var nepamanīt vai pēc ilgāka laika precīzi neatcerēties;

5.5. Apelācijas padome nevar piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvim, ka apzīmējumam “WENDEN” ir zema atšķirtspēja, jo tas ir Cēsu pilsētas vēsturiskais nosaukums. Vispirms jānorāda, ka nebūt ne visi Latvijas patērētāji šādu faktu zina. Apelācijas padomes ieskatā par šādu faktu vairāk varētu zināt tie patērētāji, kas dzīvo Cēsu apkaimē. Taču pat gadījumā, ja patērētājs ir informēts, ka “WENDEN” ir Cēsu pilsētas vēsturiskais nosaukums, Apelācijas padome uzskata, ka attiecīgo patērētāju uztverē tas var tikt saistīts ar vienu konkrētu komersantu. Mūsdienās nepastāv pilsēta vai novads ar šādu nosaukumu, līdz ar to tam ir vairāk emocionāla, sentimentāla nokrāsa. Jā, var atzīt, ka tas varētu būt tīkams apzīmējums komersantiem, kas darbojas attiecīgajā reģionā, taču tas nekādā veidā neliedz šim apzīmējumam kalpot kā preču zīmei. To arī var secināt no apstrīdētās zīmes īpašnieka iesniegtajiem datiem no Uzņēmumu reģistra. Ir uzņēmumi, kas apzīmējumu “WENDEN” vai tam līdzīgu apzīmējumu iekļauj sava uzņēmuma nosaukumā, taču, ievadot šo nosaukumu preču zīmju datu bāzēs, tikai iebilduma iesniedzējam attiecībā uz dzērienu jomu uz šo apzīmējumu ir reģistrētas izņēmuma tiesības. Līdz ar to, pat ja apzīmējums “WENDEN” vai “WENDEN” izsauks kādas asociācijas, abu salīdzināmo zīmju gadījumā tās būs tuvas.

6. Novērtējot patērētāja uzmanības līmeni, Apelācijas padome tomēr nevar piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei, ka attiecībā uz alu tas būs augsts. Nav noliedzams, ka alus ir dzēriens ar senu vēsturi Latvijā. Apelācijas padome arī neapšaubā, ka Latvijas patērētājs vairumā gadījumu izvēlas tieši Latvijā ražotu alu, kā arī pārzina tā ražošanas un garšas īpatnības. Taču Apelācijas padome nevar piekrist apstrīdētās zīmes īpašniekam, ka attiecīgais patērētājs veltīs ilgu laiku, izpētot dzēriena etiķeti visos sīkumos, lai iegādātos sev vēlamu dzērienu. Apelācijas padome tam varētu piekrist, ja tiktu iegādāts kāds īpaši dārgs dzēriens, taču vidēji alus pudeles cena svārstās robežās no viena līdz diviem eiro, līdz ar to patērētājs savu izvēli veic pietiekami ātri un ir gatavs eksperimentēt daudz vairāk, nekā tas būtu gadījumos, kad tiek iegādāta prece par augstāku cenu.

Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka liela daļa gan alkoholisko dzērienu, gan bezalkoholisko dzērienu patērētāju Latvijā ir pieskaitāmi vidējā patērētāja lokam, kam var būt visai zems uzmanības līmenis dzērienu izvēlē. Nenoliedzot, ka zināma patērētāju daļa savu izvēli dzērienu veikalos veic, balstoties arī uz iepriekš iegūtajām zināšanām un pieredzi.

7. Sajaukšanas iespēja jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktorus, kas uz lietu attiecas (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport [1997], 22. punkts*).

Apelācijas padomes ieskatā salīdzināmās zīmes vislīdzīgākās ir tieši fonētiski. Apelācijas padome zināmā mērā var piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka pusei, ka pie mūsdienu iepirkšanās paradumiem lielāka nozīme ir tieši vizuālajam salīdzinājumam, jo pircējs pats izvēlas preces no veikalu plauktiem. Tai pašā laikā, pasūtot dzērienu bārā vai kafejnīcā, bārmenim vai viesmīlim visdrīzāk tiks nosaukts dzēriena

nosaukums. Sakrītīgā atšķirtspējīgā elementa “WENDEN” dēļ apstrīdētā zīme ir vērtējama kā līdzīga pretstatītajai zīmei arī vizuāli un semantiski. Taču nevar noliegt, ka apstrīdētā zīme ir pieteikta noteiktā grafiskā izpildījumā, kas bez apzīmējuma “WENDEN” ietver virkni citu elementu, kas vismaz vizuāli kaut kādu iespaidu uz patērētāja uztveri var atstāt. Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome uzskata, ka salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēja pastāv attiecībā uz tiem apstrīdētās zīmes dzērieniem, kuru alkohola saturs ir relatīvi zems un kurus arvien biežāk mēdz piedāvāt gan alkoholiskus, gan bezalkoholiskus, proti, apstrīdētās zīmes 32. klases precēm “alu”. Savukārt attiecībā uz 33. klases precēm, proti, “alkoholiskajiem dzērieniem”, kur šī robeža ir vairāk izteikta jeb stingrāk novelkama, šāda sajaukšanas iespēja ir mazāk ticama.

Nemot vērā visu iepriekšminēto, Apelācijas padome atzīst, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir uzskatāma par pamatotu daļēji, proti, tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta 32. klasē attiecībā uz alu.

8. Līdz ar to ir svarīgi novērtēt, vai šajā lietā var atzīt, ka iebilduma iesniedzēja neregistrētā vārdiskā preču zīme **VENDEN** un neregistrētā figurālā preču zīme **VENDEN** (fig.) (kuras figurālais izpildījums atbilst preču zīmei ar reģ. Nr. M 77 854) ir plaši pazīstamas Latvijā, jo, pierādot apstākļus, kas ir relevanti PZL 8. panta otrās daļas sakarā, iebilduma iesniedzējs var realizēt savu preču zīmju izņēmuma tiesības arī attiecībā uz precēm, kuras nav līdzīgas Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes precēm.

9. Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiālu kopums ļauj izdarīt secinājumu, ka gan vārdiskais, gan figurālais apzīmējums “WENDEN” attiecīgajiem Latvijas patērētājiem ir bijis plaši pazīstams saistībā ar ūdeni un dabīgo minerālūdeni jau krietni pirms apstrīdētās zīmes **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) pieteikuma datuma (07.06.2022).

Uzņēmums VENDEN, SIA dibināts 1997. gadā, tātad gandrīz 25 gadus pirms apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma. Iesniegtajos rakstos no plašsaziņas līdzekļiem vairākkārt minēts, ka uzņēmuma pamatdarbība ir avota ūdens un dabīgā minerālūdens ražošana. Tas jau vairāk nekā divdesmit gadus darbojas lielā tilpuma ūdens pudeļu piegādes biznesā un ir tirgus līderis šajā ūdens nozares segmentā. 2010. gadā uzņēmums paplašināja preču klāstu un sāka ražot dabīgo minerālūdeni mazāka tilpuma PET un vēlāk arī stikla pudelēs (*skat., piemēram, 09.10.2017 rakstu “Ūdens ražotāja VENDEN apgrozījums pērn pārsniedza 10 miljonus eiro, aug arī darbinieku skaits” Interneta vietnē www.reitingi.lv*).

Iebilduma iesniedzējs ir noslēdzis preču piegādes līgumus ar vairāk nekā 30 000 fiziskām personām, vairāk nekā 7000 juridiskām personām un veic piegādi uz vairāk nekā 2000 punktiem valsts un pašvaldības iestādēm, kā arī savas produkcijas popularizēšanai periodā no 2018. līdz 2022. gadam ir ieguldījis 1 397 021 eiro (*precīzus datus, kā arī sadarbības partneru sarakstu iebilduma iesniedzējs norāda kā komercnoslēpumu un ir lūdzis uzskatīt par konfidenciālu informāciju, tādējādi Apelācija padomes lēmumā tie tiek atspoguļoti vispārīgi*). Lai arī šajos materiālos nav atsevišķi nodalīts apgrozījums tikai attiecībā uz ūdeni, var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka to atsver citi iesniegtie materiāli, kas apliecina ilgu, konsekventu un sistemātisku pretstatīto apzīmējumu lietojumu vairāk nekā divdesmit gadu garumā pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma.

Iebilduma iesniedzēja apgrozījums un gūtā peļņa vairākkārt ir atspoguļota arī plašsaziņas līdzekļos (*skat., piemēram, 27.04.2016 rakstu “WENDEN – tas nav tikai ūdens” portālā www.nra.lv, 06.08.2019 rakstu “Dzeramā ūdens ražotāja “Venden” apgrozījums pērn pieauga par 7,9%” portālā www.la.lv, 02.08.2022 rakstu “Venden pērn dubultojis peļņu” portālā www.delfi.lv*).

Iebilduma iesniedzējs kā sponsors ir piedalījies dažādos kultūras, izglītības un sporta jomas attīstības veicināšanas pasākumos, kur popularizējis savas preču zīmes. Piemēram, atbalstījis starptautisko bērnu aizsardzības dienu (2011), sponsorējis “Neatkarības dienas velobraucieni Jūrmalā” (2016), “SMScredit.lv BMX čempionātu” (2019), Cēsu stundas skrējieni (2019), tenisa turnīru “Venden mens future” (2016), Olimpisko spēļu kvalifikācijas turnīru hokejā (2016), VENDEN koku stādīšanas akciju Rīgā (2020), veselības dienu Gaujaslīčos (2021), bijis partneris Latvijas Universitātes Botāniskā dārza simtgades svinību ietvaros (2022). Tostarp sadarbojies ar Latvijas Sporta federācijas padomi, Latvijas Futbola federāciju, Latvijas Basketbola savienību, Latvijas Tenisa savienību, Latvijas Handbola savienību, Latvijas Hokeja savienību.

Visbeidzot, Norstat Latvija, AS veiktās patērētāju aptaujas ietvaros tika noskaidrots, ka 84% no respondentiem apzīmējums “WENDEN” asociējas ar dzeramo ūdeni, tātad ar iebilduma iesniedzēja

piedāvāto produkciju.

Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā gan ilgstošās un sistemātiskās lietošanas dēļ, gan sponsorēšanas pasākumu un augstās publicitātes dēļ ir atzīstams, ka iebilduma iesniedzēja zīmolam **VENDEN** attiecībā uz ūdeni un minerālūdeni Latvijā var piešķirt aizsardzību, kāda pienākas plaši pazīstamām zīmēm. Apelācijas padomes ieskatā šādu aizsardzību var piešķirt gan vārdiskajam apzīmējumam, kurš minēts publikācijās, rakstu nosaukumos, gan arī figurālajam apzīmējumam, kurš redzams uz pašiem produktiem (ūdens pudelēm), uz dažādiem atribūtikas elementiem (plakātiem, plāksnītēm, baneriem kā viena no sponsoru logo), balvām un sponsorētajiem produktiem.

10. Ir būtiski, ka apzīmējumam “VENDEN” piemīt atšķirtspēja gan pašam par sevi (kā jau iepriekš lēmumā secināts), gan sakarā ar tā pazīstamību tirgū, tādējādi tam piešķirama visplašākā aizsardzība. Šajā gadījumā, kad attiecībā uz ūdeni un dabīgo minerālūdeni zīmju **VENDEN** un **VENDEN** (fig.) pazīstamība ir tik ilga un nozīmīga (atbilstoši patērētāju aptaujā konstatētajam) un apstrīdētā zīme **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) tās būtiskā daļā – dzēriena nosaukumā – atveido plaši pazīstamās zīmes, noteikti var apgalvot, ka apstrīdētajā preču zīmē atveidotas tādas preču zīmes, kas pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma ir bijušas Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes. Tādējādi Apelācijas padome atzīst, ka PZL 8. panta pirmās daļas noteikumi šajā lietā ir piemērojami attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm tiktāl, ciktāl tās var atzīt par līdzīgām, proti, vismaz uz apstrīdētās zīmes 32. klases precēm “alus”.

Savukārt, ciktāl runa ir par pārējām apstrīdētās zīmes precēm, lietas apstākļi atbilst PZL 8. panta otrās daļas noteikumiem, jo apstrīdētās zīmes **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) lietošanu saistībā ar 33. klases precēm “alkoholiskie dzērieni” patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un plaši pazīstamo preču zīmju **VENDEN** un **VENDEN** (fig.) īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieka interesēm.

Apelācijas padomes ieskatā starp apstrīdētās zīmes lietošanu uz 33. klases precēm un plaši pazīstamajām preču zīmēm **VENDEN** un **VENDEN** (fig.) var veidoties asociatīva saikne, jo, kā to iezīmē komercprakses piemēri, ir komersanti, kas ražo un piedāvā plašu dzērienu spektru, sākot no ūdens, sulām, limonādēm, alus, bezalkoholiskā alus, sidra, beidzot ar vīniem, stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem. Šādas asociatīvas saiknes veidošanās rezultātā pastāv iespēja, ka, piemēram, apstrīdētās zīmes īpašnieks iegūst priekšrocības vai izdevīgumu tirgū. Tostarp pastāv iespēja, ka apstrīdētās zīmes esamība tirgū apdraud plaši pazīstamo zīmju **VENDEN** un **VENDEN** (fig.) ekskluzivitāti (agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm, attiecībā uz kurām tā ir reģistrēta, vairs to nespēj). Kaitējums plaši pazīstamo zīmju īpašnieka interesēm var izpausties arī kā nevēlamu asociāciju rašanās, jo iebilduma iesniedzējs ir avota ūdens un dabīgā minerālūdens ražotājs, kas atbalsta sportu, veicina sabiedrības izpratni par veselīgu uzturu un dzīves veidu. Par to liecina iebilduma iesniedzēja plašā sadarbība ar sporta organizācijām, sporta pasākumu sponsorēšana, piedalīšanās veselības dienās, pilsētvides apzaļumošana utt. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja asociēšana ar, piemēram, degvīnu un citiem alkoholiskajiem dzērieniem var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm, patērētāju uztverē mazinot plaši pazīstamo zīmju pievilcību.

11. Līdz ar to Apelācijas padome iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz PZL 8. panta pirmās un otrās daļas noteikumiem atzīst par pamatotu.

Rezolutīvā daļa

Nemot 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, 8. panta pirmās un otrās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt Latvijas uzņēmējsabiedrības **VENDEN, SIA** iebildumu pret preču zīmes **RADĪTS CĒSIS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) reģistrāciju Latvijā, proti, atzīt minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

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 **RADĪTS CĒSĪS WENDEN brewery** (fig.) (reģ. Nr. M 77 969) reģistrācijas 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. Bukina

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ D. Liberte

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova