



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

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

Apelācijas/iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2022/WO 1 718 135 un
RIAP/2022/WO 1 718 135-Ie
(OP-2023-26)

LĒMUMS

Rīgā

2024. gada 25. martā

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

rakstveida procesā izskatīja apelāciju (atbildi uz iebildumu), kuru profesionāla patentpilnvarniece J. Gainutdinova, vadoties no Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 81. panta piektās daļas 2. punkta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIPL) 113. panta noteikumiem, 2023. gada 6. oktobrī iesniedza Indijas uzņēmēj sabiedrības FREEWILL SPORTS PRIVATE LIMITED vārdā par Patentu valdes saskaņā ar preču zīmju starptautiskās reģistrācijas noteikumiem 2023. gada 26. jūnijā pieņemto lēmumu par starptautiski reģistrētās preču zīmes **NIVIA** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.):



(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība FREEWILL SPORTS PRIVATE LIMITED (Indija); reģ. Nr. WO 1 718 135; reģ. dat. 20.12.2022; bāzes reģistrācijas dati Indijā 15.07.2022, 5531153; paziņojuma par starptautisko reģistrāciju publ. dat. biļetenā “Gazette OMPI des marques internationales” – 16.03.2023; 28. klases preces)

aizsardzības pagaidu atteikumu (*Provisional Refusal of Protection*) Latvijā.

Apelācijas iesniedzējs lūdz atcelt Patentu valdes lēmumu atteikt starptautiski reģistrētās preču zīmes **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) aizsardzību Latvijā.

Patentu valdes atteikums balstās uz iebildumu, kuru 2023. gada 15. jūnijā Vācijas uzņēmēj sabiedrības BEIERSDORF AG (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā, vadoties no PZL 43. panta un 81. panta trešās daļas noteikumiem, pret minētās starptautiski reģistrētās preču zīmes spēkā stāšanos Latvijā iesniegusi profesionāla patentpilnvarniece preču zīmju jomā T. Kreicberga.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) līdzību agrākām iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības preču zīmēm **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803)



un **NIVEA MEN** (fig.) (Nr. EUTM 018399171)



un 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 **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) ir līdzīga iebilduma iesniedzēja preču zīmei **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803), kurai ir laba reputācija Eiropas Savienībā, un apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm, kam tā reģistrēta, dod iespēju negodīgi izmantot agrākās preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu (PZL 9. pants).

11.12.2023 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja puses papildu paskaidrojumi, kuri 13.12.2023 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei, vienlaikus pusēm paziņojot, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 16.02.2024.

16.02.2024 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja puses precizējumi pie iebilduma.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) reģistrēta kā figurāla preču zīme – melniem bieziem burtiem izpildīts apzīmējums “NIVIA”, kuru no augšas un apakšas ieskauj vairāki četrstūri, veidojot tādu kā vārdiskā apzīmējuma ierāmējumu, rombeida fonu. Zīme reģistrēta 28. klases precēm “spēles un spēlīetas; vingrošanas un sporta preces, kas nav iekļautas citās klasēs”.

2. Iebilduma lietā pretstatītas šādas preču zīmes:

2.1. zīme **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803; pieteik. dat. 26.08.2021; reģ. dat. 27.01.2022; publ. dat. 28.01.2022), kas reģistrēta kā figurāla zīme – uz zila apla fona novietots baltiem bieziem burtiem izpildīts apzīmējums “NIVEA”. Zīme citstarp reģistrēta 3. klases precēm “ziepes nemedicīniskiem nolūkiem, smaržas, ēteriskās eļļas, medikamentus nesaturoši kosmētiskie līdzekļi; [..]; kosmētiskie līdzekļi matu mazgāšanai, kopšanai un rotāšanai; nemedicīniski saules aizsarglīdzekļi kosmētiskiem un dermatoloģiskiem nolūkiem; [..]; dezodoranti un antiperspiranti (pretsviedru līdzekļi) individuālai lietošanai; skūšanās kosmētika un pēcskūšanās līdzekļi”, 28. klases precēm “spēles, rotaļlietas un spēlīetas; [..]; vingrošanas un sporta preces; [..]” un 35. klases pakalpojumiem “mazumtirdzniecības pakalpojumi saistībā ar [..] spēlēm, rotaļlietām un spēlīetām; [..]; vingrošanas un sporta precēm; [..]”;

2.2. zīme **NIVEA MEN** (fig.) (Nr. EUTM 018399171; pieteik. dat. 15.02.2021; reģ. dat. 03.06.2021; publ. dat. 04.06.2021), kas reģistrēta kā figurāla zīme – uz tumši zila apla fona, kas apvilks

ar pelēku kontūru, viens zem otra novietoti baltiem bieziem burtiem izpildīts apzīmējums “NIVEA” un pelēkiem nedaudz šaurākiem burtiem izpildīts vārds “MEN”. Zīme reģistrēta 3. klases precēm “ziepes nemedicīniskiem nolūkiem, smaržas, ēteriskās eļļas, medikamentus nesaturoši kosmētiskie līdzekļi, kosmētiskie līdzekļi ādas attīrīšanai; kosmētiskie līdzekļi ādas kopšanai; dezodoranti un antiperspiranti (pretsviedru līdzekļi) individuālai lietošanai; kosmētiskie līdzekļi matu mazgāšanai, kopšanai un rotāšanai; skūšanās kosmētika un pēcskūšanās līdzekļi”.

3. Iebilduma iesniedzēja puse iebildumu iesniegumu pamato šādi:

3.1. apstrīdētā zīme **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) starptautiski reģistrēta, tostarp arī attiecībā uz Latviju 20.12.2022. Pretstatītās zīmes **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803) un **NIVEA MEN** (fig.) (Nr. EUTM 018399171) reģistrācijai pieteiktas attiecīgi 26.08.2021 un 15.02.2021. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. apstrīdētā zīme un pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.) reģistrētas identiskām precēm 28. klasē. Turklāt pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.) reģistrēta arī 35. klases pakalpojumiem, proti, mazumtirdzniecības pakalpojumiem ar precēm, kurām reģistrēta apstrīdētā zīme, tātad arī šajā apjomā preces, kurām reģistrēta apstrīdētā zīme, ir vērtējamās kā līdzīgas un saistītas ar pakalpojumiem, kuriem reģistrēta pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.);

3.3. pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.) reģistrēta kā figurāla zīme, kas sastāv no viena vārda “NIVEA”, kas ir izpildīts trekniem baltiem burtiem un ir izvietots uz zilas krāsas apla. Apstrīdētā zīme ir melnbalta figurāla zīme, tā sastāv no viena vārda “NIVIA”, kas izpildīts pretstatītajai zīmei līdzīgā rakstībā, proti, trekniem burtiem, un ir izvietots uz noapaļota romba fona. Abu zīmju gadījumā grafiskais elements nav tik spilgts vai atšķirtspējīgs, lai pats par sevi saglabātos patērētāja atmiņā, tas vairāk kalpo kā fons vārdiskā elementa izcelšanai;

3.4. abās salīdzināmajās zīmēs dominējošie elementi ir to vārdiskās daļas “NIVEA” un “NIVIA”, kas ir skaidri salasāmas un izceļas. Ir svarīgi uzsvērt, 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 preču zīmes grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (turpmāk - VT) sprieduma lietā T-312/03, Wassen International v Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (turpmāk - EUIPO)*, 37. punkts);

3.5. salīdzinot pretstatītās zīmes **NIVEA** (fig.) un apstrīdētās preču zīmes dominējošos vārdiskos elementus “NIVEA” un “NIVIA”, jāsecina, ka tie ir vizuāli un fonētiski līdzīgi. Abi vārdiskie apzīmējumi sastāv no trīs zilbēm, kur apstrīdētā zīme atkārtoti četrus no pieciem apzīmējuma “NIVEA” burtiem, proti, “NIV-A”. Arī fonētiski abos gadījumos zīmju sakrītošo daļu skanējums prevalē, turklāt atšķirīgie burti “E” un “I” tiek izrunāti līdzīgi, tāpēc patērētāji šos apzīmējumus var viegli sajaukt. Latvijas patērētāju uztverē salīdzināmo zīmju vārdiskie elementi “NIVEA” un “NIVIA” būs fantāzijas vārdi bez jebkādas nozīmes, un zīmju semantiskā uztvere neietekmēs patērētāju viedokli;

3.6. tātad pēc zīmju vispārējās uztveres salīdzināmās preču zīmes ir vizuāli un fonētiski līdzīgas, bez semantiskās nozīmes, līdz ar to pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas;

3.7. iebilduma iesniedzējam – BEIERSDORF AG – pieder pasaulslavens zīmols **NIVEA** (fig.), kam pamatā ir populārais ādas kopšanas krēms “NIVEA”. Kopš Latvijas neatkarības atjaunošanas **NIVEA** (fig.) produkti ir kļuvuši plaši pieejami Latvijas tirgū, tie tiek plaši un intensīvi reklamēti un ir zināmi ļoti plašam patērētāju lokam. Nav šaubu, ka Latvijā, tāpat kā Eiropas Savienībā un visā pasaulē, **NIVEA** (fig.) produkti pieder pie vispopulārākajiem ķermeņa kopšanas līdzekļiem. Preču zīme **NIVEA** (fig.) pirmo reizi ieguva aizsardzību Vācijā 1905. gadā, bet slavenais krēms “NIVEA” ir pazīstams kopš 1911. gada. Zīmols **NIVEA** ir zināms vairāk nekā 200 valstīs, un tas aptver vairāk nekā 500 produktu. Pasaulē šī preču zīme jau sen atzīta par vienu no slavenākajām, un vairāki avoti to min kā visslavenāko kosmētikas preču jomā. Produkcija ar šo preču zīmi nepieder dārgajai ekskluzīvo preču grupai, jo tās cenas ir mērenas, tomēr kvalitāte ir augsta, un var apgalvot, ka šīs preces ir pieejamas daudziem Latvijas patērētājiem. Informāciju par **NIVEA** (fig.) produkciju, vēsturi un sortimentu var atrast Interneta vietnēs www.beiersdorf.lv, www.nivea.lv, www.beiersdorf.com un www.nivea.com, kā arī

no daudzām gan atsevišķiem produkcijas veidiem, gan zīmolam kopumā veltītām reklāmas kampaņām plašsaziņas līdzekļos, no reklāmām, ko nosūta pa pastu un izplata lielveikalos, no konkursiem, izstādēm, tirdzniecības akcijām un sponsorēšanas pasākumiem.

Iebilduma iesniedzēja uzņēmums un zīmols **NIVEA** (fig.) aktīvi atbalsta veselīga dzīvesveida koncepciju, sponsorē sporta pasākumus un izlaiž produktu līnijas aktīviem un sportiskiem cilvēkiem, ieskaitot 28. klases preces (*iesniegta informācija no Interneta vietnes www.nivea.com*).

Nemot vērā, ka iebilduma iesniedzējs ir ieguldījis ievērojamus līdzekļus un pūles zīmola **NIVEA** (fig.) reputācijas un atpazīstamības nostiprināšanai, jebkuras līdzīgas zīmes izmantošana ir uzskatāma par vēlēšanos bez lieliem izdevumiem un pūlēm iedzīvoties uz ilgstoši pazīstamas un slavenas zīmes reputācijas pamata. Apstrīdētās zīmes īpašnieks nevarēja nezināt, ka zīmols **NIVEA** (fig.) ir pasaules slavenais zīmols.

4. Apstrīdētās preču zīmes **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) īpašnieka pārstāve iebildumu neatzīst, lūdz to noraidīt kā nepamatotu, apelācijā (atbildē uz iebildumu) argumentējot to šādi:

4.1. apstrīdētā preču zīme nav identiska, kā arī nav līdzīga iebilduma iesniedzēja preču zīmēm, tādejādi nepastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas, proti:

- apstrīdētās zīmes grafiskajam atveidojumam ir individuāls raksturs;
- atšķiras zīmju vārdisko daļu burtveidols;
- atšķiras zīmju krāsu salikumi. Apstrīdētā zīme ir izpildīta melnbaltā krāsu salikumā, savukārt pretstatīto zīmju grafiskais noformējums ir veidots, izmantojot spilgti zilo un balto krāsu vai tumši zilo, pelēko un balto krāsu;
- atšķiras zīmēs ietvertie grafiskie elementi. Apstrīdētās zīmes grafiskais izpildījums ir oriģināls un vizuāli absolūti atšķirīgs no pretstatīto figurālo zīmju grafiskā izpildījuma;

4.2. analizējot attiecīgo patērētāju uzmanības līmeni attiecībā uz precēm, kurām zīmes reģistrētas, jāatzīmē, ka Latvijas vidusmēra patērētājs ir labi informēts, uzmanīgs un apdomīgs.

Zīmju sajaukšanas iespēja pastāv gadījumā, ja ir risks, ka sabiedrība var uztvert, ka precēm, kas marķētas ar strīdā iesaistītajām preču zīmēm, ir viena izcelsme, t.i., tās nāk no viena un tā paša uzņēmuma vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Lai noskaidrotu, vai pastāv zīmju sajaukšanas iespēja, ir jāvērtē vairākus savstarpēji saistītus faktorus - preču zīmju līdzība, agrākās zīmes atšķirtspēja, salīdzināmo zīmju atšķirtspējīgie un dominējošie elementi un attiecīgo patērētāju loks;

4.3. **NIVIA** (fig.) ir Indijā radīts zīmols, kas pazīstams ar sporta aprīkojumu, tostarp futbola bumbām, apaviem, apģērbu un citiem ar sportu saistītiem produktiem. Zīmols ir guvis popularitāti sportistu, sporta entuziastu un patērētāju vidū, kuri meklē kvalitatīvu sporta aprīkojumu. Uzņēmums FREEWILL SPORTS PRIVATE LIMITED tika dibināts 1934. gadā. Pirmo reizi zīmols tika reģistrēts 1962. gadā. Zīmols **NIVIA** (fig.) tika radīts no uzņēmuma dibinātāja *Nihal Chand Kharabanda* vārda pirmajiem diviem burtiem un viņa dēla *Vijay* vārda pirmajiem diviem burtiem, pievienojot burtu "A", kas ietilpst abu kungu vārdos (*iesniegta informācija par uzņēmumu FREEWILL SPORTS PRIVATE LIMITED*);

4.4. uzņēmums BEIERSDORF AG sevi pozicionē tirgū šādi: "*We are skincare. For over 140 years, Beiersdorf has been a companion in people's lives, caring for healthy beautiful skin, nurturing people from the outside in*" (latviski - "*Mēs esam ādas kopšanas līdzekļi. Vairāk nekā 140 gadus Beiersdorf ir bijis cilvēku dzīves pavadonis, rūpējoties par veselīgu, skaistu ādu, kopjot cilvēkus no ārpuses*").

Rīcība, kad uzņēmums, attīstot preču zīmi kādai noteiktai preču grupai, vēlāk reģistrē to pašu preču zīmi absolūti atšķirīgām precēm, kas nav viņa darbības pamatmērķis, un izmanto šādas reģistrācijas citu kategoriju preču ražotāju zīmolu apstrīdēšanai, nav uzskatāma par godprātīgu praksi.

Šajā strīdā iesaistīto komersantu komerciālās intereses nekrustojas. **NIVIA** zīmola profesionālām sporta aktivitātēm paredzētās preces nekad nebūs blakus plauktos ar **NIVEA** zīmola ādas kopšanas līdzekļiem. Sporta pasākumu sponsorēšana, sadarbošanās ar sporta klubiem, reklāmas banneru izvietošana sporta pasākumos nevar tikt uzskatīta par komercdarbību, kuras pamatmērķis ir sporta preču un inventāra ražošana;

4.5. RIIPL 62. panta "Dokumentu, pierādījumu un citu papildinājumu pievienošana" ceturtās daļas noteikumi paredz, ka pierādījumus par visām agrākajām tiesībām, ar kurām pamatots iebilduma vai

atzīšanas par spēkā neesošu iesniegums, iesniedz vienlaikus ar attiecīgo iesniegumu un ka pierādījumus iesniedz, ievērojot rūpnieciskā īpašuma normatīvajos aktos noteikto termiņu iebilduma vai atzīšanas par spēkā neesošu iesnieguma iesniegšanai. Minētā norma uzliek pienākumu iesniegt pierādījumus par visām agrākajām tiesībām vienlaikus ar attiecīgo iesniegumu, tostarp pierādījumus par pretstatīto agrāko preču zīmju plašo pazīstamību un reputāciju.

Nemot vērā iebilduma iesniedzēja izklāstīto argumentāciju, agrākām preču zīmēm pirms apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma reputācija Eiropas Savienībā attiecībā uz 28. klases precēm nevar būt konstatēta;

4.6. jēdziens “reputācija” prasa noteikta līmeņa atpazīstamību no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa, un šis atpazīstamības līmenis ir uzskatāms par sasniegtu, ja Eiropas Savienības preču zīme ir pazīstama būtiskai sabiedrības daļai, uz kuru attiecas ar šo preču zīmi aptvertās preces vai pakalpojumi (*Eiropas Savienības Tiesas (turpmāk - EST) sprieduma lietā C-301/07, PAGO International GmbH v Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH*, 21. un 24. punkts). Pārbaudot šo nosacījumu, valsts tiesai ir jāņem vērā visi nozīmīgie lietas faktiskie apstākļi, proti, preču zīmes tirgus daļa, tās izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā izplatība un izmantošanas ilgums, kā arī uzņēmuma preču zīmes veicināšanā ieguldīto līdzekļu apmērs (*EST sprieduma lietā C-301/07, PAGO International GmbH v Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH*, 25. punkts).

Lietā nav faktu un pierādījumu, kas sniegtu pārskatāmu informāciju par iebilduma iesniedzēja preču zīmes tirgus daļu attiecībā uz 28. klases precēm, izmantošanas intensitāti, izmantošanas ilgumu, kā arī par preču zīmes veicināšanā ieguldīto līdzekļu apmēru, kas varētu dot iespēju izvērtēt, vai pretstatītajām zīmēm ir attiecīgā reputācija;

4.7. iebilduma iesniedzēja apgalvojumi par apstrīdētās zīmes īpašnieka vēlēšanos bez lieliem izdevumiem un pūlēm iedzīvoties uz ilgstoši pazīstamas un slavenas zīmes reputācijas pamata ir deklaratīvi, jo nav pamatoti ar faktiem un pierādījumiem. Salīdzināmās zīmes var pastāvēt tirgū līdzās, tāpat kā tās jau pastāv līdzās, piemēram, Indijas tirgū, kas ir ļoti liels tirgus pēc tajā esošo patērētāju skaita.

5. Iebilduma iesniedzēja puse papildus iesniegusi šādus apsvērumus un pierādījumus:

5.1. atbildot uz apstrīdētās zīmes īpašnieka pretenziju saistībā ar RIIPL 62. panta prasību neievērošanu, jānorāda, ka, ja lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētājs pamatotu iemeslu dēļ nenosaka citu termiņu, iebilduma, atzīšanas par spēkā neesošu vai atcelšanas iesnieguma iesniedzējam ir tiesības divu mēnešu laikā pēc tam, kad Apelācijas padome viņam paziņojusi atbildi uz iesniegumu, vai, ja atbilde nav iesniegta, pēc atbildes iesniegšanai noteiktā termiņa beigām iesniegt papildinājumus vai precizējumus, papildu paskaidrojumus un pierādījumus. Līdz ar to iebilduma iesniedzējs tikai izmanto savas likumā noteiktās tiesības;

5.2. nav nozīmes apgalvojumam, ka apstrīdētā zīme pieteikta reģistrācijai melnbaltā krāsā salikumā. Melnbalts preču zīmju attēlojums joprojām tiek izmantots preču zīmju reģistrācijas procedūrās, jo virknē valstu reģistrācijas melnbalts izpildījums neierobežo pieteicēja iespēju lietot zīmi citās krāsas kombinācijās un šāda lietošana tiek atzīta par faktisku melnbaltas zīmes izmantošanu. Informācija no apstrīdētās zīmes īpašnieka mājaslapas un sociālo tīklu kontiem uzskatāmi parāda, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks prevalējoši izmanto pretstatītajam zīmēm identisku atveidojumu – baltas krāsas burti uz zila fona (*iesniegta informācija no Interneta vietnes <https://www.niviasports.com>*);

5.3. salīdzināmo zīmju dominējošajiem vārdiskajiem apzīmējumiem “NIVEA” un “NIVIA” ir gandrīz identiska uzbūve. Pretēji apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojumam, ir jāatzīmē, ka daļīt vārdus pa zīlēm ir ierasta zīmju vizuālās un fonētiskās salīdzināšanas prakse, kas tiek veikta ar mērķi parādīt, ka salīdzināmie apzīmējumi tiek veidoti pēc identiskiem gramatikas principiem, tiek izmantots identisks runas ritms, vārdiem ir vienāds garums, vairākums burtu sakrīt un tie ir novietoti identiskās pozīcijās, kas izraisa preču zīmju sajaukšanu;

5.4. nav nozīmes informācijai par apstrīdētās zīmes īpašnieka preču zīmju tiesību esamību Indijas teritorijā, jo dotajā strīdā izskatāmās teritorijas ir Latvija un Eiropas Savienība. Vienlaikus iebilduma iesniedzējs piekrīt apstrīdētās puses īpašnieka zīmola identifikācijai pēc vārdiskā apzīmējuma “NIVIA”, kas, tāpat kā pretstatīto zīmju vārdiskās daļas “NIVEA”, ir dominējošais vārdiskais apzīmējums, uz ko

atsauksies gala patērētājs. Šāda atsauce uz apstrīdēto zīmi tiek izmantota visos atbildē uz iebildumu iesniegtajos pierādījumos;

5.5. nevar piekrist apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojumam, ka pretstatītās zīmes reģistrācija 28. klasē ir uzskatāma par negodprātīgu praksi. Iebilduma iesniedzēja zīmols “NIVEA” jau vēsturiski tika lietots saistībā ar sporta aktivitātēm un veselīga dzīvesveida koncepciju, kā arī gadiem tiek izlaistas noteiktas produktu līnijas sportistiem, sporta entuziastiem un vidusmēra patērētājiem, līdz ar to reputāciju ieguvušā zīmola **NIVEA** reģistrācija attiecībā uz 28. klases precēm ir bijis pilnīgi loģisks un likumsakarīgs solis;

5.6. preču zīmes **NIVEA** reputācija ir atzīta un pierādīta pavisam nesenos EUIPO iebilduma lietu lēmumos, proti: 2020. gada 18. decembra Iebildumu nodaļas lēmumā Nr. B 3 103 029 (**NIVEA** pret **Nuvia**) un 2020. gada 17. decembra Iebildumu nodaļas lēmumā Nr. B 3 106 016 (**NIVEA** pret **Nivlan**).

EUIPO Iebildumu nodaļas secinājumi pēc pretstatīto zīmju īpašnieka iesniegto materiālu analīzes ir sekojoši:

- iebilduma iesniedzējs iesniedza dokumentus, kuros norādīts, ka ādas kopšanas līdzekļi ar preču zīmi **NIVEA** Eiropā ir nepārtraukti tirgoti kopš 1911. gada. Vairāki pierādījumi apliecina šo ilgstošo un regulāro preču zīmes **NIVEA** izmantošanu Eiropā, piemēram, mārketinga un reklāmas materiāli un tirgus daļu tabulas. Tie visi attiecas uz dažādām valstīm, tostarp Austriju, Beļģiju, Horvātiju, Čehiju, Dāniju, Igauniju, Somiju, Franciju, Vāciju, Grieķiju, Ungāriju, Īriju, Itāliju, Latviju, Lietuvu, Nīderlandi, Poliju, Portugāli, Rumāniju, Slovākiju, Slovēniju, Spāniju, Zviedriju un Apvienoto Karalisti. Īpaši jāatzīmē, ka iebilduma iesniedzējs iesniedza ievērojamu daudzumu pierādījumu par Vāciju;
- preču zīmei **NIVEA** attiecīgajā laika posmā ir bijusi vadošā pozīcija vairāku Eiropas Savienības dalībvalstu ādas kopšanas līdzekļu tirgū. Iebilduma iesniedzējs iesniedza dažādu veidu mārketinga un reklāmas materiālus, piemēram, sludinājumus, katalogus, bukletus, tīmekļa vietņu izdrukas un informāciju par mārketinga aktivitātēm. Turklāt iebilduma iesniedzējs iesniedza vairākus ziņojumus un aptaujas no neatkarīgiem avotiem, kas liecina par augstu sabiedrības informētības pakāpi visā Eiropā saistībā ar zīmola **NIVEA** kosmētiku un ādas kopšanas līdzekļiem;
- visbeidzot, iebilduma iesniedzējs iesniedza pierādījumus par preču zīmes **NIVEA** atzīšanu par pazīstamu un uzticamu zīmolu Eiropā. Par to liecina preču zīmes klātbūtne dažādos zīmolu reitingos un daudzās balvas, ko tā ir ieguvusi;

5.7. ar salīdzināmajām zīmēm marķētās preces ir paredzētas izmantošanai saistībā ar veselīga un sportiska dzīvesveida koncepciju, cilvēka labklājību, skaistumu un veselību, tāpēc arī strīdā iesaistītās 3. un 28. klases preces ir cieši saistītas. Lai pierādītu zīmola **NIVEA** (fig.) ciešu saikni un lietošanu saistībā ar sporta aktivitātēm un attiecīgajām 28. klases precēm, iebilduma iesniedzējs iesniedzis šādus pierādījumus:

- uzņēmēj sabiedrības Beiersdorf AG ikmēneša publikācijas vācu valodā ar tematiskajiem rakstiem, kuros uz sporta inventāra un apģērbiem ir attēlots zīmols **NIVEA** un aprakstītas sporta pasākumu sponsorēšanas kampaņas, kas aptver tādus sporta veidus kā pludmales volejbols, riteņbraukšana, fitnesa nodarbības, dejošana, futbols, hokejs, glābēju sacensības un jogas klases (*iesniegtas publikācijas vācu valodā uz 49 lpp.*);
- materiālus, kuros ir attēlota vēsturiska preču zīmes **NIVEA** saikne ar sporta aktivitātēm (*iesniegti materiāli dažādās valodās, sākot no 1914. gada līdz 1990. gadam, ar “NIVEA” produktu attēlojumu kopsakarā ar sporta aktivitātēm uz 76 lpp.*);
- daļu no EUIPO iebilduma lietā Nr. B 3 103 029 sniegtajiem materiāliem (zīmola vēsture un reklāmas materiāli, tirgus daļa, starpvalstu reitingi, zīmolu reitingi un novērtējumi, apbalvojumi, tirgus pētījumu rezultāti) (*iesniegti materiāli pamatā vācu un angļu valodās uz 1359 lpp.*);

5.8. jau 110 gadu garumā iebilduma iesniedzējs ar zīmolu **NIVEA** sniedz vēstījumu patērētājiem par idilliskām ģimenes vērtībām, par aktīvu laika pavadīšanu un skaistumu, vēlmi būt veselam. Zīmola **NIVEA** ideoloģija ir rūpēties par savu ādu, lai varētu baudīt pilnvērtīgu, veselīgu un sportisku dzīvi. Pat ja 3. un 28. klases preces neražo vai nepiedāvā viena veida uzņēmumi, tās ir saistītas, jo visas tiek izmantotas saistībā ar cilvēka ķermeņa ārējo izskatu, aktīvu dzīvesveidu un veselību. Turklāt to mērķauditorija var sakrist.

EST ir atzinusi, ka dažas preču zīmes var būt ieguvušas tādu reputāciju, kas pārsniedz to sabiedrības daļu, kurai preces ar šo preču zīmi ir paredzētas. Šādā gadījumā ir iespējams, ka relevantā sabiedrības daļa attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuriem ir reģistrēta vēlākā preču zīme, radīs saikni starp konfliktējošām preču zīmēm, pat ja šī sabiedrība ir pilnīgi atšķirīga no relevantās sabiedrības daļas attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuriem agrākā preču zīme ir reģistrēta. Lai novērtētu, vai pastāv saikne starp konfliktējošām preču zīmēm, var būt nepieciešams ņemt vērā agrākās preču zīmes reputācijas stiprumu, lai noteiktu, vai šī reputācija pārsniedz šīs preču zīmes mērķauditoriju. Jo spēcīgāka ir agrākās preču zīmes atšķirtspēja vai nu pašai par sevi, vai arī sakarā ar tās reputāciju sabiedrībā, jo lielāka ir iespēja, ka, saskaroties ar vēlāku identisku vai līdzīgu preču zīmi, konkrētā sabiedrības daļa atcerēsies šo agrāko preču zīmi.

Motīvu daļa

1. Iebildums un apelācija (atbilde uz iebildumu) ir iesniegti atbilstoši PZL, starptautiskās reģistrācijas noteikumos un RIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats tos izskatīt 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 **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) starptautiski reģistrēta, tostarp arī attiecībā uz Latviju 20.12.2022. Pretstatītās zīmes **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803) un **NIVEA MEN** (fig.) (Nr. EUTM 018399171) reģistrācijai pieteiktas attiecīgi 26.08.2021 un 15.02.2021. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes PZL 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Salīdzinot preces un pakalpojumus, kuriem reģistrētas salīdzināmās zīmes, Apelācijas padomes apsvērumi ir šādi:

4.1. gan apstrīdētā zīme **NIVIA** (fig.), gan pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.) reģistrētas precēm “spēles un spēlīetas; vingrošanas un sporta preces”, tātad identiskām precēm 28. klasē;

4.2. Apelācijas padome var piekrist, ka apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 28. klases preces var atzīt par līdzīgām un saistītām arī ar pretstatītās zīmes **NIVEA** (fig.) 35. klases pakalpojumiem, proti, mazumtirdzniecības pakalpojumiem saistībā ar 28. klases precēm “spēles un spēlīetas; vingrošanas un sporta preces”, jo pakalpojumus var atzīt par līdzīgiem tādām precēm, kuras izmanto, šos pakalpojumus sniedzot;

4.3. apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 28. klases preces “spēles un spēlīetas; vingrošanas un sporta preces, kas nav ietvertas citās klasēs” PZL 7. panta ietvaros nevar atzīt par līdzīgām pretstatītās zīmes **NIVEA MEN** (fig.) reģistrācijā ietvertajām 3. klases precēm. Lai arī, piemēram, sporta un vingrošanas preces, tāpat kā ķermeņa kopšanas līdzekļi, var būt paredzētas cilvēka labsajūtas uzlabošanai, lielākoties tās ražo atšķirīgi komersanti. Ja sporta preces ir paredzētas fiziskās veselības uzlabošanai, tad ķermeņa kopšanas līdzekļi vairāk rūpējas par cilvēka ādas veselību un skaistumu. Šīs preces nav savā starpā konkurējošas.

5. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem tiktāl, ciktāl tā pamatota ar pretstatīto zīmi **NIVEA MEN** (fig.) (Nr. EUTM 018399171), nav uzskatāma par pamatotu, jo preces, kurām reģistrēta apstrīdētā zīme **NIVIA** (fig.) un pretstatītā zīme **NIVEA MEN** (fig.), atšķiras.

6. Salīdzinot apstrīdēto zīmi **NIVIA** (fig.) un pretstatīto zīmi **NIVEA** (fig.), Apelācijas padome secina:

6.1. lai arī salīdzināmās zīmes reģistrētas kā figurālas zīmes, visdrīzāk tieši apzīmējumi “NIVIA” un “NIVEA” būs elementi, pēc kuriem patērētāji vadīsies, meklējot un iegādājoties attiecīgos produktus. Abu zīmju gadījumā grafiskais elements ir kā ģeometriskā figūra, uz kuras fona novietota zīmes vārdiskā

daļa. Kopumā zīmju grafiskais izpildījums nav tik īpašs vai unikāls, lai tieši pēc tā patērētāji atcerētos strīdā iesaistītās zīmes. Apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāve zīmju salīdzinājumā īpaši uzsver atšķirības zīmju grafiskajā izpildījumā, taču Apelācijas padomes ieskatā šādas atšķirības patērētājs pamana, tikai rūpīgi salīdzinot zīmes. Turklāt no zīmju salīdzināšanas prakses zināms, ka patērētājs parasti nesalīdzina zīmes tām atrodoties blakus, bet gan tam jāpaļaujas uz nepilnīgu, atmiņā palikušu priekšstatu par salīdzināmajām zīmēm;

6.2. apzīmējumi “NIVIA” un “NIVEA” atšķiras tikai ar vienu burtu, proti, apstrīdētajā zīmē pirmspēdējais burts ir “I”, kamēr pretstatītajā zīmē tajā pašā vietā ir ietverts burts “E”. Apelācijas padomes ieskatā šāda atšķirība starp apzīmējumiem nav būtiska, jo tā ir apzīmējumu beigu daļā, kur tās ietekme uz patērētāju uztveri ir mazāka. Turklāt, piemēram, angļu valodā, kas ir populārākā svešvaloda Latvijā, burtu “E” izrunā kā “I”;

6.3. Apelācijas padomes rīcībā nav informācijas, ka kādam no apzīmējumiem “NIVIA” vai “NIVEA” būtu Latvijas patērētājiem uztverama jēdzieniskā nozīme. Apelācijas padome apšauba, ka patērētāji varētu zināt apstrīdētās zīmes izcelšanās vēsturi, proti, ka tā veidota no uzņēmuma īpašnieka un viņa dēla vārdu pirmajiem burtiem;

6.4. kopumā ņemot, salīdzināmās zīmes ir vērtējamas kā vizuāli un fonētiski līdzīgas.

7. Par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā jāuzskata vidējais patērētājs, jo 28. klases preces (spēles un spēlītiņas, vingrošanas un sporta preces) paredzētas ikvienam sabiedrības loceklim.

8. Tādējādi ir jāatzīst, ka apstrīdētā zīme **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) ir tik līdzīga pretstatītajai zīmei **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803), ka, ievērojot, ka tā attiecas uz precēm, kas ir identiskas tām, kam ir reģistrēta pretstatītā zīme **NIVEA** (fig.), pastāv iespēja, ka salīdzināmās zīmes var tikt sajauktas vai savstarpēji asociētas un ir pamats piemērot PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumus.

9. Iebilduma iesniedzējs ir atsaucies arī uz PZL 9. panta noteikumiem, kas paredz, ka iebilduma iesniegumu pret preču zīmes reģistrāciju var pamatot arī ar agrāku identisku vai līdzīgu Eiropas Savienības zīmi, kam ir laba reputācija Eiropas Savienībā, 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 agrākā preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietotājs bez pamatota iemesla varētu netaisnīgi gūt labumu no minētās agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai kaitēt agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

10. Novērtējot agrākās zīmes reputāciju, jāņem vērā visi attiecīgie faktori, “jo īpaši tirgus daļa, ko aptver preču zīme, tās lietošanas ģeogrāfiskais mērogs un ilgums, kā arī to ieguldījumu apjoms, ko uzņēmums ieguldījis tās veicināšanai” (*EST spriedums lietā C-375/97, General Motors v Yplon SA*, 25. un 27. punkts).

11. Izvērtējot iebilduma iesniedzēja iesniegtos materiālus, Apelācijas padome nevar neņemt vērā, ka EUIPO ar 17.12.2020 lēmumu lietā B 3 106 016 un ar 18.12.2020 lēmumu lietā B 3 103 029 ir atzinis iebilduma iesniedzēja vārdisko preču zīmi **NIVEA** par zīmi ar augstu reputāciju Eiropas Savienībā (kā valstis, kas veido būtisko Eiropas Savienības daļu, nosauktas šādas: Austrija, Beļģija, Horvātija, Čehija, Dānija, Igaunija, Somija, Francija, Vācija, Grieķija, Ungārija, Īrija, Itālija, Latvija, Lietuva, Nīderlande, Polija, Portugāle, Rumānija, Slovākija, Slovēnija, Spānija, Zviedrija un Apvienotā Karaliste) attiecībā uz ādas kopšanas līdzekļiem, kosmētiku, ziepēm, matu kopšanas līdzekļiem, dezodorantiem un saules aizsardzības līdzekļiem.

Kā norāda iebilduma iesniedzējs, liela daļa no šajā lietā iesniegtajiem materiāliem ir tikuši vērtēti abās šajās EUIPO Iebildumu nodaļas izskatītajās lietās. Lai arī EUIPO vērtēja un atzina vārdiskas preču zīmes **NIVEA** labu reputāciju Eiropas Savienībā, Apelācijas padomes ieskatā no lietā iesniegtajiem materiāliem pārliecinoši var secināt arī par pretstatītās figurālās zīmes **NIVEA** (fig.) (Nr. EUTM 018540803) augstu reputāciju būtiskā Eiropas Savienības daļā. Gan vēsturiskie materiāli (krāsainās publikācijas), gan produkcijas attēli no pēdējiem gadiem liecina, ka pamatā produktu noformējums, proti, uz tumši zila fona baltiem burtiem attēlots apzīmējums “NIVEA”, ir saglabājis gandrīz no pašiem preču zīmes pirmsākumiem.

Lietā ir iesniegti materiāli par preču zīmes **NIVEA** (fig.) seno vēsturi (proti, no 1911. gada), ilgstošo izmantošanu gan Eiropas Savienībā, gan citviet pasaulē. Tā ir ierindota dažādos preču zīmju atpazīstamības topus, tostarp novērtēta kā “uzticamākais zīmols” un kā atpazīstamākais sejas kopšanas zīmols visā pasaulē, ieteikts un reklamēts no dažādu populāru personu puses.

Nemot vērā gan EUIPO Iebildumu nodaļas konstatēto, gan lietā esošos materiālus, arī Apelācijas padome uzskata, ka nepastāv šaubas par pretstatītās zīmes **NIVEA** (fig.) augstu reputāciju būtiskā Eiropas Savienības daļā attiecībā uz ķermeņa kopšanas līdzekļiem.

12. Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētās zīmes **NIVIA** (fig.) lietošana var kaitēt ar reputāciju apveltītajai Eiropas Savienības preču zīmei **NIVEA** (fig.), jo patērētāju uztverē starp šīm zīmēm var veidoties asociatīva saikne. Iebilduma iesniedzējs gadu gadiem ir iestājies par veselīgu dzīvesveidu, sponsorējis virkni sporta veidu un pasākumu. Jau vēsturiski iebilduma iesniedzēja produkciju ir reklamējuši un to atpazīstamību veicinājuši tieši sportisti un veselīga dzīvesveida piekritēji. Līdz ar to pretstatītās zīmes tēls vai īpašības, ko tā demonstrē, var tikt piedēvētas precēm, kas markētas ar apstrīdēto zīmi, turklāt apstrīdētās zīmes īpašnieks bez finansiālas atlīdzības var izmantot komerciāla rakstura pūles, ko zīmju īpašnieks pielicis, lai izveidotu un uzturētu to tēlu. It īpaši pie apstākļiem, kad apstrīdētā zīme ir tik tuva pretstatītajai zīmei, turklāt tiek izmantota tāda pašā vai līdzīgā krāsu salikumā:



Tādējādi pastāv augsts potenciālais kaitējums agrākās zīmes reputācijai, piemēram, agrākā zīme vairs nav tik ekskluzīva, ja tirgū parādās agrākajai zīmei tik tuva preču zīme kā apstrīdētā zīme, proti, ar viena burta atšķirību apzīmējuma beigu daļā. Tas var samazināt šīs zīmes pievilcību un mazināt tās vērtību, kas iegūta, pateicoties tik ilgai un intensīvai zīmes lietošanai, kā arī reklāmas aktivitātēm.

Tādējādi Apelācijas padomes ieskatā nevar izslēgt iespēju, ka apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz 28. klasē ietvertajām precēm, vismaz tām, kas saistītas ar sportu un veselīga dzīvesveida uzturēšanu, varētu asociēties ar iebilduma iesniedzēju. Līdz ar to Apelācijas padome atzīst, ka vismaz šādā apjomā iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 9. panta noteikumiem atzīstama par pamatotu.

13. Apstrīdētās zīmes īpašnieka puse norāda, ka saskaņā ar RI IPL 62. panta ceturto daļu iebilduma iesniedzēja pusei bija pienākums iesniegt pierādījumus par visām agrākajām tiesībām vienlaikus ar attiecīgo iesniegumu un tas attiecas arī uz pierādījumiem par pretstatītās agrākās preču zīmes reputāciju, taču tie tika iesniegti vēlāk, nenorādot termiņa nokavēšanas iemeslu.

Šajā sakarā ir norādāms, ka RI IPL 62. panta ceturtais daļas norma attiecas tikai uz pierādījumiem par agrākajām tiesībām, ar kurām tiek pamatots iebilduma vai atzīšanas par spēkā neesošu iesniegums. Respektīvi, normā ietvertie teikumi ir lasāmi kontekstā viens ar otru, proti, runa ir nevis par jebkuru pierādījumu iesniegšanu vienlaikus ar attiecīgo iesniegumu, bet gan tikai par pierādījumiem, kas attiecas uz visu agrāko tiesību uzskaitījumu, to nosaukšanu. Apelācijas padomes ieskatā minētās normas mērķis ir, lai apstrīdētās reģistrācijas īpašnieks jau sākotnēji ir informēts par visiem tiem rūpnieciskā īpašuma objektiem, kurus iesniedzējs pretstata apstrīdētajai reģistrācijai un kuru līdzību vai citus apstākļus otra puse var pirmsšķietami novērtēt, nevis iesniedzējam liegt iespēju papildināt savu argumentāciju, tostarp ar pierādījumiem.

Nav šaubu, ka komersantiem ir nepieciešams, lai administratīvā apstrīdēšanas procedūra Apelācijas padomē būtu bez liekiem apgrūtinājumiem, ātra un efektīva. Kaut arī Apelācijas padome nenoliedz, ka pierādījumu, piemēram, attiecībā uz zīmes reputāciju, iesniegšana jau sākotnēji jeb vienlaikus ar attiecīgo iesniegumu būtu vēlama, tomēr saskaņā ar RI IPL 73. pantu, izskatot lietu rakstveida procesā, papildinājumu iesniegšanas iespēja tiek nodrošināta jebkurai pusei – gan iebilduma iesniedzējam, gan apstrīdētās zīmes īpašniekam (proti, abas puses var RI IPL 73. pantā noteiktajā termiņā iesniegt attiecīgi iebildumam vai atbildei savus papildinājumus vai precizējumus, papildu paskaidrojumus un pierādījumus).

Arī šajā gadījumā ar lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētājas lēmumu pusēm bija noteikts, kad iesniedzami papildinājumi iebildumam un atbildei, abas puses to ievēroja. Līdz ar to Apelācijas padome neuzskata, ka iebilduma iesniedzējs pierādījumus ir iesniedzis novēloti un tādēļ tie nebūtu ņemami vērā.

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 un 9. panta noteikumiem, **nolemj:**

1. apmierināt Vācijas uzņēmēj sabiedrības BEIERSDORF AG iebildumu pret starptautiski reģistrētās preču zīmes **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) spēkā stāšanos Latvijā, atzīstot to par spēkā neesošu ar tās starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju dienu;

2. noraidīt Indijas uzņēmēj sabiedrības FREEWILL SPORTS PRIVATE LIMITED apelāciju par Patentu valdes lēmumu atteikt starptautiski reģistrētās preču zīmes **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) spēkā stāšanos Latvijā;

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 **NIVIA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 718 135) starptautiskās reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju atzīšanu par spēkā esošu.

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 priekšsēdētājs: /personiskais paraksts/ I. Bukina

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

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova