



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/2024/M 79 349-Ie  
(OP-2024-16)

LĒMUMS

Rīgā

2024. gada 4. novembrī

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

rakstveida procesā izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 43. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIPL) 60. panta noteikumiem, 2024. gada 19. aprīlī Vācijas uzņēmēj sabiedrības AUDI AG (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā I. Poļaka pret preču zīmes **A07** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.):

**A07**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO., LTD. (Ķīna); pieteik. Nr. M-23-1096; pieteik. dat. 22.12.2023; reģ. Nr. M 79 349; reģ. (publ.) dat. – 20.01.2024; 12. klases preces)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējums: sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) līdzību iebilduma iesniedzēja agrākai Eiropas Savienības preču zīmei **A7** (Nr. EUTM 000307413) un attiecīgo preču identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkts).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 25.04.2024 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašnieka pārstāvei patentpilnvarniecei ar specializāciju preču zīmju jomā I. Pētersonei, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Apstrīdētās zīmes īpašnieka atbilde nav saņemta.

Iebilduma lietas pusēm 31.07.2024 paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 04.10.2024.

Apelācijas padomē 03.10.2024 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves papildinājumi iebildumam, kuri nākamajā dienā nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvei.

**Aprakstošā daļa**

1. Apstrīdētā zīme **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) ir reģistrēta kā figurāla preču zīme – mazliet stilizētā rakstībā atveidots uzraksts “A07”.

Zīme reģistrēta šādām 12. klases precēm: “elektriskie transportlīdzekļi; kravas automobiļi; automobiļi; automašīnu amortizatori; vilces dzinēji sauszemes transportlīdzekļiem; elektrodzinēji

sauszemes transportlīdzekļiem; sajūgveida savienojumi sauszemes transportlīdzekļiem; kempinga auto; automobiļu virsbūves”.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis vārdisku Eiropas Savienības preču zīmi **A7** (Nr. EUTM 000307413; pieteik. dat. 15.07.1996; reģ. dat. 06.08.1999; publ. dat. 20.09.1999; attiecībā uz Latviju spēkā no 01.05.2004; atjaunošanas dat. 24.03.2016).

Šī preču zīme ir reģistrēta šādām precēm un pakalpojumiem:

- 12. kl. – automobiļi un to konstrukcijas daļas, izņemot divvietīgos *Clubman* transportlīdzekļus un to konstrukcijas daļas;
- 37. kl. – mehānisko transportlīdzekļu remonts un apkope, izņemot divvietīgo *Clubman* transportlīdzekļu remontu un apkopi.

3. Iebilduma iesniedzēja puse, pamatojoties uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punktu, lūdz atzīt preču zīmes **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to iebilduma iesniegumā un papildinājumos šādi:

3.1. pretstatītā Eiropas Savienības preču zīme **A7** (Nr. EUTM 000307413) reģistrācijai ir pieteikta 15.07.1996 (*Apelācijas padomes piezīme – saskaņā ar PZL Pārejas noteikumu 3. punktu zīmes prioritāte Latvijā noteikta ar 01.05.2004*). Apstrīdētās preču zīmes **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) pieteikuma datums ir 22.12.2023. Tātad pretstatītā preču zīme šajā lietā ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;

3.2. Eiropas Savienības Tiesa (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.

Apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 12. klases preces (elektriskie transportlīdzekļi; kravas automobiļi; automobiļi; automašīnu amortizatori; vilces dzinēji sauszemes transportlīdzekļiem; elektrodzinēji sauszemes transportlīdzekļiem; sajūgveida savienojumi sauszemes transportlīdzekļiem; kempinga auto; automobiļu virsbūves) ir identiskas un līdzīgas pretstatītās zīmes 12. klases precēm (automobiļi un to konstrukcijas daļas, izņemot divvietīgos *Clubman* transportlīdzekļus un to konstrukcijas daļas).

Šajā gadījumā apstrīdētās zīmes preces un pretstatītās zīmes preces attiecas uz vienu un to pašu jomu, proti, transportlīdzekļiem un to konstrukcijas daļām. Šīm precēm ir sakritīgs gan izmantošanas mērķis, gan lietošanas nolūks, tām var būt vieni un tie paši patērētāji, un tām būs tie paši izplatīšanas un realizācijas kanāli.

Turklāt Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008) ir norādīts, ka identiskums ir konstatējams arī tad, ja apstrīdētās preču zīmes preces vai pakalpojumi jēdzieniski ietilpst agrākās zīmes precēs vai pakalpojumos, kas nosaukti plašāk, vispārīgāk, tātad gadījumā, kad agrākās zīmes preču un pakalpojumu saraksts jēdzieniski “pārklāj” vēlākā apzīmējuma preces vai pakalpojumus (*minētā apkopojuma 56. lpp.*);

3.3. 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 (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 23. punkts un EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 25. punkts*);

3.4. salīdzināmās preču zīmes **A07** (fig.) un **A7** ir līdzīgas:

3.4.1. agrāko vārdisko preču zīmi veido viena burta “A” un cipara “7” kombinācija. Apstrīdētā zīme ir reģistrēta kā figurāla zīme, taču šīs zīmes grafiskums izpaužas kā tās vārdiskās daļas izpildījums konkrētā rakstībā, kuru var uzskatīt par tuvu standarta rakstībai;

3.4.2. zīmju līdzību nosaka tas, ka to vārdisko daļu veido viens un tas pats burts “A” un cipars “7”, ar to atšķirību, ka apstrīdētajā zīmē starp sakrītīgajiem elementiem ir ietverts vēl viens cipars “0”. Šādu atšķirību var raksturot kā nebūtisku, kuru patērētāji var arī nepamanīt. Tādejādi salīdzināmo zīmju kopiespāids ir tuvs, un tās uzskatāmas par līdzīgām gan fonētiski, gan vizuāli;

3.4.3. 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/pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot preču zīmes grafisko elementu (*Vispārējās tiesas (VT) sprieduma lietā T-312/03, Wassen International Ltd. v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB) (tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO)), 37. punkts*);

3.4.4. turklāt vidusmēra patērētājam reti ir dota iespēja tieši blakus salīdzināt preču zīmes. Parasti tam jāpaļaujas uz atmiņā palikušu nepilnīgu priekšstatu par kādu zīmi, un, visticamāk, patērētājs atcerēsies asociācijas, kas paliek atmiņā, ieraugot konkrētu zīmi. Tādejādi iespēja sajaukt līdzīgas zīmes ievērojami palielinās;

3.5. sajaukšanas iespēja ir jānovērtē, ņemot vērā attiecīgo preču un pakalpojumu patērētāja uzmanības līmeni. Iegādājoties lētākas vai ikdienas patēriņa preces, patērētāju uzmanības līmenis ir zemāks, turpretī, iegādājoties dārgākas, luksusa preces vai arī farmaceitiskās preces, patērētāju uzmanības līmenis ir augstāks.

Šajā iebilduma lietā attiecīgās preces, kurām ir reģistrētas salīdzināmās zīmes, ir paredzētas plašai sabiedrības daļai, proti, gan vidusmēra patērētājiem, kuri izmanto transporta līdzekļus, gan nozares speciālistiem un tiem, kuri interesējas par transportlīdzekļiem. Tādejādi patērētāju uzmanības līmenis būs vidējs;

3.6. ņemot vērā salīdzināmo zīmju līdzību, kā arī preču, kurām salīdzināmās zīmes ir reģistrētas, identiskumu un līdzību, pastāv iespēja, ka patērētāji salīdzināmās preču zīmes sajauks vai uzskatīs par savstarpēji saistītām. Patērētāji, ieraugot apstrīdēto preču zīmi, var nodomāt, ka tā ir iebilduma iesniedzēja preču zīme, kura paredzēta Latvijas tirgum, proti, patērētājiem tiek piedāvāta jauna transportlīdzekļu līnija;

3.7. viens no būtiskiem EST atzinumiem preču zīmju aizsardzības jomā ir tas, ka zīmes ar augstu atšķirtspēju, kura tām piemīt vai nu pašām par sevi, vai sakarā ar to plašu pazīstamību 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*);

3.8. iebilduma iesniedzējs – Audi AG (turpmāk arī - “Audi”) – ir atzīts par vienu no vadošajiem automašīnu ražotājiem, kurš piedāvā augstākās klases automašīnas un motociklus visā pasaulē.

Uzņēmuma “Audi” pirmsākumi meklējami 1899. gadā, kad Augusts Horhs (*August Horch*) nodibināja mehānisko transportlīdzekļu uzņēmumu “Horch & Cie”. Desmit gadus vēlāk viņš nodibināja otru automašīnu ražošanas uzņēmumu “Audi Automobilwerke GmbH Zwickau”.

Pašlaik uzņēmums “Audi” pārvalda automašīnu ražotnes kopā ar saviem meitasuzņēmumiem Amerikā un Eiropā, Tuvajos Austrumos un Āzijas un Klusā okeāna valstīs. Uzņēmuma galvenā mītne atrodas Ingolštātē (Vācijā). Grupas “Audi” globālajā ražotņu tīklā ietilpst divas Vācijas ražotnes Ingolštātē un Nekarsulmā, kā arī ražotnes Ungārijā, Beļģijā, Meksikā, Slovākijā, Spānijā, Indonēzijā, Indijā un Ķīnā.

2022. gadā uzņēmums “Audi” ievērojami palielināja pilnībā elektrisku automobiļu piegādes, tām pieaugot par aptuveni 44%. Kopumā 2023. gadā uzņēmums “Audi” pārdeva vairāk nekā 1,61 milj. transportlīdzekļu, kas bija tuvu iepriekšējā gada līmenim, neraugoties uz piegādes traucējumiem un citām grūtībām loģistikā. Lielais pieprasījums pēc pilnībā elektriskiem modeļiem apstiprina uzņēmuma lēmumu par labu pilnībā elektriskai nākotnei jeb elektroauto ražošanai.

Automašīnām “Audi” ir vairākas modeļu sērijas, piemēram: A1, A3, A4, A6, A7, A8, S3, S5, S7, S8, RS, RS3, RS4, RS5, RS6, RS7, Q3, Q4, Q5, Q6, Q7, Q8. Viena no iebilduma iesniedzēja preču zīmēm ir arī **A7**, ar kuru tiek piedāvātas dinamiskas un plaša pielietojuma automašīnas darbam un brīvajam laikam. Automašīna “Audi A7 Sportback” ir sportiskuma un elegances apvienojums. Papildu aprīkojumā ir pieejama balstiekārta ar amortizatoru kontroli, kuras dēļ “Audi A7 Sportback” apvieno

sporta automobiļa efektivitāti ar braukšanu luksusa klases limuzīnā. Sportiskam braukšanas stilam var izvēlēties iebilduma iesniedzēja četru riteņu piedziņas sistēmu “quattro” ar sporta diferenciāli, nodrošinot augstas precizitātes vadāmību un lielisku virziena noturību praktiski jebkurā apvidū. Automašīnu “Audi A7 Sportback” salonu raksturo divas galvenās vērtības: sportiskums un kvalitāte;

3.9. Latvijā iebilduma iesniedzēja automašīnu importētājs ir uzņēmēj sabiedrība Møller Baltic Import SE (Duntes ielā 3, Rīgā). “Audi” pārstāvniecību Latvijā veic uzņēmēj sabiedrība Møller Auto (K. Ulmaņa gatvē 115, Mārupē), savukārt servisu un tehnisko apkopi nodrošina partneris “Moller Auto Krasta” (Krasta ielā 54, Rīgā). Šīs kompānijas piedāvā uzticamu servisu, kvalitatīvi izdarītu darbu, tikai oriģinālas rezerves daļas un garantiju, uz kuru var paļauties;

3.10. iebilduma iesniedzējs un tā preču zīme **A7** ir labi pazīstami Eiropas, tostarp Latvijas, attiecīgajiem patērētājiem, un tā ir ieguvusi augstu atšķirtspēju un atpazīstamību patērētāju vidū. Tādējādi pastāv nopietns risks, ka patērētājs, saskaroties ar apstrīdēto preču zīmi **A07** (fig.), kura ir sajaucami līdzīga labi atpazīstamai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **A7**, maldīgi uzskatīs, ka tā pieder iebilduma iesniedzējam.

Jāņem vērā arī tas, ka iebilduma iesniedzēja preču zīme **A7** ir labi zināma preču zīme Eiropas valstīs, un tas mūsdienu apstākļos nevar neatstāt iespaidu uz Latvijas sabiedrības informētību par to. It sevišķi tas attiecas uz precēm, kuru prestižais raksturs vai iespaids uz dzīves stilu un paradumiem izraisa paaugstinātu sabiedrības interesi. Tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas vai elitāras preces, tomēr šādas preces zina lielākā sabiedrības daļa, praktiski katrs, jo tās tiek īpašā veidā reklamētas un netieši popularizētas presē, literatūrā, televīzijā, filmās. Tādējādi attiecīgās preces un preču zīmes zina ne tikai tas personu loks, kas šīs preces var iegādāties, bet daudz plašāka sabiedrības daļa, un tas nenoliedzami ir veicinājis iebilduma iesniedzēja un preču zīmes **A7** atpazīstamību Latvijā.

Apstrīdētā preču zīme mēģina izveidot saikni ar agrākās preču zīmes tēlu, lai izmantotu tās pievilksanas spēju, reputāciju un prestižu;

3.11. iebilduma iesniedzējs aktīvi aizsargā savas intelektuālā īpašuma tiesības. Tāpēc ne tikai Latvijā, bet arī vairākās citās valstīs ir iesniegti iebildumi pret preču zīmes **A07** (fig.) reģistrāciju, kuras īpašnieks ir uzņēmēj sabiedrība CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO., LTD. (Ķīna). Šobrīd ir saņemts iebilduma iesniedzējam pozitīvs lēmums Portugālē (*iesniegts Portugāles Rūpnieciskā īpašuma institūta 31.07.2024 lēmums lietā pret preču zīmes A07 (fig.) (reģ. Nr. 717961) reģistrāciju gan portugāļu valodā, gan angļu valodā*). Minētajā lēmumā, salīdzinot tās pašas preču zīmes, kas ir arī šajā iebilduma lietā, tika atzīta to fonētiskā un vizuālā līdzība, tādējādi patērētāji, ieraugot apstrīdēto zīmi, var nodomāt, ka tā ir iebilduma iesniedzēja preču zīmes variācija, radot iespēju, ka patērētājs kļūdaini nodomās par salīdzināmo preču zīmju īpašnieku savstarpējo saistību. Lēmumā arī konstatēts, ka apstrīdētajā preču zīmē ir imitēta (atdarināta) iebilduma iesniedzēja preču zīme, un, neatkarīgi no apstrīdētās preču zīmes īpašnieka nodoma, pastāv negodīgas konkurences iespēja.

## Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts atbilstoši PZL un RIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats to 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.

Tātad, lai piemērotu minētā panta noteikumus, jākonstatē, ka:

- pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē;
- preces, kurām reģistrēta apstrīdētā zīme, ir identiskas vai līdzīgas precēm, kurām ir reģistrēta pretstatītā zīme;
- salīdzināmās zīmes ir identiskas vai līdzīgas;
- sakarā ar preču zīmju identiskumu vai līdzību un attiecīgo preču identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka apstrīdētās preču zīmes **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) pieteikuma datums ir 22.12.2023. Pretstatītā Eiropas Savienības preču zīme **A7** (Nr. EUTM 000307413) reģistrācijai ir pieteikta 15.07.1996, un saskaņā ar PZL Pārejas noteikumu 3. punktu šīs zīmes prioritāte Latvijā noteikta ar 01.05.2004.

Tātad pretstatītā preču zīme šajā lietā ir agrāka preču zīme PZL 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Novērtējot salīdzināmo zīmju 12. klases preču sarakstus, Apelācijas padome piekrīt iebilduma iesniedzēja pārstāves secinājumam, ka daļa apstrīdētās zīmes preču ir identiskas (piem., automobiļi), daļa – jēdzieniski ietilpst pretstatītās zīmes 12. klases preču sarakstā (piem., automobiļi un automobiļu konstrukcijas daļas ietver arī tādas automašīnu daļas un iekārtas kā automašīnu amortizatorus, vilces dzinējus, elektrodzinējus, sajūgveida savienojumus un automobiļu virsbūves). Savukārt attiecībā uz pārējām apstrīdētās zīmes precēm ir secināms, ka tās (piem., kravas automobiļi, kempinga auto un citu veidu elektriskie transportlīdzekļi vai to daļas) nav tik specifiskas, lai nevarētu atzīt par līdzīgām tām precēm, kurām reģistrēta pretstatītā zīme.

Nevar noliegt, ka elektriskie transportlīdzekļi, kuriem reģistrēta apstrīdētā zīme, attiecas uz plašu mašīnu klāstu, kurā var ietilpt ne tikai automobiļi, bet arī specifiskāka rakstura un nolūka mašīnas, piemēram, mašīnas, kas tiek izmantotas lauksaimniecībā (piem., elektriskie traktori). Taču var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka vairums vidusmēra patērētāju varētu primāri uzskatīt, ka transportlīdzekļu, kaut dažādu veidu, nolūks ir viens un tas pats, proti, tie paredzēti personu un priekšmetu pārvietošanai pa sauszemi, gaisu vai ūdeni, un tos var ražot viena profila uzņēmumi (piem., tādi transportlīdzekļu ražotāji kā “Volvo” un “Mercedes” piedāvā gan vieglos automobiļus, gan kravas automašīnas, gan autobusus, gan motociklus, gan jahtas). Arī tas, vai attiecīgajā transportlīdzeklī uzstādītais enerģijas avots ir iekšdedzes dzinējs vai elektromotors, neiezīmē tik krasu atšķirību starp attiecīgajiem transportlīdzekļiem, jo mašīnbūves segmentā viens un tas pats komersants var piedāvāt gan pilnīgi elektriskus spēkratus, gan hibrīdauto (divi dzinēji – iekšdedzes un elektromotors), gan automašīnas tikai ar iekšdedzes dzinējiem, un dažādu veidu transportlīdzekļus var atzīt par savstarpēji konkurējošām precēm.

5. Par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā ir jāuzskata gan vidusmēra patērētāji, gan arī speciālisti.

Daļa salīdzināmo zīmju preču ir tādas, ar kurām saskarē kā šo preču pircējs vai lietotājs var nonākt jebkurš Latvijas patērētājs, kurš sasniedzis atbilstošu vecumu transportlīdzekļa vadīšanai un iegādei. Jāsecina, ka, ņemot vērā transportlīdzekļu (piem., automobiļu, kempinga auto) iegādes cenu un izmantošanas ilgumu, arī vidusmēra patērētāju uzmanības līmenis, iegādājoties šīs preces, būs pietiekami augsts, un patērētājs, lai izdarītu savu izvēli, parasti veiks rūpīgāku izpēti, kas zināmā mērā izslēdz nejausu preču zīmju sajaukšanas iespēju transportlīdzekļu iegādes procesā.

Daļa preču, kurām reģistrēta apstrīdētā preču zīme (piem., kravas automobiļi un transportlīdzekļu daļas – automašīnu amortizatori, automobiļu virsbūves, vilces dzinēji sauszemes transportlīdzekļiem), pieder pie precēm, kuras pērk vai lieto tikai speciālisti. Speciālisti parasti ir labi informēti, uzmanīgi un apdomīgi, un to zināšanas konkrētajā jomā ir padziļinātas.

6. Salīdzinot apstrīdēto zīmi **A07** (fig.) ar tai pretstatīto zīmi **A7**, Apelācijas padome secina:

6.1. agrāko vārdisko preču zīmi veido burta “A” un cipara “7” kombinācija, proti, “A7”. Apstrīdētā zīme ir figurāla zīme – burts “A” un, visticamāk, divu ciparu “07” kombinācija, proti, “A07”, kas atveidoti pavisam nedaudz stilizētā rakstībā. Apelācijas padomes ieskatā paša vārdiskā apzīmējuma “A07” rakstības veids nav tik īpašs, un tas, kaut nedaudz biežākām līnijām veidots un elementi atveidoti mazliet izvērsti, ir tuvs standarta rakstībā izpildītiem burtiem. Līdz ar to šajā gadījumā var nešaubīgi apgalvot, ka patērētāju uztverē un atmiņā paliekošais būs zīmes vārdiskais apzīmējums, proti, “A07”;

6.2. salīdzināmo zīmju dominējošie vārdiskie apzīmējumi “A7” un “A07” pēc to vizuālā kopiespauda, izrunas un koncepcijas ir līdzīgi.

Kaut arī salīdzināmie apzīmējumi ir īsi (agrāko zīmi veido 2 simboli, bet apstrīdēto – 3 simboli), tiem sakrīt tas, ka tajos kā pirmais tiks uztverts viens un tas pats burts (skaņa) “A” un ka zīmes beidzas ar vienu un to pašu ciparu, proti, “7” (septiņi). Līdz ar to apstrīdētās zīmes atšķirību – ciparu “0” (nulle) starp zīmju sakritīgajiem burtiem – patērētājiem varētu būt grūtāk ieraudzīt un atcerēties pēc kāda laika.

Turklāt Latvijas patērētājiem sakritīgie zīmes elementi varētu raisīt spilgtākas asociācijas, tātad vieglāk palikt patērētāju atmiņā, nekā atšķirīgais cipars “0”. Burts “A” ir daudzu valodu, arī latviešu valodas alfabēta pirmais burts, kuru kā vienu no pirmajiem apgūst, uzsākot mācīties runāt un lasīt. Savukārt ciparam “7” tiek piešķirta īpaša loma, jo tas tiek plaši izmantots un ar spēcīgu simbolisku nozīmi ir nostiprinājies dažādās dzīves jomās. Piemēram, nedēļā ir septiņas dienas, septiņi pasaules brīnumi, septiņi nāves grēki, septiņas varavīksnes krāsas, septiņi rūķīši brāļu Grimmu pasakā “Sniegbaltīte”, laimes skaitlis “7” (lielo laimestu daudzās spēlēs veido trīs septiņnieki “777” jeb “džekpots”). Visbeidzot, cipars “7” ir sastopams tādās latviešu parunās un ticējumos kā “Septiņas reizes nomēri, vienu - nogriez”, “No laimes kā septītajās debesīs” vai “Septiņi vienu negaida” (*skat. rakstu “Maģiskais skaitlis “Septiņi”. Kāpēc to uzskata par laimīgu?” Interneta vietnē <https://www.dzivei.lv/magiskais-skaitlis-septini-kapec-to-uzskata-par-laimigu/>*). Savukārt cipars “0” (*cipars, ar ko norāda, ka attiecīgajā skaitļu šķirā nav nevienas vienības; skaitlis, kas ir robeža starp pozitīvajiem un negatīvajiem skaitļiem; skat. Interneta vietnē <https://tezaurs.lv/nulle>*) sadzīvē tiek asociēts kā “nekas”, “neesošs daudzums”, “tukšums”.

Kas attiecas uz agrākā apzīmējuma “A7” atšķirtspēju, Apelācijas padomes ieskatā tas kontekstā ar automobiļiem neko neapraksta, līdz ar to šāda burta un cipara kombinācija var kalpot kā kāda uzņēmuma automobiļus identificējošs apzīmējums, proti, preču zīme.

7. Tādējādi galvenais jautājums PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanai šajā lietā ir salīdzināmo preču zīmju sajaukšanas vai savstarpējas asociācijas iespējas vērtējums kompleksā skatījumā, kopā ar attiecīgo preču identiskumu un līdzību.

Preču zīmju sajaukšanas iespējas vērtējums ir atkarīgs no daudziem elementiem un īpaši no preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū, no asociācijām, ko izraisa preču zīme, no līdzības pakāpes starp preču zīmēm, kā arī starp precēm un pakalpojumiem, ko tās identificē. Sajaukšanas iespēja tādējādi jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktoros, kas attiecas uz lietas apstākļiem (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 22. punkts*).

8. Iebilduma iesniedzējs Audi AG, atsaucoties uz savu seno un ilgo darbību un vadošo lomu automašīnu ražošanā, ir norādījis pāris iezīmīgus faktus un apstākļus, piemēram, par uzņēmuma ražotņu areālu daudzās pasaules valstīs un kopējo automobiļu tirdzniecības apjomu 2022. un 2023. gadā. Tomēr Apelācijas padome ņem vērā, ka minētie fakti attiecas uz uzņēmuma kopējo darbību un sasniegumiem, nevis raksturo šajā lietā pretstatītās zīmes **A7** reputāciju tirgū. Iebilduma iesniedzējs ir izcēlis dažus automobiļu **A7** tehniskos aspektus un raksturojis to aprīkojumu, bet tādi dati, kas ļautu secināt tieši par automobiļu **A7** vietu un lomu iepretim citām iebilduma iesniedzēja automašīnām, lietā nav iesniegti.

Turpretim iebilduma iesniedzējs ir norādījis, ka tam ir virkne automašīnu modeļu sēriju ar šādiem nosaukumiem (daļa ir arī reģistrēti kā preču zīmes): A1, A3, A4, A6, A7, A8, S3, S5, S7, S8, RS, RS3, RS4, RS5, RS6, RS7, Q3, Q4, Q5, Q6, Q7 un Q8. Tātad iebilduma iesniedzējam, izvēloties automašīnas modeļu sērijas nosaukumu, ir raksturīgi to veidot ne tikai kā viena burta un viena cipara kombināciju (piem., A3, A7, Q3, Q7), bet arī no diviem burtiem (RS) vai diviem burtiem un cipara (piem., RS3 un RS7).

Šādā situācijā, kad apstrīdētā zīme ietver to pašu agrākās zīmes burta un cipara kombināciju, vien papildinājumā ar vēl vienu ciparu, pastāv ticama iespēja, ka attiecībā uz tām pašām un līdzīgām precēm, kā tas tika konstatēts šajā lietā, patērētājiem vēlākā – apstrīdētā zīme **A07** (fig.) varētu asociēties ar agrāko, jau zināmo preču zīmi **A7** un patērētāji vēlāko zīmi varētu uztvert kā šīs agrākās zīmes vēl vienu jaunu automašīnas modeļa variantu (respektīvi, pirms tam iebilduma iesniedzējam pieder automašīnas modelis ar nosaukumu, kuru veido viena burta un cipara kombinācija, bet jaunais modelis ir izveidots, kombinējot to pašu burtu un ciparu, tikai papildinājumā ar vēl vienu ciparu, piemēram, elektromobiļu variantam).

Tātad patērētāji salīdzināmās preču zīmes **A07** (fig.) un **A7** varētu uztvert kā savstarpēji saistītas.

9. Līdz ar to Apelācijas padome iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem atzīst par pamatotu.

### Rezolutīvā daļa

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

noteikumiem un pamatojoties uz Preču zīmju likuma 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, **nolemj:**

1. apmierināt Vācijas uzņēmēj sabiedrības AUDI AG iebildumu pret preču zīmes **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) reģistrāciju Latvijā, atzīstot 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 **A07** (fig.) (reģ. Nr. M 79 349) 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.<sup>3</sup> 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