


## Nozīmīgas iebildumu lietas (2020. gads)

Būtība	Lietas izklāsts	Iebilduma pamatojums / agrākās tiesības	Apstrīdētā reģistrācija	Lēmums
<p>Negodprātīga preču zīmes reģistrācijas pieteikuma aspekti: apstākļu kopums, kuru dēļ preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu neatkarīgi no precēm vai pakalpojumiem, kas ietverti šīs zīmes reģistrācijā.</p>	<p>Apmierināti ASV universitātes The Rockefeller University un ASV uzņēmējdarbības 1979 Family Trust Licensor, LLC iebildumi pret preču zīmes <b>ROCKEFELLER</b> (reģ. Nr. M 74 065) reģistrāciju Latvijā 9. klases precēm un 35., 38. un 41. klases pakalpojumiem.</p> <p>Amerikāņu biznesa magnāta un filantropa Džona D. Rokfellerā (1839. – 1937.) tiešo pēcnācēju izveidots fonds aizsargā dzimtas vārdu un kontrolē preču zīmes <b>ROCKEFELLER</b> lietojumu. Šīs dzimtas augsto atpazīstamību nodrošināja Džona D. Rokfellerā veiksmīgais naftas bizness 19.gs. beigās un 20.gs. sākumā, kas ļāva viņam iegūt ne tikai vienu no lielākajiem privātajiem kapitāliem pasaulē, bet arī kļūt par pirmo miljardieri pasaulē.</p> <p>Apelācijas padome secināja, ka nav šaubu, ka uzvārds Rockeffeller ir sastopams arī citām, ar Džonu D. Rokfellerā dzimtu nesaistītām personām, tomēr šo uzvārdu biznesa pasaulē slaveni ir padarījis tieši Džons D. Rokfellers.</p> <p>Apelācijas padome uzskatīja, ka apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, piesakot reģistrācijai preču zīmi <b>ROCKEFELLER</b> (reģ. Nr. M 74 065), vajadzēja zināt ne tikai par agrākas identiskas preču zīmes <b>ROCKEFELLER</b> (Nr. EUTM 014959514) reģistrāciju, bet arī to, ka apstrīdētā zīme atkārtoti slavēna pasaulē bagātākā cilvēka uzvārdu Rockeffeller, kas tiek identificēts ar Rokfelleru dinastiju ASV, sākot jau ar 19. gs., un kas asociējas ar ārkārtīgi veiksmīgu uzņēmējdarbību ASV naftas un finanšu sfērās. Tādējādi šāda apstrīdētās zīmes īpašnieka rīcība nav savienojama ar pieņemtiem ētiskās uzvedības vai godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem.</p> <p>Arī pretstatītās zīmes <b>THE ROCKEFELLER UNIVERSITY</b> (reģ. Nr. WO 1 137 231) īpašnieks vēsturiski ir cieši saistīts ar Džonu D. Rokfelleru, kurš 1901. gadā izveidoja institūtu “Rockefeller”, kas šobrīd darbojas kā Rokfellerā Universitāte.</p>	<p><b>THE ROCKEFELLER UNIVERSITY</b> un <b>ROCKEFELLER</b></p>	<p><b>ROCKEFELLER</b></p>	<p>RIAP/2020/M 74 065-Ie</p>


	<p>Apstrīdētās zīmes īpašnieka apzināto negodprātīgo rīcību apliecināja arī tiesību aizskārums pret pretstatīto zīmi <b>THE ROCKEFELLER UNIVERSITY</b>. Proti, pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma uzņēmēj sabiedrība Rockefeller International Limited, kas ir saistīta ar sliktu slavu iemantojušo preču zīmju magnātu Michael Gleissner, kurš savukārt ir saistīts ar apstrīdētās zīmes īpašnieku, jau bija mēģinājusi iegūt izņēmuma tiesības uz preču zīmes <b>ROCKEFELLER</b> reģistrāciju Apvienotajā Karalistē. Šo reģistrāciju Rokfelleru Universitāte apstrīdēja, un Apvienotās Karalistes Intelektuālā īpašuma birojs attiecīgo iebildumu apmierināja. Līdz ar to Apelācijas padome uzskatīja, ka par godīgu nevar uzskatīt apstrīdētās zīmes īpašnieka rīcību, kad kāda persona ar visiem iespējamajiem līdzekļiem mēģina iegūt savā īpašumā preču zīmi, kura pieder citai personai, kas to veiksmīgi izmanto uzņēmējdarbībā.</p> <p>Apelācijas padome ņēma arī vērā, ka Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesa vairākās civillietās bija lēmusi, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA mērķtiecīga rīcība, reģistrējot preču zīmes Latvijā, nav nejaušība, bet ir vērtējama kā ļaunprātīga rīcība nolūkā kaitēt trešo personu interesēm.</p> <p>Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome uzskatīja, ka apstrīdētās zīmes <b>ROCKEFELLER</b> (reģ. Nr. M 74 065) reģistrācijas spēkā esamība uz jebkurām precēm vai pakalpojumiem, kas ietverti tās reģistrācijā, būtu pretrunā ar godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem. Līdz ar to atzina šīs preču zīmes reģistrāciju par spēkā neesošu pilnībā, uzsverot, ka tas tad atbilstu godprātīgas uzņēmējdarbības vispārējām interesēm. (lēmums stājies spēkā)</p>			
<p>Preču zīmju līdzības apsvērumi situācijā, kad vēlāko zīmi veido gan grafiskie, gan vārdiskie elementi, bet agrākās</p>	<p>Noraidīts ASV uzņēmēj sabiedrības Twitter, Inc. iebildums pret preču zīmes <b>OOO</b> (fig.) (reģ. Nr. M 74 410) reģistrāciju Latvijā 35. klases pakalpojumiem (<i>dažādi ar reklāmu saistīti pakalpojumi un atbalsta pakalpojumi uzņēmējdarbībai</i>) un 42. klases pakalpojumiem (<i>datoru aparātūras un programmatūras projektēšana un izstrāde; dizaina pakalpojumi</i>).</p>			<p>RIAP/2020/M 74 410-Ie</p>

<p>zīmes sastāv vienīgi no grafiskajiem elementiem.</p> <p>Valodas vienības, vai tie būtu burti vai vārdi, uz patērētāju parasti atstāj lielāku iespaidu nekā grafiski elementi.</p>	<p>Visas agrākās zīmes veido vienīgi grafiskie elementi, un tām visām kopīgs ir sarkans vai melns riņķis, kuram augšpusē ir izgriezts apļveida segments, kurš dažās zīmēs ir arī attēlots uz balonam līdzīgas figūras fona, un vienā zīmē minētie grafiskie elementi attēloti uz vēl viena zila riņķa fona. Apelācijas padome apšaubīja, ka arī apstrīdēto zīmi varētu uztvert kā no dažādām ģeometriskām figūrām veidotu grafisku zīmi, proti, ka apzīmējumu “OOC” varētu uztvert vienīgi kā divus riņķus un pusloku. Apelācijas padome uzskatīja, ka valodas vienības, vai tie būtu burti vai vārdi, uz cilvēku parasti atstāj lielāku iespaidu nekā grafiski elementi. Arī no preču zīmes uztveres viedokļa patērētājiem ir vieglāk uztvert un atsaukties uz preču zīmju vārdisko daļu, nevis raksturot preču zīmes grafisko elementu.</p> <p>Apelācijas padomes ieskatā agrākās zīmes grafiskās īpatnības (riņķis ar augšpusē izgrieztu apļveida segmentu) nav saskatāmas apstrīdētās zīmes grafiskajā elementā, turklāt grafisko elementu loma zīmju kopuztverē nebūt nav līdzīga. Ja agrākajās zīmēs riņķim ar izgrieztu apļveida segmentu var piešķirt būtisku lomu zīmju kopiespaidā, tad apstrīdētajā zīmē attēlotajam baltajam trijstūrveida segmentam attiecībā pret visu grafisko elementu ir piešķirama visai maza nozīme, un tas nav uzreiz tik viegli pamanāms.</p> <p>Apelācijas padome uzskatīja, ka salīdzināmo grafisko elementu koptēls rada atšķirīgu iespaidu. Apstrīdētās zīmes grafiskais elements – baltā riņķa līnija – sasaucas ar zīmē ietverto vārdisko apzīmējumu “OOC”, to pat var arī uztvert kā vēl vienu burtu “O”. Savukārt agrākās zīmes, kuras veido vai satur īpatnējo balonam līdzīgo formu, drīzāk asociējas ar stilizētas acs veidolu vai ar ceļu kartēs bieži izmantotu zīmi, lai norādītu ģeogrāfisku lokalizāciju.</p> <p>Visbeidzot, Apelācijas padome norādīja, ka apstrīdētās zīmes uztveri vizuāli, fonētiski un jēdzieniski ietekmē tajā ietvertais apzīmējums “OOC”. Tika atzīts, ka ir būtiski, ka apstrīdētā zīme satur šo burtu salikumu, kas nekādā veidā neatkārtoto vai nav uzskatāms par līdzīgu grafiskajiem elementiem, ko satur agrākās zīmes. Arī trīs burti “OOC”, kaut bez konkrētas nozīmes, ir vārdisks apzīmējums, kura loma un iespaids uz patērētāju būs</p>			
--	--	---	--	--

	<p>lielāks par kvadrātu ar riņķi, kuru lietojums ir samērā plašs un ierasts daudzās preču zīmēs.</p> <p>Tādējādi Apelācijas padome atzina, ka vēlākā zīme nelīdzinās agrāko zīmju raksturīgajam grafiskajam veidojumam – riņķim ar izgrieztu apļveida segmentu, un, neraugoties uz to, ka salīdzināmo zīmju pakalpojumi ir identiski un lielākajā daļā arī līdzīgi, pastāv visai maza iespēja, ka patērētāji varētu šajā lietā iesaistītās preču zīmes sajaukt vai uzskatīt tās par viena īpašnieka vai savstarpēji saistītu uzņēmumu preču zīmēm.</p> <p><i>(lēmums stājies spēkā)</i></p>			
<p>Salīdzināmajās zīmēs sakrītošais elements nav elements, uz kuru attiecināma agrāko zīmju plašā pazīstamība un reputācija Eiropas Savienībā, tai pat laikā attiecībā uz daļu no precēm un pakalpojumiem tas nav arī aprakstošs.</p>	<p>Daļēji apmierināts ASV uzņēmējiesabiedrības APPLE INC. iebildums pret preču zīmes <b>WATCH</b> (reģ. Nr. M 73 817) reģistrāciju Latvijā (zīme reģistrēta 9., 25. klases precēm un 38., 41. klases pakalpojumiem).</p> <p>Apelācijas padome secināja, ka pretstatītajām zīmēm <b>APPLE WATCH</b> un <b>WATCH</b> (fig.) piemīt augsta atšķirtspēja gan pašām par sevi, gan sakarā ar to pazīstamību Latvijā un reputāciju Eiropas Savienībā, tādējādi tām piešķirama visplašākā aizsardzība.</p> <p>Tai pat laikā Apelācijas padome atzina, ka plaši pazīstamas zīmes vai zīmes ar reputāciju aspekts nav vērtējams atrauti no precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir atzīta vai atzīstama zīmes reputācija vai pazīstamība. No lietas materiāliem izriet, ka pretstatītās zīmes tiek lietotas un ir pazīstamas attiecībā uz viedpulksteni. Tātad apzīmējums “WATCH” (<i>latviešu valodā “rokas pulkstenis”</i>), kas ietverts pretstatītajās zīmēs un kura nozīmi uztvers Latvijas vidusmēra patērētājs, jo tas pieder angļu valodas pamatleksikai, nosauc jeb apraksta preces, attiecībā uz kurām pretstatītās zīmes tiek lietotas. Līdz ar to pazīstamība vai reputācija pretstatītajās zīmēs attiecas uz apzīmējumu “APPLE” un grafisko elementu - iekosta ābola siluetu, nevis apzīmējumu “WATCH”. Ņemot vērā, ka apstrīdētā zīme atkārti pretstatīto zīmju aprakstošo elementu, nav pamata apgalvojumam, ka apstrīdētās zīmes lietošana varētu kādā veidā nodarīt kaitējumu iebilduma iesniedzējam, tā interesēm vai tam piederošajām plaši pazīstamajām preču zīmēm vai zīmēm ar reputāciju.</p>	<p>APPLE WATCH un</p> 	<p>WATCH</p>	<p>RIAP/2020/M 73 817-Ie</p>

	<p>Izvērtējot apstrīdētās preču zīmes <b>WATCH</b> līdzību ar tai pretstatītajām preču zīmēm, Apelācijas padome secināja, ka salīdzināmās zīmes noteikti var atzīt par zināmā mērā līdzīgām, ņemot vērā apstākli, ka tajās ir ietverts Latvijas patērētājiem visdrīzāk uztverams un saprotams apzīmējums “WATCH”. Apelācijas padome atzīmēja, ka apzīmējums “WATCH” attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 9., 25. klases precēm un 38., 41. klases pakalpojumiem nav aprakstošs, tādējādi tam ir piešķirama zināma loma zīmju salīdzinājumā.</p> <p>Novērtējot salīdzināmās zīmes kopsakarā ar precēm un pakalpojumiem, kuriem tās reģistrētas, Apelācijas padome secināja, ka pastāv visai maza iespēja, ka patērētāji varētu sajaukt vai uzskatīt par viena īpašnieka vai savstarpēji saistītu uzņēmumu preču zīmēm apstrīdēto zīmi <b>WATCH</b> un iebilduma iesniedzēja vārdiskās zīmes <b>APPLE WATCH</b>, jo Apelācijas padomes ieskatā tieši apzīmējums “APPLE” nodrošina iebilduma iesniedzēja preču identifikāciju, turklāt tas atrodas zīmju sākumdaļā, kur tā ietekme uz patērētāju uztveri ir lielāka.</p> <p>Vienlaikus Apelācijas padome atzina, ka ir zināms pamats atzīt, ka šādu savstarpējas asociācijas iespēju pilnībā nevar izslēgt starp apstrīdēto vārdisko zīmi <b>WATCH</b> un iebilduma iesniedzēja figurālajām zīmēm <b>WATCH</b> (fig.), jo šajā gadījumā sakrīt apstrīdētā zīme un pretstatīto zīmju vienīgais vārdiskais elements, tādējādi vismaz attiecībā uz identiskām un ļoti tuvām precēm un pakalpojumiem, proti, attiecībā uz 9., 38. un 41. klases precēm un pakalpojumiem, kāda daļa patērētāju varētu tās savstarpēji saistīt.</p> <p>Attiecībā uz argumentu, ka apstrīdētā zīme reģistrācijai pieteikta ar acīmredzamu negodprātību, Apelācijas padome norādīja, ka visbūtiskāk ir tas, ka šajā lietā salīdzināmās zīmes nav identiskas, turklāt preču zīmju sakrītīgais elements “WATCH” nedominē agrāko zīmju kopiespaidā, un tas nav arī elements, attiecībā uz kuru konstatēta pretstatīto zīmju plaša pazīstamība vai reputācija. Līdz ar to konkrētajā gadījumā acīmredzama negodprātība no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses nav konstatējama.</p> <p><i>(lēmums stājies spēkā)</i></p>			
--	--	--	--	--

<p>Apstākļu kopums, uz kuru pamatojoties, preču zīme var tikt atzīta par pieteiktu ar acīmredzamu negodprātību attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem.</p>	<p>Apmierināts ASV uzņēmējsabiedrības MuleSoft, Inc. iebildums pret preču zīmes <b>MULE</b> (reģ. Nr. M 73 630) reģistrāciju Latvijā 9., 25. klases precēm un 38., 41. klases pakalpojumiem.</p> <p>Izvērtējot apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātību, Apelācijas padome secināja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- no vienas puses, Eiropas Savienības Tiesa ir norādījusi, ka preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējam tā reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas vai pārbaudes datumā nav nedz jānorāda, nedz arī precīzi jāzina, kādā veidā tas izmantos reģistrācijai pieteikto preču zīmi, un tā rīcībā ir pieci gadi, lai uzsāktu faktisku šīs preču zīmes izmantošanu atbilstoši tās pamatfunkcijai (<i>EST sprieduma C-541/18, AS v Deutsches Patent- und Markenamt [2019], 22. punkts</i>). Preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja ļaunticība nevar tikt prezumēta, pamatojoties tikai uz konstatējumu, ka reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī šis reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs neveica saimniecisko darbību, kas atbilstu ar minēto pieteikumu aptvertajām precēm un pakalpojumiem (<i>EST sprieduma C-371/18, Sky plc, Sky International AG, Sky UK Ltd v SkyKick UK Ltd, SkyKick Inc [2020], 78. punkts</i>). Turklāt Eiropas Savienības Tiesa ir norādījusi, ka, ja nodoma izmantot preču zīmi neesamība atbilstoši preču zīmes pamatfunkcijām attiecas tikai uz noteiktām preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītām precēm vai pakalpojumiem, šis pieteikums nozīmē ļaunticīgu rīcību tikai, ciktāl tas attiecas uz šīm precēm vai pakalpojumiem (<i>EST sprieduma C-371/18, Sky plc, Sky International AG, Sky UK Ltd v SkyKick UK Ltd, SkyKick Inc [2020], 81. punkts</i>). Tādējādi Apelācijas padomes ieskatā iebilduma iesniedzēja atsaukšanās tikai uz to, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks neveic saimniecisko darbību un neizmanto apstrīdēto zīmi, nevar būt par vienīgo pamatu negodprātības konstatēšanai;</li> <li>- no otras puses, vērtējot apstrīdētās zīmes īpašnieka nolūku apstrīdētās reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, Apelācijas padomes ieskatā pastāvēja arī citi būtiski apstākļi, proti, apstrīdētās zīmes īpašnieks ir pieteicis pretstatītajai zīmei <b>MULE</b> (Nr. EUTM 005784641) identisku preču zīmi citastarp arī attiecībā uz identiskām 9. klases precēm. Turklāt Apelācijas padome</li> </ul>	<p><b>MULE</b> un <b>MULESOFT</b></p>	<p><b>MULE</b></p>	<p>RIAP/2020/M 73 630-Ie</p>
--	--	---	--------------------	------------------------------

	<p>konstatēja, ka iebilduma iesniedzēja agrākā zīme ir ar augstu reputāciju saistībā ar precēm, kurām citstarp pieteikta apstrīdētā zīme. Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par faktu, ka citai personai pieder identiska zīme, kas reģistrēta identiskām precēm, turklāt ar reputāciju. Šādas informācijas ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar iebilduma iesniegumā izklāstītajiem paņēmieniem;</p> <p>- bez tam Apelācijas padome ņēma vērā, ka Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesa spriedumos civillietās Nr. C30392020 un Nr. C30622918 ir lēmusi, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA mērķtiecīga rīcība, reģistrējot preču zīmes Latvijas Republikā, nav nejaušība, bet ir vērtējama kā ļaunprātīga rīcība nolūkā kaitēt trešo personu interesēm.</p> <p>Tādējādi, ņemot vērā visus lietas apstākļus, Apelācijas padome uzskatīja, ka agrākai, ar labu reputāciju apveltītai zīmei identiskas preču zīmes pieteikšana uzskatāma par acīmredzami negodprātīgu rīcību un apstrīdētās zīmes <b>MULE</b> reģistrācijas spēkā esamība uz jebkurām precēm vai pakalpojumiem, kas ietverti tās reģistrācijā, būtu pretrunā ar godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības principiem.</p> <p><i>(lēmums stājies spēkā)</i></p>			
<p>Preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, pamatojoties uz to, ka cita persona pirms preču zīmes pieteikuma datuma ieguvusi Latvijā kādas citas tiesības, kuras ļauj aizliegt šīs preču zīmes lietošanu. Preču</p>	<p>Apmierināts Zviedrijas uzņēmējdarbības Saltkrakan AB iebildums pret preču zīmes <b>Pepi</b> (fig.) (reģ. Nr. M 71 352) reģistrāciju Latvijā.</p> <p>Apelācijas padome uzskatīja par nepamatotu iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 7. panta pirmās daļas 2. punktu, jo attiecībā uz apstrīdētās preču zīmes <b>Pepi</b> (fig.) salīdzinājumu ar pretstatītajām zīmēm <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Longstocking</b> nav konstatējama salīdzināmo zīmju fonētiska un vizuāla līdzība. Turklāt vizuālo atšķirību pastiprina apstrīdētās zīmes grafiskais atveidojums, kāda nav nevienai no pretstatītajām zīmēm. Atšķirības starp salīdzināmajām zīmēm ir pietiekami</p>	<p>Eiropas Savienības preču zīmes <b>PIPPI, Pippi, Pippi Långstrump, Pippi Longstocking, Pippi Calzelunghe, Pippi Langkous, FIFI BRINDACIER</b> un <b>Pippi Langstrumpf</b>, kurām piemīt reputācija;</p>		<p>RIAP/2020/M 71 352-Ie</p>

<p>zīmes reģistrāciju var apstrīdēt, pamatojoties arī uz autortiesībām. Literāra darba tēls (personāžs) var būt atsevišķs autortiesību objekts, ja tas ir pietiekami oriģināls un apveltīts ar tieši šim tēlam raksturīgām īpašām pazīmēm.</p>	<p>būtiskas, lai attiecīgie patērētāji zīmes nesajauktu un neuztvertu kā savstarpēji saistītas.</p> <p>Lai piemērotu LPZ 8. panta pirmās vai otrās daļas noteikumus, jānoskaidro, vai pretstatītās zīmes <b>PIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> ir atzīstamas par plaši pazīstamām preču zīmēm Latvijā pirms apstrīdēto zīmju pieteikuma datuma. Iebildumu iesniedzējs tika pievienojis iebildumiem izdrukās no iebildumu iesniedzēja mājaslapas Internetā, izdrukās no Latvijas pašvaldību un novadu bibliotēku Interneta vietnēm, kā arī apkopojumu par preču, kas marķētas ar šīm pretstatītajām zīmēm, tirdzniecību Eiropas Savienībā. Tomēr šie materiāli neļauj secināt, kāda daļa no minētajiem tirdzniecības apjomiem ir attiecināma uz Latviju. Arī dati no vēlāk pievienotā pārskata par ieņēmumiem no grāmatu tirdzniecības un teātra izrādēm Latvijā tikai daļēji atbilst periodam pirms apstrīdēto zīmju pieteikuma datuma, turklāt attiecīgie ieņēmumu apjomi Latvijā pierādāmajā periodā ir pārāk nenozīmīgi. Savukārt tas, ka Latvijas pašvaldībās un novadu bibliotēkās notikušajos tematiskajos pasākumos saistībā ar A. Lindgrēnas darbiem parādās informatīvi uzraksti, plakāti vai kādi piederumi ar šīm preču zīmēm, neļauj spriest par attiecīgo preču zīmju izmantošanu uz noteiktām precēm pietiekami ilgā laika periodā un pietiekamā apjomā. Arī tas, ka Latvijā ir pieejamas filmas un grāmatas par Pepiju Garzeķi ne tikai latviešu valodā, bet arī angļu vai citās Eiropas Savienības valstu valodās, nedod iespēju secināt, ka preču zīmes <b>PIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> ir ieguvušas Latvijā plašu pazīstamību attiecībā uz šīm precēm, jo iztrūkst datu par to tirdzniecības apjomu. Savukārt materiāli par A. Lindgrēnas grāmatām “Grāmata par Pepiju Garzeķi”, “Pepija Garzeķe”, “Pepija” norāda, ka šīs grāmatas ir pazīstamas un tiek lasītas Latvijā, tomēr tie nekādā veidā neliecina par preču zīmju <b>PIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> plašo pazīstamību Latvijā. Tā ir informācija par pieejamām grāmatām latviešu valodā un grāmatu nosaukumiem latviešu valodā, ko nevar automātiski attiecināt uz minētajām preču zīmēm ar vārdisko daļu zviedru valodā. Iebildumā bija jākonstatē pretstatīto zīmju <b>PIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> plaša pazīstamība Latvijā attiecībā uz konkrētām</p>	<p>Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes <b>PIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b>;</p> <p>autortiesības uz Astrīdas Lindgrēnas literārā darba “Grāmata par Pepiju Garzeķi” tēlu Pepiju Garzeķi</p>		
--	--	---	--	--



	<p>precēm vai pakalpojumiem, bet šāda veida pierādījumi lietās nebija pietiekami. Nepietiekami ir tikai norādīt, ka preces tirdzniecībā Internetā ir pieejamas Latvijā. Preču zīmju plašās pazīstamības pierādīšanai nepieciešami konkrēti dati par preču pārdošanu Latvijā (tirdzniecības apjomu un laika periodu). Tādējādi iebildumu iesniedzēja atsauksšanās uz LPZ 8. panta noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p>No iebildumos iesniegtajiem materiāliem un pierādījumiem var atzīt reputāciju Eiropas Savienībā preču zīmēm <b>PIPPI</b>, <b>Pippi Langstrumpf</b>, <b>Pippi Longstocking</b> un <b>Pippi Långstrump</b> attiecībā uz 16. klases precēm “<i>grāmatas</i>”, kā arī preču zīmēm <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> attiecībā uz to reģistrācijās ietvertajām precēm “<i>rotallietas</i>” un “<i>apģērbs</i>”. Taču būtiskāk ir tas, ka nav atzīstama apstrīdētās zīmes <b>Pepi</b> (fig.) un pretstatīto zīmju <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Longstocking</b> pietiekama līdzība. Tas pats attiecināms arī uz apstrīdēto zīmju salīdzinājumu ar pretstatītajām preču zīmēm <b>Pippi Langstrumpf</b> un <b>Pippi Långstrump</b>. Ņemot vērā, ka šo pretstatīto zīmju vārdiskie elementi ir atveidoti vācu un zviedru valodā, kuras pārvalda mazāka daļa Latvijas patērētāju, atšķirības šo zīmju salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir vēl lielākas. Būtiski bija izvērtēt, vai apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm var kaitēt iebildumu iesniedzēja preču zīmju atšķirtspējai vai reputācijai un vai šo lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un iebildumu iesniedzēju. Ņemot vērā to, ka salīdzināmās zīmes ir pietiekami atšķirīgas un pretstatītās zīmes bauda reputāciju attiecībā uz pilnīgi atšķirīgu jomu precēm, Apelācijas padome nesaskatīja kaitējuma iespējamību pretstatīto zīmju atšķirtspējai vai reputācijai un saistības veidošanās iespēju starp apstrīdētās zīmes precēm un iebilduma iesniedzēju. Ņemot vērā, ka neizpildās būtiski LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumu piemērošanas nosacījumi, iebildumu iesniedzēja atsauksšanās uz šīs normas noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p>Šajā iebilduma lietā nav runa par visa literārā darba “Grāmata par Pepiju Garzeķi” autortiesību, bet gan par autortiesību uz atsevišķu šī darba tēlu, proti, Pepijas Garzeķes tēlu, iespējamu pārkāpumu.</p>			
--	---	--	--	--

	<p>Kaut gan iebilduma iesniedzējs ir norādījis arī uz tam piederošām autortiesībām uz Ingridas Vangas Nīmanes “Grāmatas par Pepiju Garzeķi” ilustrācijām, var konstatēt, ka šajās ilustrācijās Pepijas Garzeķes attēlojumam ir tikai konceptuāla līdzība ar apstrīdētās zīmes <b>Pepi</b> (fig.) grafisko attēlu.</p> <p>Var piekrist uzskatam, ka pastāv dažādu autoru iztēles brīvība, kā attēlot meitenes galvu ar rudiem matiem un bizītēm, un to citām personām nevar aizliegt. Tomēr apstrīdētās zīmes grafiskajā attēlā ir ietvertas A. Lindgrēnas literārajam tēlam Pepijai Garzeķei raksturīgās vizuālās īpatnības. Kaut arī vārdiskajam apzīmējumam “Pepi” pašam par sevi nav augsta līdzības pakāpe ar Pepijas Garzeķes vārdu, kopsakarā ar meitenes galvas grafisko attēlu, kurā atveidotas Pepijas Garzeķes tēla raksturīgās vizuālās iezīmes, nevar izslēgt iespējamu preču zīmes <b>Pepi</b> (fig.) asociāciju patērētāju uztverē ar Pepijas Garzeķes tēlu, kuru aizsargā iebildumu iesniedzējam piederošas autortiesības. Tādējādi, vismaz zināmā apjomā, šīs preču zīmes reģistrāciju var atzīt par The Astrid Lindgren Company AB piederošu autortiesību pārkāpumu. Tādēļ iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 9. panta trešās daļas 2. punkta noteikumiem ir pamatota.</p> <p><i>(lēmums stājies spēkā)</i></p>			
<p>Preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, pamatojoties uz to, ka cita persona pirms preču zīmes pieteikuma datuma ieguvusi Latvijā kādas citas tiesības, kuras ļauj aizliegt šīs preču zīmes lietošanu. Preču zīmes reģistrāciju var apstrīdēt,</p>	<p>Noraidīts Zviedrijas uzņēmēj sabiedrības Saltkrakan AB iebildums pret preču zīmes <b>PEPI</b> (reģ. Nr. M 71 353) reģistrāciju Latvijā. Apelācijas padome uzskatīja par nepamatotu iebilduma iesniedzēja atsaukšanos uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu. Atšķirības starp salīdzināmajām zīmēm ir pietiekami būtiskas, lai attiecīgie patērētāji zīmes nesajauktu un neuztvertu kā savstarpēji saistītas pat tad, ja tās reģistrētas identiskām un līdzīgām 30. klases precēm. Var konstatēt zināmu fonētiskās līdzības pakāpi starp zīmēm <b>PEPI</b> un <b>PIPI</b>, bet zemāka ir šo zīmju vizuālās līdzības pakāpe. Apelācijas padome nepiekrīta iebildumu iesniedzējam, ka patērētāji varētu mēģināt izrunāt vārdu “PEPI” kā “Pepija”, un nesaskatīja pamatojumu šādai mākslīgai vārda pagarināšanai. Apelācijas padomes ieskatā nevar konstatēt, ka semantiski apstrīdētā zīme <b>PEPI</b> būtu uztverama ar nozīmi “Pepija”. Kaut arī</p>	<p>Eiropas Savienības preču zīmes <b>PIPIPI, Pippi, Pippi Långstrump, Pippi Longstocking, Pippi Calzelunghe, Pippi Langkous, FIFI BRINDACIER</b> un <b>Pippi Langstrumpf</b>, kurām piemīt reputācija;</p> <p>Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes <b>PIPIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b>;</p>	<p><b>PEPI</b></p>	<p>RIAP/2020/M 71 353-Ie</p>

<p>pamatojoties arī uz autortiesībām. Literāra darba tēls (personāžs) var būt atsevišķs autortiesību objekts, ja tas ir pietiekami oriģināls un apveltīts ar tieši šim tēlam raksturīgām īpašām pazīmēm. Taču apstrīdētajai zīmei jābūt tik līdzīgai literārajam tēlam vai tā vārdam, ka ir konstatējams autortiesību pārkāpums.</p>	<p>sakrītīga ir salīdzināmo vārdu sākuma daļa, tie ir atšķirīgi personas vārdi. Nedz apstrīdētās zīmes vārdiskajam elementam “PEPI”, nedz pretstatītās zīmes vārdam “PIPIPI” nav konkrētas nozīmes latviešu valodā. Tie nav arī angļu valodas vārdi. Vārda “PIPIPI” nozīmi zviedru valodā Latvijas patērētāji visdrīzāk nezinās. Tādējādi Apelācijas padome nekonstatēja preču zīmju <b>PEPI</b> un <b>PIPIPI</b> semantisku līdzību un nepiekrita iebilduma iesniedzējam, ka Latvijas patērētāji šo līdzību saskatīts un automātiski asociēs apstrīdēto zīmi <b>PEPI</b> ar Astrīdas Lindgrēnas literāro tēlu Pepiju Garzeķi un to pašu saskatīs pretstatītajā zīmē <b>PIPIPI</b>. Salīdzinot apstrīdēto preču zīmi <b>PEPI</b> ar pretstatīto zīmi <b>Pippi Longstocking</b>, šo zīmju vizuālās un fonētiskās atšķirības ir vēl lielākas. Šajā salīdzinājumā nevar ignorēt to, ka pretstatīto zīmi veido divi vārdi. Tā ir daudz garāka, un zīmes otrajam vārdam “Longstocking” nav nekādas vizuālas vai fonētiskas līdzības ar apstrīdēto zīmi. Tie patērētāji, kas pietiekamā līmenī pārvalda angļu valodu un būs pazīstami ar A. Lindgrēnas grāmatu par Pepiju Garzeķi, varēs vārdu “Longstocking” pārtulkot kā “garā zeķe” un tādējādi abus pretstatītās zīmes vārdus kopā asociēt ar Pepiju Garzeķi, pat arī īsti nesaprotot zīmes pirmā vārda “Pippi” nozīmi. Tomēr apstrīdētās zīmes uztverē šādas asociācijas varbūtība ir zema, un kopumā nevar konstatēt preču zīmes <b>PEPI</b> un pretstatītās zīmes <b>Pippi Longstocking</b> semantisko līdzību. Tātad atšķirības starp salīdzināmajām zīmēm ir pietiekami būtiskas, lai attiecīgie patērētāji zīmes nesajauktu un neuztvertu kā savstarpēji saistītas. Lai piemērotu LPZ 8. panta pirmās vai otrās daļas noteikumus, jānoskaidro, vai pretstatītās zīmes <b>PIPIPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> ir atzīstamas par plaši pazīstamām preču zīmēm Latvijā pirms apstrīdēto zīmju pieteikuma datuma. Iebildumu iesniedzējs tika pievienojis iebildumiem izdrukas no iebildumu iesniedzēja mājaslapas Internetā, izdrukas no Latvijas pašvaldību un novadu bibliotēku Interneta vietnēm, kā arī apkopojumu par preču, kas marķētas ar šīm pretstatītajām zīmēm, tirdzniecību Eiropas Savienībā. Tomēr šie materiāli neļauj secināt, kāda daļa no minētajiem tirdzniecības apjomiem ir attiecināma uz Latviju. Arī dati no vēlāk pievienotā pārskata par ieņēmumiem no grāmatu</p>	<p>autortiesības uz Astrīdas Lindgrēnas literārā darba “Grāmata par Pepiju Garzeķi” tēlu Pepiju Garzeķi</p>		
--	---	---	--	--

	<p>tirdzniecības un teātra izrādēm Latvijā tikai daļēji atbilst periodam pirms apstrīdēto zīmju pieteikuma datuma, turklāt attiecīgie ieņēmumu apjomi Latvijā pierādāmajā periodā ir pārāk nenozīmīgi. Savukārt tas, ka Latvijas pašvaldībās un novadu bibliotēkās notikušajos tematiskajos pasākumos saistībā ar A. Lindgrēnas darbiem parādās informatīvi uzraksti, plakāti vai kādi piederumi ar šīm preču zīmēm, neļauj spriest par attiecīgo preču zīmju izmantošanu uz noteiktām precēm pietiekami ilgā laika periodā un pietiekamā apjomā. Arī tas, ka Latvijā ir pieejamas filmas un grāmatas par Pepiju Garzeķi ne tikai latviešu valodā, bet arī angļu vai citās Eiropas Savienības valstu valodās, nedod iespēju secināt, ka preču zīmes <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> ir ieguvušas Latvijā plašu pazīstamību attiecībā uz šīm precēm, jo iztrūkst datu par to tirdzniecības apjomu. Savukārt materiāli par A. Lindgrēnas grāmatām “Grāmata par Pepiju Garzeķi”, “Pepija Garzeķe”, “Pepija” norāda, ka šīs grāmatas ir pazīstamas un tiek lasītas Latvijā, tomēr tie nekādā veidā neliecina par preču zīmju <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> plašo pazīstamību Latvijā. Tā ir informācija par pieejamām grāmatām latviešu valodā un grāmatu nosaukumiem latviešu valodā, ko nevar automātiski attiecināt uz minētajām preču zīmēm ar vārdisko daļu zviedru valodā. Iebildumā bija jākonstatē pretstatīto zīmju <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> plašā pazīstamība Latvijā attiecībā uz konkrētām precēm vai pakalpojumiem, bet šāda veida pierādījumi lietās nebija pietiekami. Nepietiekami ir tikai norādīt, ka preces tirdzniecībā Internetā ir pieejamas Latvijā. Preču zīmju plašās pazīstamības pierādīšanai nepieciešami konkrēti dati par preču pārdošanu Latvijā (tirdzniecības apjomu un laika periodu). Tādējādi iebildumu iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 8. panta noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p>No iebildumos iesniegtajiem materiāliem un pierādījumiem var atzīt reputāciju Eiropas Savienībā preču zīmēm <b>PIPPI</b>, <b>Pippi Langstrumpf</b>, <b>Pippi Longstocking</b> un <b>Pippi Långstrump</b> attiecībā uz 16. klases precēm “grāmatas”, kā arī preču zīmēm <b>PIPPI</b> un <b>Pippi Långstrump</b> attiecībā uz to reģistrācijās ietvertajām precēm “rotallietas” un “apģērbs”. Taču būtiskāk ir</p>			
--	--	--	--	--

	<p>tas, ka nav atzīstama apstrīdētās zīmes <b>PEPI</b> un pretstatīto zīmju <b>PIPI</b> un <b>Pippi Longstocking</b> pietiekama līdzība. Tas pats attiecināms arī uz apstrīdētās zīmes salīdzinājumu ar pretstatītajām preču zīmēm <b>Pippi Langstrumpf</b> un <b>Pippi Långstrump</b>. Ņemot vērā, ka šo pretstatīto zīmju vārdiskie elementi ir atveidoti vācu un zviedru valodā, kuras pārvalda mazāka daļa Latvijas patērētāju, atšķirības šo zīmju salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir vēl lielākas. Būtiski bija izvērtēt, vai apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm var kaitēt iebildumu iesniedzēja preču zīmju atšķirtspējai vai reputācijai un vai šo lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un iebildumu iesniedzēju. Ņemot vērā to, ka salīdzināmās zīmes ir pietiekami atšķirīgas un pretstatītās zīmes bauda reputāciju attiecībā uz pilnīgi atšķirīgu jomu precēm, Apelācijas padome nesaskatīja kaitējuma iespējamību pretstatīto zīmju atšķirtspējai vai reputācijai un saistības veidošanās iespēju starp apstrīdētās zīmes precēm un iebilduma iesniedzēju. Ņemot vērā, ka neizpildās būtiski LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumu piemērošanas nosacījumi, iebildumu iesniedzēja atsaukšanās uz šīs normas noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p>Šajā iebilduma lietā nav runa par visa literārā darba “Grāmata par Pepiju Garzeķi” autortiesību, bet gan par autortiesību uz atsevišķu šī darba tēlu, proti, Pepijas Garzeķes tēlu, iespējamu pārkāpumu. Kaut gan iebilduma iesniedzējs ir norādījis arī uz tam piederošām autortiesībām uz Ingrīdas Vangas Nīmanes “Grāmatas par Pepiju Garzeķi” ilustrācijām, var konstatēt, ka šajās ilustrācijās Pepijas Garzeķes attēlojumam nav nekādas līdzības ar apstrīdēto vārdisko zīmi <b>PEPI</b>. Apstrīdētās vārdiskās zīmes <b>PEPI</b> līdzība ar literārā tēla “Pepija Garzeķe” vārdu ir nepietiekama, lai atzītu šajā preču zīmē autortiesību uz Pepijas Garzeķes tēlu pārkāpumu. Apelācijas padomes ieskatā personas vārds “Pepija” pats par sevi, bez tēla vizuālā atveidojuma vai vismaz otra šī personāža vārda “Garzeķe” nevar būt patstāvīgs autortiesību objekts. Tādējādi iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 9. panta trešās daļas 2. punkta noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p><i>(lēmums stājies spēkā)</i></p>			
--	--	--	--	--

