

Preču zīmju strīdu izšķiršanas būtiskie aspekti

2019-03-01

Līga Fjodorova, ZAB "COBALT", zvērināta advokāte, patentpilnvarniece preču zīmju lietās

Latvijas Republikas Augstākās tiesas (AT) Civillietu departaments 2018.gada 25.oktobrī pieņēma spriedumu lietā Nr.SKC-191/2018 (Spriedums), kurā skatīts strīds starp preču zīmes "DRAUGU" (reģistrēta par Nicas klasifikācijas 29., 30., 31., 32., 33.klases precēm) īpašnieku u.c. komersantu, kas Latvijā izplatīja brokastu pārslas ar nosaukumu "3 DRAUGAI DRAUGI SOPRA FRIENDS". Spriedumā AT paudusi atziņas, kas noderīgas arī citās lietās, kurās jāizdara secinājumi par preču zīmes pārkāpuma esamību vai neesamību.

Likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskas izcelsmes norādēm" 4.panta 6.daļas 2.punktā noteikts, ka personai, uz kuras vārda preču zīme reģistrēta, ir izņēmuma tiesības aizliegt citām personām komercdarbībā izmantot jebkuru apzīmējumu, ja saistībā ar tā identiskumu vai līdzību preču zīmei un to preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību, kam reģistrēta preču zīme un saistībā ar ko minēto apzīmējumu lieto, pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji šo apzīmējumu sajauc ar preču zīmi vai uztver šo apzīmējumu kā tādu, kas saistīts ar preču zīmi. Tādējādi, lai noskaidrotu preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību pārkāpuma esamību, jāveic šādu apstākļu analīze:

- preču zīmes un pretstatītā apzīmējuma identiskums vai līdzība;
- ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu identiskums vai līdzība tām precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz ko lietots pretstatītais apzīmējums;
- preču zīmes un pretstatītā apzīmējuma sajaukšanas iespējamība vai iespējamība, ka patērētāji pretstatīto apzīmējumu uztver kā tādu, kas saistīts ar preču zīmi.

Pretstatītā apzīmējuma atšķirtspējīgie elementi

Preču zīmju strīdā preču zīmei var tikt pretstatīts komercdarbībā lietots apzīmējums, kas var būt viena vai vairāku elementu kombinācija jeb pat viss iepakojums. Tādējādi pirmais jautājums, kas jānoskaidro, ir tas, ko tieši no pretstatītā apzīmējuma jāanalizē preču zīmes pārkāpuma kontekstā. Tiesa [Spriedumā](#) atzinusi - pārkāpumu lietās par salīdzināmo apzīmējumu ņemams tāds apzīmējums, kādu atbildētājs lietojis komercdarbībā ar preču zīmes pamatfunkciju – atšķirt sava uzņēmuma preces no citu uzņēmumu precēm. Ja prece ir iepakota iepakojumā, uz kura ir dažādi elementi, šo funkciju teorētiski var pildīt kāds no atsevišķajiem elementiem, kādu šo elementu kombinācija vai visu elementu kombinācija kopā. Tiesai atbilde jārod, noskaidrojot, kas tieši pilda preču zīmes funkciju atbildētāja ražotās preces iepakojumā.

Preču zīmes un pretstatītā apzīmējuma identiskums vai līdzība

Preču zīmei un pretstatītā apzīmējuma atšķirtspējīgajiem elementiem jānosaka to līdzības pakāpe. [Spriedumā](#) atzīts, ka tiesas izdarītajam vērtējumam jābūt visaptverošam, atsevišķi salīdzinot prasītāja reģistrēto preču zīmi un atbildētāja lietoto apzīmējumu vizuāli, fonētiski un semantiski (konceptuāli). Līdzības pakāpe nosakāma katram no salīdzināmajiem elementiem atsevišķi – vai vizuālā līdzība ir augsta, vidēja vai zema, vai fonētiskā līdzība ir augsta, vidēja vai zema, un vai konceptuālā līdzība ir augsta, vidēja vai zema.

AT, sekojot Eiropas Savienības tiesu praksei, atzinusi, ka divu preču zīmju līdzības vērtējumā nevar aprobežoties tikai ar kādu vienu kombinētas preču zīmes elementu un salīdzināt to ar citu preču zīmi. Tieši pretēji – salīdzinājums ir jāveic, pārbaudot attiecīgās preču zīmes un apskatot katru no tām kopumā, kas neizslēdz, ka noteiktos apstākļos konkrētās sabiedrības daļas atmiņā radīto kopējo iespaidu nosaka viena vai vairākas šo preču zīmju sastāvdaļas (Eiropas Savienības Tiesas (EST) 2007.gada 12.jūnija [sprieduma lietā Nr.C-334/05 P](#), 35. un 41.punkts).

Preču un pakalpojumu identiskums vai līdzība

Būtisks ir ne tikai preču zīmes un pretstatītā apzīmējuma salīdzinājums, bet arī preču (un pakalpojumu) salīdzinājums. Turklāt tiesai jānosaka līdzības līmenis – vai tas ir augsts, vidējs vai zems. Ja ar preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumi nav identiski vai līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem lietots pretstatītais apzīmējums, visticamāk, preču zīmes pārkāpums netiks konstatēts. Izņēmums ir gadījumos, kad preču zīmi atzīst par plaši pazīstamu, kurai likums paredz plašāku aizsardzību.

Konkrētajā strīdā AT atzina, ka apelācijas instances tiesa ir pareizi norādījusi, ka "sausās brokastis" kā graudaugu produkts ir prece, kas attiecas uz 30.klases precēm. Taču [Spriedumā](#) nav skaidra secinājuma par to, vai tas tiesas ieskatā nozīmē, ka pušu preces ir identiskas vai līdzīgas, un, ja līdzīgas, tad kāda ir līdzības pakāpe, t.i., augsta, vidēja vai zema.

Preču zīmju sajaukšanas iespējamība

Saskaņā ar EST pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir tad, ja sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena un tā paša uzņēmuma vai no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Sajaukšanas iespēja jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un attiecīgās preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus faktorus, kam ir nozīme konkrētajā lietā, īpaši apzīmējumu līdzības un aptverto preču vai pakalpojumu līdzības savstarpējo saistību (Eiropas Savienības Vispārējās tiesas 2003.gada 9.jūlija [sprieduma lietā Nr.T-162/01](#) 30.-33.punktu).

Ievērojot minēto, AT [Spriedumā](#) norāda, ka tiesai jāņem vērā vairāku elementu kopums, tostarp attiecīgā sabiedrības daļa (patērētāju loks) un patērētāju uzmanības līmenis, agrākās preču zīmes atšķirtspējas līmenis, zīmju līdzības līmenis, preču vai pakalpojumu līdzības līmenis. Sajaukšanas iespēja jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus lietā nozīmīgos apstākļus. Tas nozīmē, ka tiesai ne tikai atsevišķi jāsalīdzina zīmes, atsevišķi jāsalīdzina preces (pakalpojumi) un jānosaka attiecīgā sabiedrības daļa (patērētāju loks) un patērētāju uzmanības līmenis, bet arī jāveic

kopējais novērtējums, izsverot un samērojot šos faktoros.

Tiesai jāvērtē attiecīgā sabiedrības daļa (attiecīgie patērētāji) un šo patērētāju uzmanības līmenis, preču identiskums vai līdzības līmenis, reģistrētās preču zīmes atšķirtspējas un atpazīstamības tirgū līmenis un pēc tam jāveic kopējā visu iepriekšminēto faktoru savstarpējā samērošana.

AT norāda, ka sajaukšanas iespējamības novērtējumā jāņem vērā EST judikatūrā nostiprinātā atziņa, ka zemāku līdzības pakāpi starp precēm un pakalpojumiem var kompensēt augstāka attiecīgo zīmju līdzības pakāpe, un otrādi (EST 1998.gada 29.septembra [sprieduma lietā Nr.C-39/97](#) 17.punkts).

Nobeigumā AT atzina, ka jautājums par to, vai minētās normas izpratnē pastāv zīmju sajaukšanas iespēja jeb varbūtība, ir tiesas vērtējuma jautājums, nevis konkrēta fakta pierādīšanas jautājums. Sajaukšanas iespēja nozīmē varbūtību, ka attiecīgā sabiedrības daļa (patērētājs) varētu sajaukt, bet nav nepieciešama reālas sajaukšanas esība. Tas nozīmē, ka šī fakta pierādīšanai nav nepieciešams tiesā iesniegt pierādījumus tam, ka sajaukšana kādreiz būtu notikusi.

Ņemot vērā, ka tiesu pienākums ir līdzīgas lietas izlemt līdzīgi, iepriekš izklāstītās atziņas ir noderīgas, vērtējot jebkuras preču zīmes pārkāpuma lietas apstākļus.