



## Nozīmīgas iebilduma lietas (2025. gads)

Būtība	Lietas izklāsts	Iebilduma pamatojums / agrākās tiesības	Apstrīdētā zīme	Lēmums
<p>Firma vai komercapzīmējums kā pamats preču zīmes reģistrācijas atzīšanai par spēkā neesošu</p>	<p>Apmierināts Latvijas Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības “Baltu Piens” iebildums pret figurālas preču zīmes <b>BALTU PIENS</b> (reģ. Nr. M 79 543) reģistrāciju Latvijā.</p> <p>Iebildums apmierināts, pamatojoties uz Preču zīmju likuma (turpmāk – PZL) 10. panta pirmās daļas trešā punkta noteikumiem, taču noraidīta iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 6. panta trešās daļa noteikumiem.</p> <p>Apstrīdētā zīme reģistrēta šādām precēm:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 29. kl.: “piena produkti; biezpiens; biezpiena siers; siers; jogurts; sviests; piens; krējums; putukrējums; skābais krējums; kefīrs”;</li> <li>- 30. kl.: “saldējums; saldēts jogurts (saldējums); saldētas sulas saldējums uz kociņa”.</li> </ul> <p>Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvā sabiedrība “Baltu Piens” ir tikusi reģistrēta Latvijas Uzņēmumu reģistrā 12.12.2018. Saskaņā ar Komerclikuma 26. panta otro daļu firma ir komersanta nosaukums bez norādes uz komersanta veidu. Tātad Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības “Baltu Piens” firma ir “Baltu Piens”.</p> <p>No lietas materiāliem izriet, ka Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvā sabiedrība “Baltu Piens” savu firmu uzsākusi lietot saimnieciskajā darbībā Latvijā pirms apstrīdētās preču zīmes pieteikuma datuma, proti, pirms 09.12.2023. Par to liecina iesniegtie gada pārskati par 2018., 2020. un 2022. gadu. Piemēram, 2020. gadā sabiedrības neto gada apgrozījums bija vairāk nekā 2 miljoni eiro, bet 2022. gadā – vairāk nekā 11 miljoni eiro. Iesniegtie materiāli liecina, ka uzņēmums faktiski ir veicis komercdarbību un darbojies piena un piena produktu ražošanā un pārstrādē, tātad tā darbība attiecas uz to pašu un līdzīgu saimnieciskās darbības nozari, attiecībā uz kuru reģistrēta apstrīdētā zīme. Kopumā iesniegto materiālu nebija daudz, taču PZL 10. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumi vien paredz, ka firmai ir jābūt godprātīgi un likumīgi uzsāktai lietot</p>	<p style="text-align: center;"><b>BALTU PIENS</b></p> <p style="text-align: center;">negodprātīgs nolūks</p>		<p>RIAP/2025/M 79 543-Ie (OP-2024-28)</p>



	<p>komercdarbībā Latvijā identiskā vai līdzīgā uzņēmējdarbības nozarē, citi apstākļi, piemēram, kādi kvantitatīvi kritēriji – cik ilgi un kādā apjomā attiecīgajam apzīmējumam būtu jābūt lietotam u.tml. –, nav likuma normā ietverti.</p> <p>Lai arī apstrīdētā preču zīme reģistrēta kā figurāla zīme, tā ietver vārdisko daļu, kas ir identiska iebilduma iesniedzēja firmai. Vārdiskajiem elementiem preču zīmē parasti piemīt lielāka atšķirtspēja nekā grafiskajiem elementiem, jo vidusmēra patērētājiem ir vieglāk atsaukties uz konkrēto preci vai pakalpojumu, minot nosaukumu, nevis raksturojot preču zīmes grafisko elementu (<i>Vispārējās tiesas sprieduma lietā T 312/03, Wassen International Ltd. v ITSB (EUIPO) [2005], 37. punkts</i>). Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome uzskatīja, ka uzņēmuma firmas iekļaušana apstrīdētajā preču zīmē ir uzskatāma par Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības “Baltu Piens” firmas prettiesīgu izmantošanu Komerclikuma 33. panta izpratnē.</p> <p>Tajā pašā laikā, izvērtējot abu pušu argumentus attiecībā uz apstrīdētās zīmes īpašnieces negodprātību, Apelācijas padome secināja, ka nav šaubu, ka preču zīmē ietvertais attēls un tās kopīgais vizuālais veidols ir apstrīdētās zīmes īpašnieces radīts, turklāt viņa skaidri norāda, ka neiebilst, ka iebilduma iesniedzējs izmanto vārdisko daļu “Baltu Piens”. Ņemot vērā, ka viena no negodprātīga nolūka pazīmēm ir vēlme likt šķēršļus konkurenta uzņēmējdarbībai, taču šajā gadījumā tāda nav saskatāma, Apelācijas padome secināja, ka apstrīdētā preču zīme nav reģistrācijai pieteikta ar negodprātīgu rīcību.</p> <p><i>(lēmums ir stājies spēkā)</i></p>			
<p>Firma vai komercapzīmējums kā pamats preču zīmes reģistrācijas atzīšanai par spēkā neesošu.</p>	<p>Apmierināts biedrības “LĪVI Roxx” iebildums pret preču zīmes <b>LĪVI</b> (reģ. Nr. M 79 870) reģistrāciju Latvijā.</p> <p>Iebildums apmierināts, pamatojoties uz PZL 10. panta pirmās daļas trešā punkta noteikumiem, taču noraidīta iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 8. panta pirmās un otrās daļas, 10. panta pirmās daļas 5. punkta un 6. panta trešās daļas noteikumiem.</p> <p>Apstrīdētā zīme reģistrēta šādām precēm un pakalpojumiem:</p>	<p><b>LĪVI Roxx</b></p> <p><b>LĪVI</b></p> <p>negodprātīgs nolūks</p>	<p><b>LĪVI</b></p>	<p>RIAP/2024/WO 1 720 175-Ie (OP-2023-30)</p>

	<p>- 9. kl.: "Iejupielādējamas mūzikas datnes (faili); audio un video ierakstu kompaktdiski, plates";</p> <p>- 41. kl.: "izklaides pakalpojumi; kultūras pasākumu rīkošana".</p> <p>Iepazīstoties ar lietas materiāliem, Apelācijas padome vispirms secināja, ka vokāli instrumentālajam ansamblim jeb (vēlāk) grupai ar nosaukumu "LĪVI" ir ilga un bagāta vēsture. Tās darbība aizsākusies citā valsts iekārtā ar varas iestāžu liegumu tīrīt un izplatīt informāciju, kuru tās uzskata par nevēlamu, gan arī pie pavisam citiem mūzikas aprītes apstākļiem, ko tagad daudz ir mainījusi tehnoloģiju un Interneta pieejamība cilvēku ikdienā. Līdz ar to šajā lietā ir ļoti daudz apstākļu, kas radušies dažādu vēsturisku iemeslu vai vienkārši sakritības dēļ.</p> <p>Līdz ar to Apelācijas padome uzsvēra, ka tā nevar mainīt lietas apstākļus vai atjaunot stāvokli, kāds bija grupas dibināšanas laikā. Apelācijas padome var izvērtēt lietas apstākļus, ievērojot pastāvošos preču zīmju tiesību principus to pamatojumu ietvaros, kurus izvirzījis iebilduma iesniedzējs.</p> <p>Izvērtējot lietā esošo informāciju, kā arī iebilduma iesniedzēja sniegtos pierādījumus par neregistrētās preču zīmes <b>LĪVI</b> plašo pazīstamību Latvijā, Apelācijas padome secināja, ka liela daļa no tiem attiecas uz rokgrupas "LĪVI" attīstības un pastāvēšanas vēsturi. Nav noliedzams, ka kāds no grupas dalībniekiem ir bijis atpazīstamāks un kāds grupā bijis ilgāk par citiem, taču nav tādu objektīvu kritēriju, lai precīzi noteiktu, kurā brīdī un kuras personas darbību rezultātā grupa kļuva plaši pazīstama. Apelācijas padome pieļauj, ka patērētājiem varētu būt visai dažādi viedokļi šajā jautājumā, visdrīzāk atkarībā no tā brīža, kad grupa un tās mūzika iepazīta. Apelācijas padomes ieskatā vien uz šo materiālu pamata nevarēja secināt, ka tieši iebilduma iesniedzējam, proti, biedrībai "LĪVI Roxx", piederētu tiesības uz agrāku neregistrētu plaši pazīstamu preču zīmi <b>LĪVI</b>.</p> <p>Apelācijas padome uzskatīja, ka līdzīgi vērtējama arī iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 10. panta pirmās daļas 5. punkta noteikumiem. Lai arī konkrētais pamatojums neprasa pierādīt neregistrētās preču zīmes pazīstamību tādā apjomā kā PZL 8. pants, tomēr arī šī pamatojuma piemērošanā agrāko tiesību īpašniekam jādemonstrē neregistrētās zīmes izmantošana <u>tik ilgi un tādā apjomā</u>, lai reģistrētās preču zīmes lietošana var maldināt patērētājus. Lai arī daļa iesniegto līgumu starp iebilduma iesniedzēju un koncertu pasūtītājiem bija datēti ar laiku pirms</p>			
--	---	--	--	--

	<p>apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikuma, proti, pirms 16.05.2024, tie pamatā aptvēra laika posmu no 2022. gada līdz 2024. gadam. Arī AKKA/LAA sniegtajā izziņā senākais licences līgums, no kura skaidri izriet, ka runa ir par grupu "LĪVI", bija datēts ar 2017. gadu. Ņemot vērā, ka grupas vēsture aizsākās pagājušā gadsimta septiņdesmito gadu sākumā, iebilduma iesniedzēja demonstrētais laika posms ir pārāk īss un pierādījumu apjoms salīdzinoši mazs, lai Apelācijas padome pārlicinoši secinātu, ka patērētāju uztverē nosaukums "LĪVI" būtu nostiprinājies tieši saistībā ar iebilduma iesniedzēju un tā darbību.</p> <p>Tai pašā laikā PZL 10. panta pirmās daļas 3. punkts ir daudz labvēlīgāks iebilduma iesniedzējam – tas vien paredz, ka komercapzīmējumam ir jābūt godprātīgi un likumīgi uzsāktam lietot saimnieciskajā aprītē Latvijā identiskā vai līdzīgā saimnieciskās darbības nozarē; citi apstākļi, piemēram, kādi kvantitatīvi kritēriji – cik ilgi un kādā apjomā attiecīgajam apzīmējumam būtu jābūt lietotam u.tml. –, nav likuma normā ietverti.</p> <p>No lietas materiāliem varēja konstatēt, ka biedrība "LĪVI Roxx" ir reģistrēta Biedrību un nodibinājumu reģistrā 22.08.2005, tātad pirms apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma, kas ir 16.05.2024. Iebilduma iesniedzēja iesniegtie materiāli liecināja, ka komercapzīmējums "LĪVI Roxx" ir izmantots, slēdzot līgumus par grupas "LĪVI" koncertu sniegšanu pret atlīdzību, tātad izmantots saimnieciskajā aprītē.</p> <p>Lietā netika konstatēti tādi fakti vai materiāli, kas liegtu Apelācijas padomei konstatēt, ka biedrība "LĪVI Roxx" savu komercapzīmējumu lietot saimnieciskajā aprītē Latvijā ir uzsākusi godprātīgi un likumīgi. Apstrīdētās zīmes īpašnieka apgalvojums, ka līdz šim neko par šādu biedrību nav zinājis, nenozīmē, ka tās izveide uzskatāma par nelikumīgu vai negodprātīgu.</p> <p>Iebilduma iesniedzēja komercapzīmējums "LĪVI Roxx" sastāv no diviem apzīmējumiem, no kuriem otrais, proti, apzīmējums "Roxx", ir vērtējams kā apzīmējums ar vāju atšķirtspēju. Nav šaubu, ka liela daļa patērētāju to sasaistīs ar grupas "LĪVI" izpildītās mūzikas žanru – roku. Gandrīz visās publikācijās ir uzsvērts, ka "LĪVI" ir Latvijas rokgrupa vai roka leģenda utt. Līdz ar to tieši apzīmējums "LĪVI" gan tā novietojuma komercapzīmējuma sākumā, kuru patērētājs izlasa un uztver</p>			
--	---	--	--	--

	<p>pirmo, gan apzīmējuma “Roxx” paskaidrojošās nozīmes dēļ, būs komercapzīmējuma būtiskā daļa.</p> <p>Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome uzskatīja, ka iebilduma iesniedzēja komercapzīmējuma būtiskās daļas “LĪVI” iekļaušana apstrīdētajā preču zīmē ir uzskatāma par biedrības “LĪVI Roxx” agrāko tiesību aizskārumu.</p> <p>Apelācijas padome nesaskatīja pārliecinošu negodprātību apstrīdētās zīmes īpašnieka rīcībā, piesakot to reģistrācijai. Lai arī Apelācijas padome var piekrist, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam kā grupas dibinātājam un sākotnējam līderim tāpēc vien nav lielāku tiesību uz nosaukuma “LĪVI” reģistrēšanu, tomēr var pieņemt, ka, esot saistītam ar grupas izveidi, šāda pārliecība viņam varēja rasties, it īpaši pie apstākļiem, kad grupas pamešana nav notikusi labprātīgi, bet gan tā laika vēsturisko un ideoloģisko apstākļu dēļ.</p> <p><i>(lēmums ir stājies spēkā)</i></p>			
<p>Rīkoties ar kopīpašuma priekšmetu (preču zīmi) drīkst tikai ar visu kopīpašnieku piekrišanu</p>	<p>Apmierināts fiziskas personas iebildums pret figurālas preču zīmes <b>Evija</b> (reģ. Nr. M 79 526) reģistrāciju Latvijā 3. un 5. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem (<i>dažādi kosmētikas un farmaceitiskie līdzekļi, kā arī šo preču mazumtirdzniecības pakalpojumi</i>).</p> <p>Centrālais jautājums šajā lietā faktiski bija par to, vai negodprātīgs nolūks ir atzīstams gadījumā, kad persona, kurai kopīpašumā ar citu personu (vēlāk – ar viņas likumīgiem mantiniekiem) pieder krietni agrāk reģistrēta preču zīme, šādu pašu preču zīmi atkārtoti ir pieteikusi reģistrācijai tikai uz sava vārda, turklāt gan tādām pašām precēm, kurām ir reģistrēta kopīpašumā esošā zīme, gan vēl citām precēm un pakalpojumiem.</p> <p>Izvērtējot iebilduma iesniedzēja argumentus un ņemot vērā Civillikumā noteikto par kopīpašnieku tiesībām un pienākumiem, Apelācijas padome piekrita iebilduma iesniedzējam, ka apstrīdētās zīmes <b>Evija</b> (fig.) (reģ. Nr. M 79 526) reģistrēšana vien uz apstrīdētās zīmes īpašnieces vārda aizskar kopīpašumā esošās preču zīmes <b>Evija</b> (fig.) (reģ. Nr. M 34 325) līdzīpašnieka (vēlāk – viņa mantinieku jeb līdzīpašnieku) intereses, jo tādā veidā apstrīdētās zīmes īpašniece iegūtu tiesības uz preču zīmi, kura līdz tam viņai piederējusi vien kopīpašumā.</p>	<p>negodprātīgs nolūks</p>		<p>RIAP/2025/M 79 526-Ie (OP-2024-24)</p>

	<p>Apelācijas padome norādīja, ka vairāk nekā 30 gadus pēc tam, kad tika pieteikta kopīpašumā esošā preču zīme <b>Evija</b> (fig.) (reģ. Nr. M 34 325), komersantiem var rasties objektīva nepieciešamība paplašināt uzņēmuma darbību, paredzot jaunas preču un pakalpojumu kategorijas, kuras ar attiecīgo zīmi varētu tikt piedāvātas. Taču kopīpašums uzliek par pienākumu šādus jautājumus saskaņot ar pārējiem līdzīpašniekiem, it īpaši, ja ir runa par kopīpašumā esošās zīmes jaunu pieteikšanu tikai uz viena līdzīpašnieka vārda. Apelācijas padome uzskatīja, ka šāda rīcība uzskatāma par līdzīpašniekam piederošās preču zīmes tiesību būtisku grozījumu, jo faktiski tas nozīmē, ka, līdzīpašniekam kļūstot par vienīgo zīmes īpašnieku, turpmāk viņš varēs brīvi rīkoties ar iegūtajām preču zīmes izņēmuma tiesībām un viņam nebūs nepieciešams saskaņot rīcību ar pārējiem līdzīpašniekiem. Konkrētajā gadījumā, piesakot apstrīdēto zīmi reģistrācijai, bija nepieciešama zīmes <b>Evija</b> (fig.) (reģ. Nr. M 34 325) otra līdzīpašnieka (vai viņa mantinieku – līdzīpašnieku) piekrišana. Šāda rakstura atļauja netika iesniegta, bet, pretēji, viens no līdzīpašniekiem ir iesniedzis iebildumu pret zīmes <b>Evija</b> (fig.) (reģ. Nr. M 79 526) reģistrēšanu tikai uz apstrīdētās zīmes īpašnieces vārda.</p> <p>Apelācijas padome norādīja, ka kopīpašumā tās līdzīpašniekiem savstarpēji ir tiesības un pienākumi un, ja kāds no līdzīpašniekiem vairs nevēlas palikt kopīpašumā, to nevar piespiest, bet pastāv juridiski pareizs un likumā noteikts veids, kā prasīt kopīpašuma dalīšanu vai citādi vienoties par kopīpašuma pārvaldības formu. Apelācijas padomes ieskatā vispārīgām taisnīgumam tomēr neatbilst gadījums, kad viens no līdzīpašniekiem, kas ir apņēmis un piekritis būt kopīpašumā, vairs nerēķinās ar otru līdzīpašnieku, mēģinot iegūt kopā piederīgo mantu vien sev. Apstrīdētās zīmes īpašnieces rīcībai nav attaisnojuma arī tāpēc, ka persona uzskata, ka viņai uz kopīgajā īpašuma esošo preču zīmi ir pamatotākas tiesības nekā uz to brīdī esošajam līdzīpašniekam vai šobrīd – iebilduma iesniedzējam. Kā jau iepriekš Apelācijas padome norādīja, tādā gadījumā apstrīdētās zīmes īpašniecei pastāv iespēja izvēlēties tiesiskus līdzekļus, piemēram, izpērkot otra līdzīpašnieka domājamo daļu vai kopīpašumu sadalot.</p> <p>Līdz ar to pie minētajiem apstākļiem apstrīdētās zīmes īpašnieces figurālās preču zīmes <b>Evija</b> (reģ. Nr. M 79 526)</p>			
--	---	--	--	--

	<p>reģistrācijas pieteikumu nevar vērtēt kā lojālu pret personu, ar kuru kopīpašumā pieder tāda pati preču zīme, un tādējādi iesniegtu labticīgi.</p> <p><i>(lēmums ir stājies spēkā)</i></p>			
<p>Autortiesības uz darbu, kas radīts, izmantojot mākslīgā intelekta rīku</p>	<p>Noraidīts fiziskas personas iebildums pret figurālas preču zīmes <b>Kemmern mud therapy</b> (reģ. Nr. M 79 683) reģistrāciju Latvijā 3. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem (<i>kosmētikas līdzekļi un to mazumtirdzniecība un vairumtirdzniecība</i>).</p> <p>Iebilduma iesniedzēja norādījusi, ka, izmantojot logotipu izveides programmatūru “turbologo”, kas pieejama vietnē <a href="https://turbologo.com">https://turbologo.com</a>, 2019. gada novembra sākumā viņa ir izstrādājusi grafiskā dizaina darbu – logotipu.</p> <p>Apelācijas padome norādīja, ka nav šaubu, ka dizaina darbi ir uzskatāmi par autortiesību objektu (iebilduma iesniedzējas norādītais darbs precīzāk ir uzskatāms par grafiskā dizaina darbu). Taču par autortiesību objektu nevar atzīt grafiskā dizaina darbā – logotipā, kas atbilst apstrīdētajai preču zīmei <b>Kemmern mud therapy</b> (fig.), – ietverto vārdu salikumu “Kemmern mud therapy” (Ķemeru dūņu terapija). Saskaņā ar Autortiesību likuma 1. panta noteikumiem Latvijā ar autortiesībām tiek aizsargāti autora radošās darbības rezultāti, tātad oriģināli darbi, jaunrade. Minētie vārdi nav nedz iebilduma iesniedzējas, nedz apstrīdētās zīmes īpašnieka puses jaunradīti vārdi. Līdz ar to iebilduma iesniedzējas darba autorība ir izvērtējama grafiskā dizaina darba ietvaros, proti, attiecīgā logotipa izskats (piem., burtveidols, etiķetes forma, krāsu risinājums un citas logotipa vizuālās īpatnības), nevis tā saturs.</p> <p>Viens no būtiskiem lietas jautājumiem un pušu strīds bija par to, vai iebilduma iesniedzēja ir atzīstama par iebildumā attēlotā grafiskā dizaina darba autori.</p> <p>Autortiesību likums nosaka, ka ar autortiesībām tiek aizsargāti autora radošās darbības rezultāti, taču nav norādīti kritēriji, kādi būtu ņemami vērā, novērtējot personas radošo intelektuālo ieguldījumu darba radīšanā. Līdz ar to Apelācijas padomes lēmumā tika aplūkotas autortiesību jomā paustās pieejas attiecībā uz personas jaunradi, tostarp darba radīšanu, izmantojot mākslīgā intelekta rīkus. Piemēram, “Autorskolas” 2024. gada metodiskajā materiālā “Intelektuālā īpašuma pamati augstskolu</p>			<p>RIAP/2025/M 79 683-Ie (OP-2024-33)</p>

	<p>studentiem” skaidrots, ka autora radošo darbību jeb jaunradi konstatē tad, ja autoram, radot savu darbu, ir bijusi iespēja veikt brīvas un radošas izvēles, kā arī atspoguļot šajā darbā savu personību. Par autoru nav uzskatāma persona, kas tikai mehāniski īsteno citas personas ieceri un norādījumu (<i>M. Grudulis, Ievads autortiesībās; Rīga: Latvijas Vēstnesis (2006), 173. lpp.</i>). Šāda nostāja izriet arī no Eiropas Savienības Tiesas (EST) judikatūras, kurā atzīts, ka, lai objekts varētu tikt uzskatīts par oriģinālu, ir gan nepieciešami, gan pietiekami, ka tas atspoguļo tā autora personību, izpaužot šī autora veiktas brīvas un radošas izvēles (<i>EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-833/18, SI and Brompton Bicycle Ltd v Chedech / Get2Get; [2020], 23. punkts</i>).</p> <p>Apelācijas padomes ieskatā iebilduma iesniedzējas radošās izvēles attiecīgā logotipa izveidē nav uzskatāmas par tādām, lai pārliecinoši varētu atzīt personas ieguldītās radošās pūles darba izveidē. Tātad nav pietiekams, lai atzītu iebilduma iesniedzējas autorību uz iebildumā pretstatīto grafiskā dizaina darbu.</p> <p>Pretstatītais izstrādātais logotips veidots uz melna apļa fona, kur viens zem otra novietoti baltas krāsas uzraksti “Kemmer” un “mud therapy”, no kuriem stilizētā burtveidola dēļ izceļas apzīmējums “Kemmer”. Apelācijas padome nenoliedza, ka, izmantojot attiecīgo logotipu izveides rīku “turbologo”, iebilduma iesniedzēja, ievadot tekstu “Kemmer mud therapy”, ir izvēlējusies šī rīka piedāvātās iespējas, vadoties no saviem estētiskajiem uzskatiem, taču radošo rezultātu, no kā izdarīt izvēli, ir piedāvājis rīks “turbologo”, nevis iebilduma iesniedzēja. Apelācijas padomei nebija arī skaidra grafiskā dizaina darba – logotipa – radīšanas gaita. Ikvienam darba autoram ir savs redzējums par veidojamo darbu, un šajā gadījumā nav zināms, vai pirms darba radīšanas persona bija izdomājusi kādu vizuālo konceptu, kas kaut kādā mērā varētu iezīmēt personas radošo ieguldījumu attiecīgā logotipa izskatā. Iebilduma iesniedzēja nebija arī raksturojusi nedz to, kāda rakstura norādījumi ir doti rīkam “turbologo”, nedz kādas attiecīgās izvēles viņa ir veikusi, respektīvi, cik daudz un kāda veida lēmumus ir bijis nepieciešams pieņemt saistībā ar darba izveidi. Iebilduma iesniedzēja nebija arī norādījusi, ka, piemēram, pēc tam, kad, izmantojot rīku “turbologo”, tika izveidots logotips, iebilduma iesniedzēja būtu veikusi kādus labojumus, tādējādi veicot radošu ieguldījumu logotipa izskatā. Savukārt apstrīdētās zīmes īpašnieka puse</p>			
--	--	--	--	--

	<p>norādīja, ka, ievadot uzņēmuma izvēlēto vārdisko daļu, rīks “turbologo” automātiski ģenerē tūkstošiem iespējamo logotipu un, izvēloties vispārīga rakstura kritērijus, piem., logotipa formu, krāsu un burtveidolu, tiek izveidots attiecīgais rīka piedāvātais variants. Apelācijas padomes ieskatā šāds rīka lietojums nenoliedzami apstiprina iebilduma iesniedzējas iesaisti darba izveidē, taču iezīmē visai zemu iebilduma iesniedzējas radošumu attiecībā uz darba rezultātu. Saskaņā ar Autortiesību likuma 1. panta 2. punktu par darbu uzskata autora radošās darbības rezultātu attiecīgajā jomā, kas šajā gadījumā no iebilduma iesniedzējas puses neizpaužas pārliciecināti.</p> <p>Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā darba radīšanā, izvēloties vien tikai logotipu izveides rīka piedāvātās iespējas, nevar nepārprotami secināt, ka personai bija iespēja veikt brīvas un radošas izvēles, tostarp secināt, kā tieši šajā darbā atspoguļojas iebilduma iesniedzējas personība un ieguldītās radošās pūles.</p> <p><i>(lēmums ir stājies spēkā)</i></p>			
<p>Arī plaši pazīstamas preču zīmes aizsardzībai ir savas robežas (modes preču internetveikala joma ir pārāk tāla no veselības aprūpes pakalpojumiem)</p>	<p>Daļēji apmierināts Vācijas uzņēmēj sabiedrības ABOUT YOU SE &amp; Co KG iebildums pret figurālas preču zīmes <b>About Youú beauty</b> (reģ. Nr. M 80 185) reģistrāciju Latvijā 3., 4. un 25. klases precēm un 35. un 44. klases pakalpojumiem (<i>dažādi kosmētikas līdzekļi, sveces, apģērbi, šo preču mazumtirdzniecības pakalpojumi, kā arī veselības un skaistumkopšanas pakalpojumi cilvēkam</i>).</p> <p>Iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 7. panta pirmās daļas 2. punktu tika atzīta par pamatotu, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta 3., 4., 25. klases precēm, 35. klases pakalpojumiem un 44. klases pakalpojumiem “skaistumkopšanas pakalpojumi cilvēkam; skaistumkopšanas salonu pakalpojumi”. Taču salīdzināmās zīmes var pastāv līdzās, ciktāl apstrīdētā zīme attiecas uz 44. klases pakalpojumiem “veselības pakalpojumi cilvēkam”, proti, pakalpojumiem, kas netika atzīti par līdzīgiem pretstatītās zīmes precēm un pakalpojumiem. Apelācijas padomes ieskatā veselības pakalpojumu sniegšanā visdrīzāk netiek izmantotas pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertās 3. klases preces vai arī tām nav būtiskas lomas šo pakalpojumu sniegšanā. Daudz būtiskāka loma šo pakalpojumu sniegšanā noteikti ir speciālista</p>		<p><i>About Youú beauty</i></p>	<p>RIAP/2025/M 80 185-Ie (OP-2025-14)</p>

	<p>medicīnas un veselības jomas zināšanām. Līdz ar to Apelācijas padome apšaubīja šo pakalpojumu līdzību pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertajām 3. klases precēm.</p> <p>Apelācijas padome arī atzina, ka PZL 8. panta pirmās daļas noteikumi šajā lietā ir piemērojami attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem tiktāl, ciktāl tie ir saistīti ar modes preču internetveikala apzīmējumu "ABOUT YOU". Šajā gadījumā Apelācijas padome līdzību un saistību saskatīja vismaz attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām 3., 4., 25. klases precēm, 35. klases pakalpojumiem un 44. klases pakalpojumiem "skaistumkopšanas pakalpojumi cilvēkam; skaistumkopšanas salonu pakalpojumi". Tai pat laikā Apelācijas padomes ieskatā savstarpējas asociācijas vai kaitējuma iespēja nepastāv, ja apstrīdētā zīme tiek lietota attiecībā uz 44. klases pakalpojumiem "veselības pakalpojumi cilvēkam". Šādu pakalpojumu raksturs primāri saistīts ar palīdzības sniegšanu cilvēka organisma norišu veiksmīgai funkcionēšanai, kas krasi atšķiras no modes preču internetveikala jomas, kurā darbojas un ir ieguvis atpazīstamību iebilduma iesniedzējs. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz PZL 8. panta otrās daļas noteikumiem netika atzīta par pamatotu.</p> <p><i>(lēmums ir stājies spēkā)</i></p>			
--	---	--	--	--