



**Kopīgs paziņojums par vienoto praksi
attiecībā uz atšķirtspēju grafiskajām preču
zīmēm, kas satur aprakstošus vārdus/vārdus
bez atšķirtspējas
2015. gada 2. oktobrī**

1. PAMATINFORMĀCIJA

Eiropas preču zīmju un dizainparaugu tīklā esošie intelektuālā īpašuma biroji turpina sadarboties Konverģences programmas kontekstā. Tie ir vienojušies par vienotu praksi attiecībā uz gadījumiem, kad grafiskā preču zīme, kas sastāv tikai no aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas, pārvar absolūtos atteikuma pamatojumus, jo grafiskais elements nodrošina preču zīmei pietiekamu atšķirtspēju.

Vienotā prakse tiek publiskota ar šo Kopīgu paziņojumu, kura mērķis ir vēl vairāk veicināt caurspīdīgumu, juridisko noteiktību un prognozējamību, kas ir gan preču zīmju ekspertu, gan preču zīmju lietotāju interesēs.

Projekts neskar šādas jomas:

- valodas jautājumus: projekta kontekstā uzskatiet, ka vārdiskie elementi ir aprakstoši/bez atšķirtspējas jūsu valodā;
- disklamācijas: vienotā prakse neietekmē atsevišķu intelektuālā īpašuma iestāžu praksi attiecībā uz disklamācijām un to interpretāciju;
- preču zīmes izmantošanu (arī attiecībā uz iegūto atšķirtspēju un to, kā zīmi faktiski izmanto komercdarbībā).

2. VIENOTĀ PRAKSE

Turpmāk tekstā apkopoti svarīgākie vienotās prakses principi. Pilns teksts atrodams šā paziņojuma beigās.

Lai noteiktu, vai preču zīmes figurativitāte piešķir zīmei atšķirtspēju, tiek ņemti vērā turpmāk zemāk minētie kritēriji.

** Piezīme: apzīmējumiem, kas satur tekstu "Flavour and aroma", pieprasīta aizsardzība **kafijai** 30. klasē, apzīmējumiem, kas satur tekstu "Fresh sardine" un "Sardines", pieprasīta aizsardzība **sardīnēm** 29. klasē, apzīmējumam, kas satur tekstu "DIY", pieprasīta aizsardzība **detaļu komplektiem mēbeļu montāžai** 20. klasē, apzīmējumam, kas satur tekstu "Pest control services", pieprasīta aizsardzība **kaitēkļu apkarošanas pakalpojumiem** 37. klasē, bet apzīmējumam, kas satur tekstu "Legal advice services", pieprasīta aizsardzība **juridiskajiem pakalpojumiem** 45. klasē.*

ATTIECĪBĀ UZ VĀRDISKAJEM ELEMENTIEM PREČU ZĪMĒ

Kritērijs	Burtveidoli un fonts
Vienotā prakse	• Parastos gadījumos aprakstoši vārdiski elementi/vārdiski elementi bez atšķirtspējas, kas izpildīti standarta burtveidos, zīmētiem burtiem vai rokraksta stila burtveidos, ar vai bez īpašām fonta garnitūrām (trekninājums, kursīvs), nav reģistrējami. <u>Piemēri bez atšķirtspējas</u> Fresh Sardine <i>Fresh Sardine</i> FrEsh SaRdine

	<i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i> Ja standarta burtveidos veidotajos uzrakstos ir iekļauti grafiskā dizaina elementi, šiem elementiem jābūt ar pietiekami lielu ietekmi uz zīmi kopumā, lai tie preču zīmei nodrošinātu atšķirtspēju. Ja šie elementi ir pietiekami, lai patērētāja uzmanību novērstu no vārdiskā elementa aprakstošās nozīmes, vai ja tie atstāj noturīgu un atmiņā paliekošu iespaidu, preču zīme ir reģistrējama. <u>Piemēri ar atšķirtspēju</u> <i>flavour and aroma</i> FLAVOUR AND AROMA DIY
Kritērijs Vienotā prakse	<i>Apvienojumā ar krāsu</i> - Ja aprakstošam vārdiskam elementam/vārdiskam elementam bez atšķirtspējas tiek pievienota tikai viena krāsa — vai nu burtiem, vai fonam, tas nebūs pietiekami, lai preču zīmei nodrošinātu atšķirtspēju. - Komerccarbībā krāsu izmantošana ir ierasta un tā nevar tikt uztverta kā izcelsmi identificējošs apzīmējums. Taču nevar izslēgt, ka kāds konkrēts krāsu salikums, kas ir neparasts un ko attiecīgais patērētājs var viegli atcerēties, varētu preču zīmei nodrošināt atšķirtspēju. <u>Piemēri bez atšķirtspējas</u> Flavour and aroma Flavour and aroma Flavour and aroma Flavour and aroma
Kritērijs Vienotā prakse	<i>Apvienojumā ar pieturzīmēm un citiem simboliem</i> Parasti pieturzīmju vai citu komercdarbībā ierasti izmantotu simbolu pievienošana apzīmējumam, kas sastāv no aprakstošiem vārdiskiem elementiem/vārdiskiem elementiem bez atšķirtspējas, šim apzīmējumam atšķirtspēju nenodrošina. <u>Piemēri bez atšķirtspējas</u> “Flavour and aroma” FreshSardine.™
Kritērijs Vienotā prakse	<i>Vārdisko elementu novietojums (sāniski, apgriezts otrādi utt.)</i> - Parasti ar vārdisko elementu novietojumu vertikāli, apgrieztu otrādi, izkārtotu vienā vai vairākās rindās nav pietiekami, lai piešķirtu preču zīmei minimālo atšķirtspēju, kas nepieciešama reģistrēšanai. <u>Piemēri bez atšķirtspējas</u> Flavour and Aroma Flavour and Aroma - Taču veids, kā vārdiskie elementi novietoti, var preču zīmei nodrošināt atšķirtspēju tad, ja to izkārtojums ir tāds, ka caurmēra patērētājs pievēršas

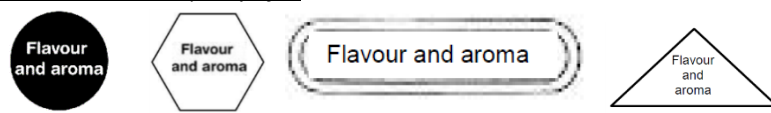
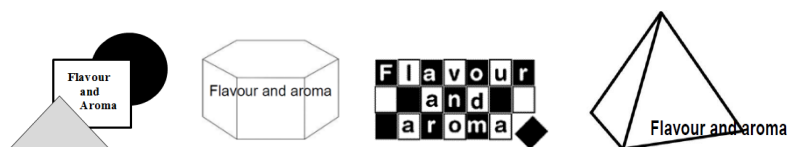
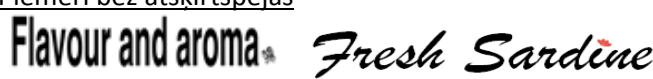
izkārtojumam, nevis uzreiz uztver aprakstošā vēstījuma saturu.

Piemēri elementiem ar atšķirtspēju

And
r
Flavour
m
a

F d
l n
a v m
o
r u
A r

ATTIECĪBĀ UZ GRAFISKAJIEM ELEMENTIEM PREČU ZĪMĒ

Kritērijs	<i>Vienkāršu ģeometrisku figūru izmantošana</i>
Vienotā prakse	- Aprakstoši vārdiski apzīmējumi vai vārdiski apzīmējumi bez atšķirtspējas apvienojumā ar vienkāršām ģeometriskām figūrām, tādām kā punkti, līnijas, nogriežņi, apli, trijstūri, kvadrāti, taisnstūri, paralelogrami, piecstūri, sešstūri, trapeces un elipses, visticamāk, nebūs reģistrējami, jo īpaši tad, ja minētās figūras tiek izmantotas kā rāmītis vai kontūra. Piemēri bez atšķirtspējas  - No otras puses, ģeometriskās figūras var zīmei piešķirt atšķirtspēju, ja to pasniegšanas veids un konfigurācija apvienojumā ar citiem elementiem rada kopiespaidu ar pietiekamu atšķirtspēju. Piemēri ar atšķirtspēju 
Kritērijs	<i>Grafiskā elementa novietojums un proporcija (izmērs) attiecībā pret vārdisko elementu</i>
Vienotā prakse	Parasti, ja grafisks elements, kas pats par sevi ir atšķirīgs, ir pievienots aprakstošam vārdiskam elementam un/vai vārdiskam elementam bez atšķirtspējas, preču zīme ir reģistrējama ar nosacījumu, ka grafiskais elements ir tāda izmēra un novietojuma, ka apzīmējumā ir skaidri saredzams un atpazīstams. Piemēri bez atšķirtspējas  Piemēri ar atšķirtspēju 
Kritērijs	<i>Grafiskais elements attēlo preces un/vai pakalpojumus vai ir ar tiem tieši saistīts</i>
Vienotā prakse	Grafisko elementu uzskata par aprakstošu un/vai tādu, kam nepiemīt atšķirtspēja, ja:

- tas ir preču un pakalpojumu reāls attēlojums;
- tas sastāv no simboliska vai stilizēta preču un pakalpojuma attēlojuma, kas būtiski neatšķiras no minēto preču un pakalpojumu vispārpieņemta attēlojuma.

Piemēri bez atšķirtspējas

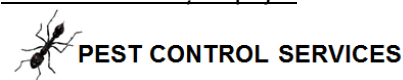


Piemēri ar atšķirtspēju

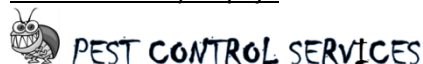


- Grafiskais elements, kas neattēlo preces un pakalpojumus, bet kas ir tieši saistīts ar preču un pakalpojumu raksturīgajām iezīmēm, apzīmējumam atšķirtspēju nenodrošina, izņemot gadījumus, ja tas ir pietiekami stilizēts.

Piemēri bez atšķirtspējas



Piemēri ar atšķirtspēju



Kritērijs

Vai grafiskais elements ierasti ir izmantots komercdarbībā attiecībā uz precēm un/vai pakalpojumiem, kam tiek pieprasīta aizsardzība.

Vienotā prakse

- Parasti uzskata, ka grafiskie elementi, ko ierasti izmanto komercdarbībā saistībā ar precēm un/vai pakalpojumiem, preču zīmei kopumā atšķirtspēju nenodrošina.

Piemēri bez atšķirtspējas



ATTIECĪBĀ GAN UZ VĀRDISKAJIEM, GAN GRAFISKAJIEM ELEMENTIEM PREČU ZĪMĒ

Kā kritēriju apvienojums ietekmē atšķirtspēju

Vienotā prakse

- Parasti tādu grafisko un vārdisko elementu apvienošana, kuriem katram pašam par sevi nav atšķirtspējas, nerada preču zīmi ar atšķirtspēju.
- Taču šādu elementu apvienojums, tos uzlūkojot kopumā, var tikt uztverts kā izcelsmi identificējošs apzīmējums tā neierastā attēlojuma un kompozīcijas dēļ. Šādos gadījumos, elementu apvienojuma rezultātā rodas kopiespaids, kas ir pietiekami attālināts no vārdisko elementu sniegtā aprakstošā vēstījuma vai vēstījuma bez atšķirtspējas.

Piemēri. Lai apzīmējums būt registrējams, tam nepieciešams minimāls atšķirtspējas līmenis. Skalas mērķis ir atrast sliekšni. Turpmāk sniegtajos piemēros, skatoties no

kreisās puses uz labo, attēloti elementi ar pieaugošu ietekmi uz preču zīmju atšķirtspēju; rezultātā parādītas preču zīmēs, kam kopumā nav atšķirtspējas (sarkanā aile), vai kopumā ir atšķirtspēja (zaļā aile).

Nav atšķirtspējas	Ir atšķirtspēja
1.	
2.	
3.	

Jāpiezīmē, ka tad, ja preču zīmei kopumā atšķirtspēju nodrošina grafiskais elements, pieteicējs neiegūst izņēmuma tiesības uz aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas. Aizsardzības apjoms aprobežojas ar preču zīmes kopējo kompozīciju. Lai iegūtu vairāk informācijas par aizsardzības apjomu, kad preču zīme sastāv no elementiem bez atšķirtspējas/ar zemu atšķirtspēju, aicinām iepazīties ar dokumentu "Vienotās prakses principi CP5 — relatīvie atteikuma pamatojumi — sajaukšanas iespēja (komponentu bez atšķirtspējas/ar zemu atšķirtspēju ietekme)".

https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_ohim/who_we_are/common_communication/common_communication5_lv.pdf

3. ĪSTENOŠANA

Tāpat kā iepriekšējās vienotās prakses arī šī vienotā prakse stāsies spēkā trīs mēnešus pēc šā kopīgā paziņojuma publicēšanas.

Papildu informācija par vienotās prakses īstenošanu pieejama turpmāk sniegtajā tabulā.

Īstenošanā iesaistītie biroji var publicēt papildu informāciju savās tīmekļa vietnēs.

Dokumenta sagatavošanas brīdī vienoto praksi īstēnos šādi biroji: AT, BG, BOIP, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FR, GR, HR, HU, IE, LT, LV, MT, NO, OHIM, PT, RO, SE, SI, SK, UK.

Šādi ES biroji vienoto praksi atbalsta, taču šobrīd neīstēnos: FI, IT, PL.

3.1 ĪSTENOJOŠIE BIROJI

ĪSTENOJOŠO BIROJU, ĪSTENOŠANAS DATUMA UN ĪSTENOŠANAS PRAKŠU SARAKSTS

Pārskats par vienotās prakses īstenošanu						
Birojs	Ieviešanas datums	Vienoto praksi piemēro:				
		<u>pieteikumiem, kas ieviešanas datumā vēl nav izņemti;</u>	<u>pieteikumiem, kas iesniegti pēc ieviešanas datuma;</u>	<u>anulēšanas procedūrām, kas ieviešanas datumā vēl nav pabeigtas;</u>	<u>anulēšanas procedūrām, kas pieteiktas pēc ieviešanas datuma;</u>	<u>pieprasījumiem preču zīmju atzīšanai par spēkā neesošām, kuri tika izskatīti saskaņā ar šo vienoto praksi.</u>
AT	02.01.2016.		X			
BG	02.01.2016.	X	X	X	X	X
BlīB	02.10.2015.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
CY	02.10.2015.		X		X	X
CZ	02.01.2016.		X			X
DE	02.10.2015.	X	X			X
DK	01.01.2016.		X			X
EE	01.01.2016.		X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
ES	02.01.2016.		X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
FR	02.10.2015.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas

GR	02.10.2015.		X			X
HR	01.01.2016.	X	X		X	
HU	01.12.2015.		X		X	
IE	02.01.2016.		X			X
LT	01.01.2016.		X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
LV	02.01.2016.		X			X
MT	02.10.2015.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
NO	02.10.2015.	X	X	X	X	X
ITSB	02.01.2016.	X	X	X	X	X
PT	03.10. 2015.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
RO	02.01.2016.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
SE	02.10.2015.	X	X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
SI	02.01.2016.		X	Neattiecas	Neattiecas	Neattiecas
SK	01.12.2015.	X	X	X	X	X
UK	02.10.2015.		X		X	

Neattiecas Nepiemēro

PIELIKUMS:

Vienotās prakses principi

Konverģence

Vienotās prakses principi

Konverģences programma

KP 3. Atšķirtspēja — grafiskās preču zīmes, kas satur aprakstošus vārdus/vārdus bez atšķirtspējas

Satura rādītājs

1.	PROGRAMMAS PAMATINFORMĀCIJA	12
2.	PROJEKTA PAMATINFORMĀCIJA	13
3.	ŠĀ DOKUMENTA MĒRĶIS	14
4.	PROJEKTA DARBĪBAS JOMA	14
5.	VIENOTĀ PRAKSE.....	16
5.1.	Aprakstoši vārdi/vārdi bez atšķirtspējas.	16
5.2.	Kādi sliekšņi ir grafiskajiem elementiem, lai pārvarētu absolūtos attiekumu pamatojumus?	17
A.	Attiecībā uz vārdiskajiem elementiem preču zīmē.	18
A.1.	Burtveidols un fonts.	18
A.2.	Apvienojums ar krāsu	21
A.3.	Apvienojums ar pieturzīmēm un citiem simboliem	23
A.4.	Vārdisko elementu novietojums (sāniski, apgriezts otrādi utt.)	24
B.	Attiecībā uz grafiskajiem elementiem preču zīmē.	25
B.1.	Vienkāršu ģeometrisku figūru izmantošana.....	25
B.2.	Grafiskā elementa novietojums un proporcija (izmērs) attiecībā pret vārdisko elementu	27
B.3.	Grafiskais elements attēlo preces un/vai pakalpojumus, vai ir ar tiem tieši saistīts.	28
B.4.	Grafiskie elementi plaši tiek izmantoti komercdarbībā saistībā ar precēm un/vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieprasīta aizsardzība	32
C.	Kā minēto kritēriju apvienojums ietekmē atšķirtspēju?	34

1. PROGRAMMAS PAMATINFORMĀCIJA

Lai gan pēdējos gados pasaules mērogā ir palielinājusies aktivitāte preču zīmju un dizainparaugu jomā, centieniem panākt konverģenci biroju darbībā visā pasaulē ir bijuši visai pieticīgi rezultāti. Eiropā vēl joprojām ir daudz darāmā, lai novērstu neatbilstības starp ES intelektuālā īpašuma birojiem. ITSB stratēģiskajā plānā tas ir norādīts kā viens no galvenajiem uzdevumiem, kas jārisina.

Nemot to vērā, 2011. gada jūnijā tika izveidota Konverģences programma. Tajā ir atspoguļota valstu preču zīmju biroju, BIĪB, ITSB un lietotāju kopīgā apņemšanās virzīties uz jaunu laikmetu ES intelektuālā īpašuma biroju darbībā, pakāpeniski izveidojot darboties spējīgu un uz sadarbību vērstu Eiropas tīklu un tādējādi Eiropā nostiprinot intelektuālā īpašuma vidi.

Programmas mērķis ir **“Radīt un izplatīt skaidru nostāju, juridisko noteiktību, kvalitāti un izmantojamību gan pieteikumu iesniedzējam, gan birojam”**. Šis mērķis tiks sasniegts sadarbojoties, saskaņojot praksi, un tas sniegs būtiskus ieguvumus lietotājiem, kā arī intelektuālā īpašuma birojiem.

Pirmajā kārtā Konverģences programmas paspārnē tika sākti šādi pieci projekti:

- CP 1. Klasifikācijas saskaņošana
- CP 2. Klašu virsrakstu konverģence
- CP 3. Atšķirtspēja — grafiskās preču zīmes, kas satur aprakstošus vārdus/vārdus bez atšķirtspējas
- CP 4. Melnbalto preču zīmju aizsardzības apjoms
- CP 5. Relatīvie atteikuma pamatojumi — sajaukšanas iespēja (komponentu bez atšķirtspējas/ar zemu atšķirtspēju ietekme).

Šajā dokumentā galvenā uzmanība ir pievērsta jaunajai vienotajai praksei attiecībā uz trešo projektu, proti, CP 3. Atšķirtspēja — grafiskās preču zīmes, kas satur aprakstošus vārdus/vārdus bez atšķirtspējas.

2. PROJEKTA PAMATINFORMĀCIJA

Laikā, kad tika sākts projekts, ITSB, BIĪB un valstu biroju vidū **nebija vienprātības** attiecībā uz tādu kombinētu preču zīmju novērtēšanu, kas sastāv no grafiskiem elementiem un pilnībā aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas. Atšķirīgā prakse un interpretācija noveda pie dažādiem rezultātiem, līdz ar to radot juridisku nenoteiktību un neprognozējamību attiecībā uz to, vai grafiskās iezīmes preču zīmei nodrošina pietiekamu atšķirtspēju, lai pārvarētu absolūtos atteikuma pamatojumus.

Ņemot vērā šo situāciju, biroji ir atzinuši vajadzību pēc saskaņojuma un uzskata, ka vienota prakse būtu izdevīga lietotājiem, kā arī birojiem.

Šā projekta mērķis ir **konverģēt pieeju attiecībā uz gadījumiem, kad grafiskā preču zīme, kas sastāv tikai no aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas, pārvar absolūtos atteikuma pamatojumus, jo grafiskais elements nodrošina tai pietiekamu atšķirtspēju.**

Šis projekts sastāv no 4 pamatvienībām, un katra no tām attiecas uz savu jomu:

- 1) **vienota prakse, tostarp kopēja pieeja**, kas aprakstīta dokumentā un tulkota visās ES valodās;
- 2) kopēja **komunikācijas stratēģija** šai praksei;
- 3) **rīcības plāns** vienotās prakses īstenošanai;
- 4) **līdzšinējās prakses** izvērtējuma nepieciešamības analīze.

Šis dokuments ir pirmais no četrām pamatvienībām.

Projekta pamatvienības izstrādā un saskaņo iesaistītie IĪ biroji, ņemot vērā lietotāju asociāciju apsvērumus.

2012. gada februārī Alikantē tika sarīkota pirmā darba grupas sanāksme, lai noteiktu galvenos rīcības virzienus, projekta darbības jomu un projekta metodiku. Turpmākās sanāksmes notika 2012. gada oktobrī, 2013. gada jūnijā un oktobrī, 2014. gada februārī, aprīlī, jūnijā un decembrī, kā arī 2015. gada februārī. Šajās sanāksmēs darba grupa, kas bija atbildīga par vienotās prakses izstrādāšanu, rūpīgi apsprieda projekta mērķus un panāca vienošanos par vienotās prakses principiem.

3. ŠĀ DOKUMENTA MĒRĶIS

Šis dokuments ir paredzēts intelektuālā īpašuma birojiem, lietotāju asociācijām, preču zīmju pieteikumu un iebildumu iesniedzējiem un to pārstāvjiem kā atsauces materiāls par vienotu praksi attiecībā uz to, vai grafiska preču zīme, kas sastāv tikai no aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas, pārvar absolūtos atteikuma pamatojumus, jo grafiskais elements preču zīmei kopumā nodrošina pietiekamu atšķirtspēju. Dokuments būs plaši un viegli pieejams un nodrošinās **precīzu un vispusīgu skaidrojumu par principiem, uz kuriem pamatota jaunā vienotā prakse**. Šie principi ir vispārēji, un to mērķis ir aptvert vairumu iespējamo gadījumu. Atšķirtspēja jāvērtē katrā gadījumā atsevišķi, un kopīgie principi jāizmanto kā norādes, lai nodrošinātu, ka dažādi biroji ar vienu un to pašu pamatojumu nonāk pie līdzīgiem un prognozējamiem secinājumiem.

4. PROJEKTA DARBĪBAS JOMA

Tiesa savā spriedumā lietā C-104/01, *Libertel*, 48.–50. punkts, norāda:

Turklāt saskaņā ar Direktīvas 5. panta 1. punktu reģistrēta preču zīme tās īpašniekam attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem piešķir ekskluzīvas tiesības, kas tam ļauj kā preču zīmi reģistrēto apzīmējumu monopolizēt bez laika ierobežojuma.

*Iespēju reģistrēt preču zīmi var ierobežot, pamatojoties uz **sabiedrības interesēm**.* Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīva 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, (Direktīva) 3. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktos¹ nosaka, ka **preču zīmes, kam nav nekādas atšķirtspējas, un aprakstošas preču zīmes**, tas ir, zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, ko var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu preču veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi vai preču ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas laiku vai citas preču raksturīgas pazīmes, **neregistrē vai ja tās reģistrētas, atzīst par spēkā neesošām**.

¹ Jebkura atsauce uz Direktīvu saprotama kā atsauce uz attiecīgajiem 2009. gada 26. februāra Padomes regulas (EK) Nr. 207/2009 punktiem attiecībā uz Kopienas preču zīmi.

Dažādie atteikuma pamatojumi ir piemērojami, ņemot vērā ar tiem saistītās **sabiedrības intereses** (skatīt apvienotās lietas C-456/01 P un C-457/01 P, *Henkel*, 45.–46. punkts, kā arī lietu C-329/02 P, *SAT.1*, 25. punkts).

Sabiedrības interesēs ir nepieļaut tādas preču zīmes reģistrēšanu, kas neļauj atšķirt viena uzņēmēja piedāvātās preces un/vai pakalpojumus, no citu uzņēmumu piedāvātajām precēm un/vai pakalpojumiem.

Projekta darbības joma

*Šā projekta mērķis ir ieviest vienotu praksi attiecībā uz gadījumiem, kad **grafiskā preču zīme**, kas sastāv vienīgi no **aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas**, pārvar absolūtos atteikuma pamatojumu, jo grafiskais elements **nodrošina pietiekamu atšķirtspēju**." Projekta darbība neskar šādas jomas:*

- *valodas jautājumi: projekta izpratnē uzskatiet, vārdiskie elementi ir aprakstoši/bez atšķirtspējas jūsu valodā ;*
- *disklamācijas: vienotā prakse neietekmē atsevišķu intelektuālā īpašuma iestāžu praksi attiecībā uz disklamācijām un to interpretāciju;*
- *preču zīmes izmantošana (arī attiecībā uz iegūtu atšķirtspēju un to, kā zīmi faktiski izmanto komercdarbībā).*

Lai noteiktu, vai preču zīmē ietvertο grafisko iezīmju dēļ ir sasniegts atšķirtspējas sliekšnis, tiek ņemti vērā turpmāk minētie kritēriji.

- Attiecībā uz **vārdiskajiem** elementiem preču zīmē:
 - burtveidols un fonts;
 - burtveidols apvienojumā ar krāsu;
 - burtveidols apvienojumā ar pieturzīmēm un citiem simboliem;
 - vārdisko elementu novietojums (slīpi, apgriezts otrādi utt.).
- Attiecībā uz **grafiskajiem** elementiem preču zīmē:
 - vienkāršu ģeometriskο figūru izmantošana;
 - grafiskā elementa novietojums un proporcija (izmērs) attiecībā pret vārdisko elementu;
 - tas, vai grafiskais elements attēlo preces un/vai pakalpojumus vai ir ar tiem tieši saistīts;

- tas, vai grafisko elementu ierasti izmanto komercdarbībā attiecībā uz precēm un/vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem pieprasa aizsardzību.
- Attiecībā uz abiem - **gan** uz vārdiskajiem, **gan** grafiskajiem elementiem preču zīmē:
 - tas, kā kritēriju apvienojums ietekmē atšķirtspēju.

5. VIENOTĀ PRAKSE

5.1. *Aprakstoši vārdi/vārdi bez atšķirtspējas.*

Šā projekta izpratnē vārdiskie elementi preču zīmē tiek uzskatīti par pilnībā aprakstošiem/bez atšķirtspējas, jo galvenais mērķis ir konverģēt pieeju attiecībā uz gadījumiem, kad grafiskā elementa pievienošana preču zīmei kopumā piešķir pietiekamu atšķirtspēju, lai tā varētu pildīt savu galveno funkciju un pārvarēt absolūtos atteikuma pamatojumus.

Saskaņā ar iedibināto judikatūru, lai preču zīmei Direktīvas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē piemistu atšķirtspēja, tai jābūt spējīgai pildīt savu **galveno funkciju**, proti, garantēt **patērētājam vai gala lietotājam iespēju** identificēt preču un/vai pakalpojumu **komerciālo izcelsmi**, ļaujot viņam(-ai) bez sajaukšanas iespējas **atšķirt kāda uzņēmuma preces vai pakalpojumus no precēm un pakalpojumiem, kam ir cita komerciālā izcelsme**, tādējādi nodrošinot iespēju atkārtot pozitīvu pieredzi, vai izvairīties no negatīvas pieredzes (skatīt C-39/97, *Canon*, 28. punkts un T-79/00, *LITE*, 26. punkts).

Tiesa ir norādījusi, ka no preču zīmes spējas pildīt savu galveno funkciju, nav nošķirams Direktīvas 3. panta 1. punkta c) apakšpunktā noteiktais vispārējais princips, proti, nodrošināt to, lai aprakstošus apzīmējumus, kā arī norādes, kas raksturo reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu īpašības **brīvi var izmantot visi** komersanti, kas piedāvā šādas preces un/vai pakalpojumus, un nepieļaut, ka šādus apzīmējumus un norādes sev rezervē tikai viens vienīgs uzņēmums, reģistrējot tos kā preču zīmi (skatīt lietas C-90/11 un C-91/11, *Alfred Strigl*, 31. punkts, C-53/01 P, *Linde*, 73. punkts, un C-104/01, *Libertel*, 52. punkts, C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, 54. punkts, apvienotās lietas C-108/97 un C-109/97 *Windsurf Chiemsee*, 25. punkts).

Atšķirtspēju, pirmkārt, jāvērtē, attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuriem pieprasīta reģistrācija, un, otrkārt, atsaucoties uz attiecīgās sabiedrības uztveri (skatīt C-53/01 P, *Linde*, 41. punkts, C-363/99, *Koninklijke KPN Nederland NV*, 34.punkts, apvienotās lietas C-468/01 P līdz C-472/01 P, *Procter & Gamble*, 33.punkts). *Koninklijke KPN Nederland NV*, 34.punkts, apvienotās

lietas C-468/01 P līdz C-472/01 P, *Procter & Gamble*, 33.punkts). Kaut arī katrs no 3. panta 1. punktā minētajiem atteikuma pamatojumiem ir neatkarīgs un katram no tiem ir nepieciešama neatkarīga ekspertīze, tomēr ir skaidri redzams, ka 3. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktā noteiktie atteikuma pamatojumi pārklājas (skatīt apvienotās lietas C-90/11 un C-91/11, *Alfred Strigl*, 20. punkts, C-53/01 P, *Linde*, 67. punkts, lietu C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, 85. punkts, lietu C-392/02 P, *SATI*, 25. punkts).

Ir iedibināta judikatūra, ka apzīmējumam, kas Direktīvas 3. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē ir **apprakstošs** attiecībā uz preču vai pakalpojumu raksturīgajām īpašībām, trūkst jebkādas atšķirtspējas Direktīvas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Taču preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem var nebūt atšķirtspējas arī citu iemeslu dēļ, ne tikai tāpēc vien, ka tā ir aprakstoša (skatīt C-265/00, *Biomild*, 19. punkts, lietu C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, 86. punkts, un lietu C-51/10 P, *Agencja Wydawnicza Technopol v OHIM*, 33. punkts).

Tādējādi aprakstošai preču zīmei pilnīgi noteikti trūkst jebkādas atšķirtspējas, lai gan preču zīmei atšķirtspēja var nepiemist arī citu iemeslu dēļ, ne tikai tāpēc vien, ka tā ir aprakstoša.

5.2. Kādi sliekšņi ir grafiskajiem elementiem, lai tie pārvarētu absolūtos atteikumu pamatojumus?

Grafiskā preču zīme, kas sastāv tikai no aprakstošiem vārdiem/vārdiem bez atšķirtspējas, tomēr var pārvarēt absolūtos atteikuma pamatojumus, ja preču zīmē ir citi elementi, kas preču zīmei kopumā piešķirt atšķirtspēju².

² Lai iegūtu vairāk informācijas par aizsardzības apjomu, kad preču zīme sastāv no elementiem bez atšķirtspējas/ar zemu atšķirtspēju, aicinām iepazīties ar Vienotās prakses principiem KP5 — "Relatīvie atteikuma pamatojumi — sajaukšanas iespēja (komponentu bez atšķirtspējas/ar zemu atšķirtspēju ietekme".

Tomēr atšķirtspēju preču zīmei, kas sastāv no aprakstošiem vārdiskiem elementiem/vārdiskiem elementiem bez atšķirtspējas, nevar nodrošināt grafiskie elementi, kuriem pašiem par sevi nepiemīt atšķirtspēja vai tā ir minimāla, izņemot, gadījumus, ja šādu elementu kombinācijai pašai par sevi piemīt atšķirtspēja.

Šo principu apstiprina Eiropas Savienības Tiesa spriedumā C-37/03 P, *BioID*. Šajā spriedumā Tiesa paziņo, ka grafiskajiem elementiem preču zīmē "var nebūt nekādas nozīmes, lai ļautu attiecīgajai sabiedrībai bez sajaukšanas iespējas atšķirt ar preču zīmi aizsargātas preces vai pakalpojumus no precēm un pakalpojumiem, kam ir cita izcelsme; līdz ar to šie grafiskie elementi nav spējīgi pildīt galveno preču zīmes funkciju attiecībā uz attiecīgajām precēm un pakalpojumiem (72. punkts). Piemēram, šajā konkrētajā lietā "figuratīvie un grafiskie elementi ir tik minimāli, ka tie reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei kopumā, atšķirtspēju nenodrošina. Šiem elementiem nav nekādu īpatnību, jo īpaši izdomas ziņā vai veidā, kā tie ir savienoti, kas ļautu preču zīmei pildīt tās galveno funkciju attiecībā uz tām precēm un pakalpojumiem, kuriem pieprasīta preču zīmes reģistrācija" (74. punkts).

Lai noteiktu apzīmējumā esošos grafiskus elementus, kuri nodrošina atšķirtspēju, panākta vienošanās par turpmāk minētajiem kritērijiem.

A. Attiecībā uz vārdiskajiem elementiem preču zīmē.

A.1. Burtveidols un fonts.

- Parastos gadījumos aprakstoši vārdiski elementi/vārdiski elementi bez atšķirtspējas, kas parādās standarta burtveidos, zīmētos burtos vai rokraksta tipa burtveidos, ar vai bez speciālas fonta garnitūras (trekninājums, kursīvs), nav reģistrējami.
- Ja standarta burtveidos veidotajos uzrakstos iekļauti grafiskā dizaina elementi, šiem elementiem jābūt pietiekami lielai ietekmei uz zīmi kopumā, lai tie preču zīmei nodrošinātu atšķirtspēju. Ja šie elementi ir pietiekami, lai patērētāja uzmanību novērstu no vārdiskā elementa aprakstošās nozīmes, vai ja tie uz preču zīmi varētu atstāt noturīgu un atmiņā paliekošu iespaidu, preču zīme ir reģistrējama.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
Pamata burtveidoli, ar vai bez speciālas fonta garnitūras (trekninājums, kursīvs)	Flavour and aroma Flavour and aroma <i>Flavour and aroma</i> Flavour and aroma Flavour and aroma FLAVOUR AND AROMA Flavour and aroma	30. klase: Kafija.
Nelielas garnitūras variācijas (t. i., vārds treknrakstā)	Flavour and aroma Flavour and aroma	30. klase: Kafija.
Rokraksta un rokrakstus atdarinoši burti	<i>Flavour and aroma</i> Flavour and aroma <i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and Aroma</i> <i>Fresh Sardine</i> <i>Flavour and Aroma</i>	30. klase: Kafija. 30. klase: Kafija. 29. klase: Sardīnes. Pamatojoties uz lietu "Bollywood macht glücklich!" patentu tiesā Bundespatentgericht 27 W (pat) 36/09. 30. klase: Kafija.

	<i>Fresh Sardine</i>	29. klase: Sardīnes. Pamatojoties uz lietu T-464/08, <i>Superleggera</i> (skatīt 33.–34. punktu).
<i>Mazie burti + lielie sākuma burti</i>	FreshSARDINE	29. klase: Sardīnes.
<i>Standarta burtveidols + kursīvs</i>	Freshsardine	29. klase: Sardīnes.
<i>Lielie burti vārda vidū, kas neietekmē vārdiskā elementa nozīmi</i>	FrEsh SaRdine	29. klase: Sardīnes.
<i>Burtveidoli ar zināmām īpatnībām, taču kopumā parasti</i>	Flavour and Aroma Fresh Sardine	30. klase: Kafija. 29. klase: Sardīnes. Pamatojoties uz "jogosonline" lietu, Portugāles preču zīmes pieteikums N° 406731, atteicis Valsts industriālā īpašuma institūts (INPI).

Ir atšķirtspēja		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Dekoratīvs uzraksts rokrakstā, kas ir tiktāl stilizēts, ka nav salasāms, t. i., no tā nevar iegūt nekādu aprakstošu informāciju.</i>		30. klase: Kafija.
<i>Burtveidols ar pietiekamu stilizācijas pakāpi, kas dod iespēju atsevišķos burtus dažādi interpretēt.</i> <i>* "DIY" angļiski ir saīsinājums no "do-it-yourself" ("dari pats") un tiek uzskatīts pa vārdskaņu elementu bez atšķirtspējas attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuriem tiek pieprasīta aizsardzība.</i>		20. klase: Detaļu komplekti mēbeļu montāžai.
<i>Grafiski izstrādāts burtveidols, atsevišķi burti grūti atpazīstami.</i>		30. klase: Kafija.

A.2. Apvienojums ar krāsu

- Saskaņā ar Tiesas spriedumu C-104/01 *Libertel*, "ir jāatgādina, ka, lai gan krāsas spēj sniegt zināmas ideju asociācijas un izraisīt sajūtas, ar tām to iedabas dēļ īpaši nevar nodot precīzu informāciju. It īpaši tas nav iespējams tādēļ, ka krāsas to

pievilcīguma dēļ daudz un bieži izmanto preču un pakalpojumu reklāmā un mārketingā, taču bez jebkāda precīza vēstījuma.(40. punkts).

- Tiesa savā prejudiciālajā nolēmumā C-49/02, "Heidelberger" turklāt paziņo: "Ja vien tie nav izņēmuma gadījumi, krāsām sākotnēji nepiemīt atšķirtspēja"(39. punkts).
- Ja aprakstošam vārdiskam elementam/vārdiskam elementam bez atšķirtspējas pievieno tikai vienu krāsu — vai nu burtiem, vai fonam, tas nebūs pietiekami, lai preču zīmei nodrošinātu atšķirtspēju.
- Komerccarbībā krāsu izmantošana ir ierasta un netiks uzverta kā izcelsmi identificējošs apzīmējums. Taču nevar izslēgt, ka kāds konkrēts krāsu salikums, kas ir neparasts un ko attiecīgais patērētājs var viegli atcerēties, varētu preču zīmei nodrošināt atšķirtspēju.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Vienas krāsas pievienošana pamata/standarta burtiem (krāsaini burti).</i>	Flavour and aroma	30. klase: Kafija.
<i>Vienas krāsas pievienošana pamata/standarta burtiem (krāsains fons vai ierāmējums).</i>	Flavour and aroma	30. klase: Kafija.
	Flavour and aroma	30. klase: Kafija.
<i>Vienas krāsas pievienošana pamata/standarta burtiem (krāsaina kontūra).</i>	Flavour and aroma	30. klase: Kafija.

<i>Vienas krāsas pievienošana pamata/parastiem burtiem (mainīgas intensitātes krāsa).</i>	FLAVOUR AND AROMA	30. klase: Kafija.
<i>Šajā piemērā dekoratīvajā uzrakstā izmantotās daudzās dažādās krāsas var saistīt patērētāja uzmanību, taču tās nespēj palīdzēt pircējam atšķirt viena uzņēmuma preces un/vai pakalpojumus no cita uzņēmuma piedāvājumiem, jo šo konkrēto krāsu izkārtojumu patērētāji neuztvers un arī neatcerēsies.</i>	Flavour and aroma	30. klase: Kafija.

A.3. Apvienojums ar pieturzīmēm un citiem simboliem

- Parasti pieturzīmju vai citu komercdarbībā ierasti izmantotu zīmju pievienošana apzīmējumam, kas sastāv no aprakstošiem vārdiskiem elementiem/vārdiskiem elementiem bez atšķirtspējas, šim apzīmējumam atšķirtspēju nenodrošina.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Punkta vai preču zīmes simbola pievienošana apzīmējumam atšķirtspēju nepiešķir.</i>	FreshSardine.™	29. klase: Sardīnes. Pamatojoties uz lietu C-37/03 P, <i>BioID</i> . (skatīt 7.–74. punktu).

Pēdiņu pievienošana apzīmējumam atšķirtspēju nepiešķir.	“Flavour and aroma”	30. klase: Kafija.
---	----------------------------	--------------------

A.4. Vārdisko elementu novietojums (sāniski, apgriezts otrādi utt.)

- Veids, kādā tiek novietoti vārdiskie elementi, var piešķirt apzīmējumam atšķirtspēju, ja tiek ietekmēts tas, kā patērētājs uztver minēto vārdisko elementu nozīmi. Citiem vārdiem sakot, izkārtojumam jābūt tādām, lai caurmēra patērētājs pievērstos izkārtojumam, nevis uzreiz uztvertu aprakstošo vēstījumu. Parasti ar vārdisko elementu novietojumu vertikāli, apgrieztu otrādi, izkārtotu vienā, divās vai vairākās rindās nav pietiekami, lai piešķirtu preču zīmei minimālo atšķirtspēju, kas nepieciešama reģistrēšanai.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Teksts divās vai vairākās rindās, kas lasāms no kreisās puses uz labo.</i>	Flavour and Aroma	30. klase: Kafija.
<i>Viss teksts ir ar kājām gaisā.</i>	Flavour and Aroma	30. klase: Kafija.
<i>Viss teksts ir vertikāli.</i>	F l a v o u r a n d A r o m a	30. klase: Kafija.

Ir atšķirtspēja		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Teksts pasniegts oriģinālā veidā.</i> <i>Konkrētā konfigurācija var ietekmēt to, kā patērētājs uztver vārdiskos elementus.</i>	A n d r F l a v o u r m a F d l n a a v m o r u A r	30. klase: Kafija.

B. Attiecībā uz grafiskajiem elementiem preču zīmē.

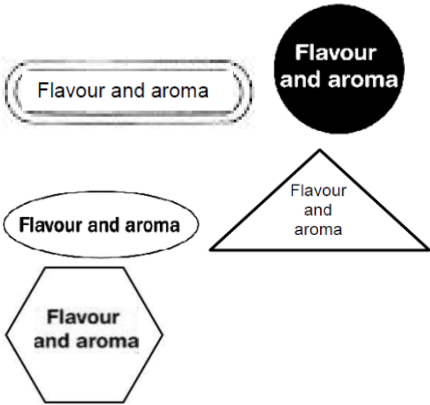
B.1. Vienkāršu ģeometrisku figūru izmantošana

- Aprakstoši vai vārdiski elementi bez atšķirtspējas apvienojumā ar vienkāršām ģeometriskām figūrām, tādām kā punkti, līnijas, nogriežņi, apli, trijstūri, kvadrāti, taisnstūri, paralelogrami, piecstūri, sešstūri, trapeces un elipses,³ visticamāk, nebūs akceptējami, īpaši tad, ja minētās figūras tiek izmantotas kā rāmis vai kontūra.
- Tas ir tāpēc, ka ģeometriskai figūrai, kas paredzēta tikai vārdiskā elementa pasvītrotšanai, izcelšanai vai apņemšanai, nav pietiekami liela ietekme uz preču zīmi kopumā, lai tai nodrošinātu atšķirtspēju.

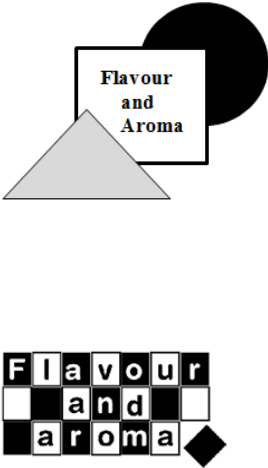
³ Vienkāršu ģeometrisku figūru uzskaitījums nav izsmelošs.

- No otras puses, ģeometriskās figūras var apzīmējumam piešķirt atšķirtspēju, ja to pasniegšanas veids, konfigurācija vai apvienojums ar citiem elementiem kopumā rada pietiekamu atšķirtspēju.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Vienkāršo ģeometrisko figūru piemēri, kur tās izmantotas kā rāmji vai kontūras; šie piemēri nav akceptējami</i>		30. klase: Kafija.

Ir atšķirtspēja		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Piemēri vārdisku elementu bez atšķirtspējas kombinācijai ar vienkāršām ģeometriskām figūrām, kas padara preču zīmi kopumā atšķirtspējīgu: tas ir tāpēc, ka, vārdi parādās uz vienkāršām ģeometriskām figūrām neierastā izkārtojumā, kā arī tāpēc, ka figūras, salīdzinot ar vārdiem, ir samērā liela</i>		30. klase: Kafija.

<i>izmēra; līdz ar to ģeometriskā figūra netiek uztverta tikai kā vārdu pasvītrojums, izcēlums vai ierāmējums un kopumā rada iespaidu, kas ir pietiekami atšķirtspējīgs. Tiek pieņemts, ka šie grafiskie elementi neatbaidina iesaiņojumu.</i>		
<i>Piemēri ģeometrisko figūru īpašam apvienojumam ar aprakstošiem vārdiem, kad preču zīmei kopumā tiek nodrošināta atšķirtspēja.</i>		30. klase: Kafija.

B.2. Grafiskā elementa novietojums un proporcija (izmērs) attiecībā pret vārdisko elementu

- Parasti, ja grafisks elements, kas pats par sevi ir atšķirtspējīgs, ir pievienots aprakstošam vārdiskam elementam un/vai vārdiskam elementam bez atšķirtspējas, preču zīme ir reģistrējama ar nosacījumu, ka grafiskais elements tā izmēra un novietojuma dēļ apzīmējumā ir skaidri identificējams.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Sarkanais elements uz burta "i" praktiski nav identificējams</i>		29. klase: Sardīnes.
<i>Grafiskais elements ir tik mazs, ka nav identificējams.</i>		30. klase: Kafija.

Ir atšķirtspēja		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Grafiskajam elementam pašam par sevi piemīt atšķirtspēja, un tas ir pietiekami liela izmēra, lai būtu atpazīstams preču zīmē kopumā.</i>		30. klase: Kafija.

B.3. Grafiskais elements attēlo preces un/vai pakalpojumus, vai ir ar tiem tieši saistīts.

Ja vien netiek radītas kādas neierastas kombinācijas, parasti tādu elementu apvienojums, kuri katrs par sevi ir aprakstoši attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuriem tiek pieprasīta reģistrācija, arī kopsummā veido aprakstošu preču zīmi, kas sastāv tikai no apzīmējumiem un norādēm, kuras komercdarbībā var lietot attiecīgo preču un pakalpojumu īpašību norādīšanai (skatīt analogiju ar C-265/00 *Biomild*, 39. punkts, un C408/08 P, *Color Edition*, 61. punkts).

Taču tāds apvienojums var arī nebūt aprakstošs pie nosacījuma, ka tas rada iespaidu, kas ir pietiekami attālināts no šo elementu vienkāršas apvienošanas un rezultātā radies kas vairāk nekā tikai atsevišķo elementu kopsumma (C-265/00, *Biomild*, 40. punkts).

➤ Dažos gadījumos grafiskais elements attēlo attiecīgās preces vai pakalpojumus. Principā attēlu uzskata par aprakstošu un/vai tādu, kam nepiemīt atšķirtspēja, ja:

- tas ir preču un pakalpojumu reāls attēlojums;
- tas sastāv no simboliska vai stilizēta preču un pakalpojuma attēlojuma, kas būtiski neatšķiras no minētu preču un pakalpojumu ierastā attēlojuma.

Citos gadījumos grafiskais attēls var neattēlot preces un pakalpojumus, taču var būt tieši saistīts ar preču un/vai pakalpojumu raksturīgajām pazīmēm. Šādos gadījumos tiks uzskatīts, ka apzīmējumam nav atšķirtspējas, izņemot, ja tas ir pietiekami stilizēts.

Piemēri

Turpmākajos piemēros ir parādītas preču zīmes, kas radušās, apvienojot aprakstošus grafisko elementu vai grafiskos elementu bez atšķirtspējas ar aprakstošu vārdisko elementu vai vārdisko elementu bez atšķirtspējas, neradot neko vairāk kā vien atsevišķo daļu apvienojumu.

Nav svarīgi, vai grafiskie un/vai vārdiskie elementi ir aprakstoši vai bez atšķirtspējas, rezultāts ir vienāds.

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
Aprakstošs grafiskais elements + aprakstošs vārdiskais elements. <i>Grafiskais elements attēlo sardini, līdz ar to tas ir preces reāls attēlojums. Ne vārdisko elementu burtveidols (pamata vai standarta), ne to novietojums, ne preču zīmes kopējā kompozīcija, nedz arī neviens</i>	 Fresh Sardine	29. klase: Sardīnes.

<i>cits elements preču zīmei nenodrošina nepieciešamo atšķirtspējas pakāpi.</i>		
Aprakstošs grafiskais elements + vārdiskais elements bez atšķirtspējas. <i>Grafiskais elements attēlo sardīni, līdz ar to tas ir preces reāls attēlojums. Ne vārdisko elementu burtveidols (pamata vai standarta), ne to novietojums, ne preču zīmes kopējā kompozīcija, nedz arī neviens cits elements preču zīmei nenodrošina nepieciešamo atšķirtspējas pakāpi.</i>	 From the sea to your plate	29. klase: Sardīnes.
Grafiskais elements bez atšķirtspējas + vārdiskais elements bez atšķirtspējas. <i>Grafiskais elements attēlo tipisku sardīņu konservu kārbu, kuru komercdarbībā parasti izmanto sardīņu iesaiņošanai, līdz ar to tas sastāv no simboliska stilizēta preces attēlojuma, kas būtiski neatšķiras no attiecīgās preces ierastā attēlojuma. Ne vārdisko elementu burtveidols (pamata vai standarta), ne to novietojums, ne preču zīmes kopējā kompozīcija, nedz arī neviens cits elements preču zīmei nenodrošina nepieciešamo atšķirtspējas pakāpi.</i>	 From the sea to your plate	29. klase: Sardīnes.
Grafiskais elements bez atšķirtspējas + aprakstošs vārdiskais elements. <i>Grafiskais elements attēlo tipisku sardīņu konservu kārbu, kuru komercdarbībā parasti izmanto sardīņu iesaiņošanai, līdz ar to tas sastāv no simboliska stilizēta preces attēlojuma, kas būtiski neatšķiras no attiecīgās preces parasta attēlojuma. Ne</i>	 Sardines	29. klase: Sardīnes.

<i>vārdisko elementu burtveidols (pamata vai standarta), ne to novietojums, ne preču zīmes kopējā kompozīcija, nedz arī neviens cits elements preču zīmei nenodrošina nepieciešamo atšķirtspējas pakāpi.</i>		
<i>Grafiskais attēls neattēlo pakalpojumus, tomēr ir tieši saistīts ar pakalpojumam raksturīgajām pazīmēm. Apzīmējums nav pietiekami stilizēts.</i>	 PEST CONTROL SERVICES	37. klase: Kaitēkļu apkarošanas pakalpojumi.

Ir atšķirtspēja		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Iznēmums: īpašs apvienojums vai kompozīcija (diviem aprakstošiem elementiem vai elementiem bez atšķirtspējas kopumā ir atšķirtspēja).</i> <i>Izmantojot sardīnes attēlu "F" un "i" burtu izveidošanai, šis apzīmējums rada iespaidu, kas ir pietiekami attālināts no aprakstošu grafisko elementu vai grafisko elementu bez atšķirtspējas ar aprakstošu vārdisko elementu vai vārdisko elementu bez atšķirtspējas apvienojuma, jo ir kas vairāk nekā tikai atsevišķo daļu kopsumma.</i>		29. klase: Sardīnes.

<i>Grafiskais elements ar atšķirtspēju + aprakstošs vārdiskais elements.</i> <i>Grafiskais elements ir staigājoša asaka, tādējādi tas ir preces simbolisks vai stilizēts attēlojums, kas būtiski atšķiras no attiecīgās preces ierastā attēlojuma.</i>		29. klase: Sardīnes.
<i>Grafiskajam elementam ir tieša saistība ar pakalpojumiem raksturojošām pazīmēm, taču apzīmējums ir pietiekami stilizēts.</i>		37. klase: Kaitēkļu apkarošanas pakalpojumi.

B.4. Grafiskie elementi plaši tiek izmantoti komercdarbībā saistībā ar precēm un/vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieprasīta aizsardzība

- Parasti uzskata, ka grafiskie elementi, ko ierasti izmanto komercdarbībā saistībā ar precēm un/vai pakalpojumiem, preču zīmei kopumā atšķirtspēju nenodrošina.

Piemēri

Nav atšķirtspējas		
Apsvērums	Apzīmējums	Preces/pakalpojumi
<i>Preču zīmi, kam pieprasīta aizsardzība, attiecīgā sabiedrība sapratīs kā skaidru un tiešu norādi uz kvalitāti, nevis kā norādi uz preču izcelsmi.</i> <i>Grafiskajiem elementiem nav nekādu pārsteidzošu, neparastu vai oriģinālu iezīmju, un tie tiks uzverti kā parasta etiķete, kas caurmēra patērētāja atmiņā nepaliks kā atšķirīga.</i>		30. klase: Kafija.
<i>Krāsainas cenu zīmes komercdarbībā ierasti izmanto visdažādākajām precēm, un to apvienojums ar aprakstošiem vārdiskiem elementiem nav pietiekami, lai preču zīmei nodrošinātu atšķirtspēju.</i>		29. klase: Sardīnes. Pamatojoties uz lietu T-122/01, <i>Best Buy</i> (skatīt 33. punktu).
<i>Cenu zīmes komercdarbībā ierasti izmanto visdažādākajām precēm.</i>		30. klase: Kafija.
<i>Svarus kā taisnīguma simbolu komercdarbībā ierasti izmanto juridisko pakalpojumu attēlošanai.</i>	LEGAL ADVICE SERVICES 	45. klase: Juridiskie pakalpojumi.

C. Kā minēto kritēriju apvienojums ietekmē atšķirtspēju?

- Parasti tādu grafisko un vārdisko elementu apvienošana, kuriem, atsevišķi ņemot, nav atšķirtspējas, nerada preču zīmi ar atšķirtspēju.
- Taču šādu elementu apvienojums, uzlūkojot to kā vienu veselumu, var tikt uztverts kā komerciālo izcelsmi identificējošs apzīmējums tā neierastā pasniegšanas veida un kompozīcijas dēļ. Tā tas ir gadījumā, kad elementu apvienojuma rezultātā rodas kopiespaids, kas ir pietiekami attālināts no vārdiskā elementa sniegtā aprakstošā vēstījuma vai vēstījuma bez atšķirtspējas.

Turpmāk sniegtajā tabulā izvēlēti piemēri, un ikvienā no tiem ir vienotās prakses dokumenta iepriekšējās nodaļās izvērtēto atsevišķo kritēriju apvienojums. Sarkanajā ailē redzami apvienojumi, kuru vienkāršības un/vai parastuma dēļ atšķirtspēja nav konstatējama. Savukārt zaļajā ailē redzami apvienojumi tiek uzskatīti par tādiem, kam piemīt atšķirtspēja.

Piemēri.

Lai apzīmējums būt reģistrējams, tam nepieciešams minimāls atšķirtspējas līmenis. Skalas mērķis ir attēlot, kur ir šis sliekšnis. Turpmāk sniegtajos piemēros, skatoties no kreisās puses uz labo, ir elementi ar pieaugošu ietekmi uz preču zīmes atšķirtspēju; rezultātā ir preču zīmes, kam kopumā vai nu nav atšķirtspējas (sarkanā aile), vai kopumā tām ir atšķirtspēja (zaļā aile)⁴.

⁴ Apzīmējumiem ar tekstu "Flavour and aroma" paredzēta aizsardzība **kafijai** 30. klasē, bet apzīmējumiem ar tekstu "Fresh sardine" paredzēta aizsardzība **sardīnēm** 29. klasē.

Nav atšķirtspējas	Ir atšķirtspēja
1. Flavour and aroma Flavour and Aroma Flavour and aroma Flavour and A roma	F A R A O A FlavOur and ArOma
2. Flavour and aroma Flavour and aroma Flavour and aroma	Flavour and Aroma Flavour and Aroma Flavour and Aroma
3. Fresh sardine Fresh sardine Fresh Sardine FRESH SARDINE	resh Sardine Fresh sardine FRESH SARDINE

1. rinda:

Skatoties no kreisās puses uz labo, pirmajā piemērā ir šādi elementi : burti pamata vai standarta rakstībā, treknrakstā, kā arī vārdisko elementu novietojums. Nākamajā piemērā, pievienojot sarkano krāsu, ir nedaudz labāka situācija, taču apvienojums (t. i., standarta burti, vārdisko elementu novietojums un viena krāsa) tomēr vēl nerada preču zīmi ar atšķirtspēju. Trešajā piemērā daudzo krāsu pievienošana dod kaut ko papildus, taču vēl joprojām pasniegšanas veids un kompozīcija nerada iespaidu, kas būtu pietiekami attālināts no šo elementu vienkāršas apvienošanas, turklāt patērētāji nav spējīgi atcerēties pārāk daudz krāsu un to secību. Ceturtajā piemērā apvienoti pamata vai standarta burti, vārdisko elementu novietojums un izmērs, kā arī divas krāsas, taču atšķirtspējas vēl joprojām nav.

Labajā pusē ir divi piemēri ar atšķirtspēju, kurus, uzlikojot kopumā, apzīmējuma pasniegšanas veida un kompozīcijas dēļ var uztvert kā izcelsmes apzīmējumu, jo tas rada vizuālu iespaidu, kas ir pietiekami attālināts no vārdisko elementu sniegtā aprakstošā vēstījuma vai vēstījuma bez atšķirtspējas.

2. rinda:

Skatoties no kreisās puses uz labo, pirmajos divos piemēros apvienotas vienkāršas ģeometriskas figūras, kuras izmantotas kā ierāmējums (attiecīgi taisnstūris un ovāls), ar pamata vai standarta burtiem; tālāk seko standarta burti apvienojumā ar apli, krāsu un vārdisko elementu novietojumu. Nākamajā piemērā vārdiskie elementi ar pamata vai standarta burtveidolu un neregulāru izkārtojumu ir apvienojumā ar leņķveidā novietotu taisnstūri un krāsu. Neviena no šiem trim piemēriem nerada kopējo iespaidu, kas būtu pietiekami attālināts no šo elementu vienkāršas apvienošanas.

Ailē pa labi figūru apvienojums, kas nav nejaušs, apvienojumā ar krāsu un vārdisko elementu novietojumu rada vizuālu iespaidu, kas ir pietiekami attālināts no vārdisko elementu sniegtā aprakstošā vēstījuma vai vēstījuma bez atšķirtspējas. Tas ļauj preču zīmi kopumā uztvert kā izcelsmes simbolu apzīmējuma pasniegšanas veida un kompozīcijas dēļ.

burti

3. rinda:

Skatoties no kreisās puses uz labo, šī piemēru kopa sākas ar preces reālu attēlojumu apvienojumā ar divu veidu pamata burtiem un speciālām fonta garnitūrām, kam seko vārdisko elementu novietojums un krāsa, un, visbeidzot, vēl pievienota ģeometriskā figūra, bet kopu noslēdz nedaudz stilizēts burts, taču kopumā vēl joprojām viss izskatās ierasti. Neviens no šiem piemēriem nerada vizuālu iespaidu, kas būtu pietiekami attālināts no aprakstošā vēstījuma/vēstījuma bez atšķirtspējas. Līdz ar to šīs preču zīmes netiks uzņemtas kā izcelsmes apzīmējums.

Aile pa labi preču zīmju pasniegšanas veids un kompozīcija, kā arī atpazīstamais grafiskais elements, kam pašam par sevi piemīt atšķirtspēja, preču zīmēm nodrošina nepieciešamo atšķirtspējas pakāpi.

www.tmdn.org

Konvergence



Office for Harmonization in the Internal Market
Avenida de Europa 4,
E-03008 Alicante, Spain
Tel +34 96 513 9100
Fax +34 96 513 1344
information@oami.europa.eu
www.oami.europa.eu