



Aizstāvi savu vārdu



LAI KLIENTIEM LAUTU SEVI ATPAZĪT UN NEPIECIEŠAMĪBAS GADĪJUMĀ APKAROTU ATDARINĀTĀJUS, PREČU ZĪMI IETEICAMS REGISTRĒT

KĀ REGISTRĒT PREČU ZĪMI?

1 Pārbaudi, vai izvēlēta preču zīme nav jau registrēta.

2 Iesniedz pieteikumu Patentu valdē, kurā jānorāda preču zīmes īpašnieks, jāpievieno preču zīme, jānorāda preces vai pakalpojumi, uz kuriem tā attieksies.

3 Ja Patentu valde to akceptē, preču zīme tiek registrēta un publicēta Patentu valdes oficiālajā izdevumā. Kopējās izmaksas — 177,86 eiro vienai darbības jomai.

KAS IR PREČU ZĪME?

Preču zīme ir vizuāls apzīmējums, kuru lieto, lai identificētu konkrētu ražotāju vai pakalpojumu sniedzēju citu vidū tā, lai patērētājs, vienreiz iegādājoties sev tīkamu preci vai pakalpojumu, spētu arī nākamajā reizē to atrast un identificēt. Tas nozīmē, ka, stāvot pie siera cepumu plaukta, pircējs var skaidri atšķirt, ka cepumi ar vienu uzrakstu ir viņa mīļākie, bet blakus stāvošie viņam negaršo. Preču zīme atšķiras no patenta, tā neaizsargā jaunas ierīces, vielas vai ražošanas paņēmienus — šādam nolūkam jāreģistrē patents.

Reģistrācija nav obligāta, bet ir iesakāma, lai savu produktu būtu vieglāk aizstāvēt pret viltojumiem un pakalpojumu nelikumīgiem. Ja preču zīme nav registrēta, arī ir iespējams aizstāvēties, pierādot, ka uzņēmums to jau izmantojis un cilvēki saista ar konkrēto uzņēmumu, taču tas ir daudz sarežģītāk, skaidro Patentu valdes preču zīmju un dizainparaugu departamenta direktore Dace Liberte.

KO IETVER?

Preču zīmi var veidot gan vārdiski apzīmējumi, gan burtnu kombinācijas, piemēram, *Laima* vai *IBM*. Var būt arī ciparu kombinācijas — *1188*. Tas var būt arī sauklis: «Kaļķi noteikti nopirktu *Whiskas*.» Arī grafiskie simboli — *Audi* četri riņķi — un telpiski objekti, piemēram, *Mercedes* zvaigzne. Tiesa, telpiskajam objektam jābūt pietiekami unikālam, lai to registrētu kā preču zīmi. «Nevar registrēt, piemēram, prāņika formu un teikt, ka nevienam citam vairs nav tiesību cept cepumus šādā formā,» skaidro Dace Liberte. Preču zīme var būt arī skaņu signāls — radio vai TV raidījumam. Arī logotips, vārds konkrētā rakstībā — *Dzintars*. Kombinētās preču zīmes ir, piemēram, vārdiski apzīmējumi kopā ar attēliem. «Tāda ir lielākā daļa preču zīmju, būtībā jebkura etiķete, piemēram, *Rīgas Melnais balzams*,» skaidro Dace Liberte. Ierobežotu preču sarakstā var registrēt arī krāsu, kā to izdarījis *airBaltic* ar salātzaļu.

KĀ REGISTRĒ?

Preču zīmes tiesības darbojas tikai valstī, kur notikusi reģistrācija. Ja vēlas darboties citās valstīs, tā jāreģistrē arī tur. Tiesa, izņēmums ir plaši pazīstamas preču zīmes — *Coca-Cola* visā pasaulē aizsargā Parīzes konvencija par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību. Lai izvairītos no iespējamām strīdēm, Dace Liberte iesaka jau pirms preču zīmes izraudzīšanās pārbaudīt, vai līdzīga nav jau registrēta. Ja plānots darboties ārpus Latvijas, jāpārbauda arī šo valstu reģistri. Gan Latvijas, gan ārvalstu preču zīmju datubāzes atrodamas Patentu valdes interneta mājaslapā.

Ja preču zīmi iecerēts registrēt Latvijā, jāvērsas ar pieteikumu Patentu valdē, kurā jānorāda preču zīmes īpašnieks, jāpievieno pati preču zīme un preces, un pakalpojumi, uz kuriem tā attieksies. Preču un pakalpojumu klāstu ieteicams izraudzīties atbilstoši Nicas klasifikatoram (arī Patentu valdes mājaslapā) un vēlams norādīt visu grupu, lai, paplašinot darbību, preču zīme nebūtu jāpārreģistrē. Dace Liberte uzsver, ka būtisks ir reģistrācijas datums, jo vēlāk pievienot citas preces vai pakalpojumus, kā arī mainīt pašu preču zīmi nav iespējams — tā būs jāpiesaka no jauna.



Pieteikuma iesniegšanas nodeva par vienu preču vai pakalpojumu grupu ir 85,37 eiro. Par katru papildu grupu jāmaksā vēl 28,46 eiro. Ja Patentu valde preču zīmi reģistrē, jāsamaksā reģistrācijas un publicēšanas nodeva — 92,49 eiro. Tāpēc kopā jāreķinās ar vismaz 177,86 eiro. Patentu pārvalde pārbaudīs, vai preču zīme nav aprakstoša, piemēram, nevarēsīt reģistrēt vārdus «maize», «apgērbis», arī sastāvu, piemēram, vārdus «sešgraudu» vai «vilnas». Valde arī vērtē, vai preču zīme nav maldinoša arī attiecībā uz ģeogrāfisko izcelsmi — neļautu reģistrēt preču zīmi «Šveices pulksteņi» Latvijā ražotiem pulksteņiem.

Reģistrācija ir spēkā 10 gadus. Tiesa, ja reģistrētājs piecus gadus preču zīmi nelieto, to var pieprasīt konku-

rents. Ja preču zīmi vēlas reģistrēt citās valstīs, var doties uz konkrētās valsts reģistru vai izmantot kopējās sistēmas — Eiropas Kopienas patentu reģistrācijas sistēmu vai Madrides sistēmu.

KĀ AIZSARGĀ?

Ja uzņēmumu darbības jomas ir ļoti atšķirīgas, līdzās pastāvēt var arī līdzīgas vai pat vienādas preču zīmes. Piemēram, pasaulē pazīstamais saldumu ražotājs *Nestle* un degvielas uzpildes staciju tīkls *Neste*. «Šie uzņēmumi nevar viens otram traucēt un atņemt patērētājus,» saka Dace Liberte. Tomēr, ja *Neste*, piemēram, sāktu ražot šokolādi, strīds, visticamāk, būtu neizbēgams.

CĪŅA PAR PREČU ZĪMI



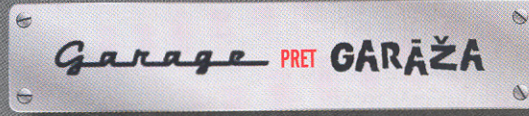
Grindex: vienmēr jaunvārdu meklējumos

Zāļu ražotājs *Grindex*, ieviešot jaunus produktus, saskaras ar būtisku izaicinājumu — radīt jaunas, skanīgas un atšķirīgas preču zīmes, kas ne tikai atšķirtos no esošajām, bet arī neietvertu norādes uz zāļu starptautiskajiem bezīpašnieka nosaukumiem, skaidro uzņēmuma vecākā eksperte preču zīmju jomā Maija Liberte. Tieši zāļu preču zīmēm ir procentuāli augstākais atteikumu īpatsvars. Izaicinājums ir arī preču zīmju aizsardzība pret atdarinātājiem, kuru netrūkstot. «Pret šādiem ražotājiem *Grindex* izmanto likumā paredzētās tiesības, sniedzot iebildumus pret preču zīmju reģistrāciju vai vērsties ar prasību tiesā — gan Eiropas Savienības valstīs, gan Krievijā, Ukrainā, Baltkrievijā un citur.» Piemēram, nesen Augstākā tiesa lēmusi par labu *Grindex* strīdā ar *Olainfarm*, liedzot lietot vārdiskos apzīmējumus *Mildronāts*, *Midolat*, kirilicā lietoto *Midolat* uz precēm.



Lāči: strīdā uzvar Staburadze

«Uzņēmums ir ieguldījis lielus līdzekļus un laiku zīmola un produktu popularizēšanā, tāpēc svarīgi, lai mūsu radītās preču zīmes tiktu maksimāli aizsargātas no ļaunprātīgas izmantošanas,» saka pārtikas produktu ražotāja *Lāči* saimnieks Normunds Skaugis. *Lāčiem* pagātnē bija strīds ar saldumu ražotāju *Staburadze* par torti *Lāča kārumu*. Strīdā uzvarēja *Lāči*, panākot, ka *Lāča kāruma* reģistrācija tiek atcelta. «Vēlējāmie izvairīties no iespējas, ka pircējs veikalā tiek maldināts. Tas bija brīdis, kad plānojam lielveikalos sākt tirgot savas tortes un, ieraugot torti ar šādu nosaukumu, pircējam noteikti varētu rasties iespaids, ka tas ir mūsu ražojums.» Viņš gan uzskata, ka gan preču zīmju reģistrācija, gan iebildumu izskatīšana norit parāk lēni. Jaunas preču zīmes reģistrācija ilgst aptuveni gadu, savukārt sūdzības izskatīšana par *Lāča kārumu* ilgusi divarpus gadus.



Garage pret Garāžu

Berga Bazārā jau kopš 2005. gada darbojies Laimas Kaugures mākslas priekšmetu veikals *Garage*, kura augststāvā darbojās arī kafējnīca, stāsta zvērinātu advokātu biroja *LAWIN* pārstāvis Mārtiņš Gailis. Veikala īpašnieks SIA *Garage* 2007. gadā reģistrēja preču zīmi *Garage* attiecībā uz mākslas priekšmetiem, taču ne attiecībā uz kafējnīcas pakalpojumiem. 2010. gadā notika vienošanās, ka veikalā *Garage* līdzās Laimas Kaugures mākslas priekšmetu tirdzniecībai SIA *Hospitality Consulting Services (HCS)* ierīkos arī vīna bāru un restorānu, abiem uzņēmumiem kopīgi turpinot izmantot zīmolu *Garage*, un 2012. gadā SIA *Garage* nodeva visas tai piederošās tiesības uz zīmolu *Garage* uzņēmumam *HCS*. Ap to pašu laiku 2010. gadā SIA *Raga* atvēra restorānu *Garāža Vecrīgā*, reģistrēja šādu preču zīmi attiecībā uz alkohola tirdzniecību un sabiedriskās ēdināšanas

pakalpojumiem un vērsās tiesā pret *HCS* ar prasību pārtraukt preču zīmes *Garage* izmantošanu. Uzņēmums *HCS* iesniedza pretpasību par preču zīmes *Garāža* atzīšanu par spēkā neesošu saistībā ar tās tiesībām uz agrāku neregistrētu preču zīmi *Garage*, un sākās strīds par to, kurš savu preču zīmi attiecībā uz kafējnīcas un restorāna pakalpojumiem sācis izmantot agrāk. Patlaban tiesa šo lietu ir izskatījusi pirmajā instancē un lēmusi par labu *HCS*, atceļot preču zīmes *Garāža* reģistrāciju, vienlaikus gan neliedzot to turpināt izmantot. Kā skaidro Mārtiņš Gailis, lieta parāda, ka arī neregistrētas preču zīmes īpašnieks var nodrošināt sava zīmola aizsardzību pret vēlākiem konkurentu mēģinājumiem reģistrēt kā preču zīmi līdzīgu zīmolu. Tomēr, ja preču zīme *Garage* būtu laikus reģistrēta attiecībā uz sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumiem, šāds konflikts nebūtu izcēlies. ●