

Intelektuālais ilūzija

V. Anohins, patentu pīlvarotais,

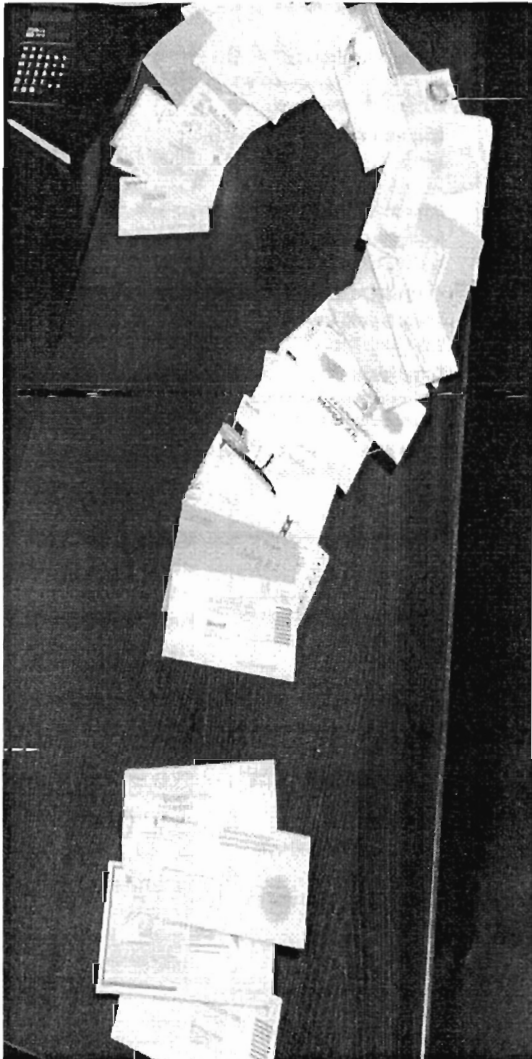
PREČU ZĪME

Sākumā nedaudz tiksīm skaidrībā ar terminoloģiju. Latvijā ir spēkā likums "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm". Atbilstoši šim likumam, preču zīme - tas ir apzīmējums, kuru lieto, lai viena uzņēmuma preces atšķirtu no citu uzņēmumu precēm. Šajā pašā likumā noteikts arī radniecīgais jēdziens - pakalpojumu zīme - tas ir apzīmējums, kuru lieto, lai viena uzņēmuma pakalpojumus atšķirtu no citu uzņēmumu pakalpojumiem. Tā ka Latvijā atšķirības preču zīmju un pakalpojumu zīmju aizsardzībā ir minimālas, tad gan likumā, gan sadzīvē bieži izmanto terminu "preču zīme", ar kuru saprot gan preču zīmes to šaurākajā izpratnē, gan pakalpojumu zīmes, kā arī kolektīvās zīmes, kuras lieto uzņēmumu apvienības. Šo plašāko preču zīmes jēdzienu lietojam arī mēs. Starp citu, diezgan bieži lietotais jēdziens "tirdzniecības marka" nav nekas cits, kā preču zīmes angļiskā nosaukuma "trademark" burtisks tulkojums.

Latvijā ar likumu noteikti un praksē kā preču zīmes tiek reģistrēti visi apzīmējumu veidi: vārdiskās zīmes (sastāv no burtiem, cipariem, vārdiem, ieskaitot personu vārdus, uzvārdus, skaitļus); grafiskās zīmes (attēls, zīmējums, grafiskais simbols, krāsu tonis, krāsu salikums); telpiskās zīmes (telpiskais apjoms, preces vai tās iesaiņojuma forma); kombinētās zīmes, kuras sastāv no augstākminētajiem elementiem, kā arī speciālās zīmes (piemēram, skaņas vai gaismas signāli), ja tie ir grafiski attēlojami. Turklāt saraksts nav izsmeļošs. Iespējams, tieši jums izdosies izdomāt un pierēģistrēt kādu nebijušu zīmes veidu, nu, teiksim, kādu speciālu virsmu, kura atšķirama tikai ar tausti. Ja jūs vēl izdomāsi, kā tādu virsmu aprakstīt... Starp citu, Latvijas Patentu valde pietiekami labvēlīgi izturas pret nestandarta veidu preču zīmju reģistrāciju, tā ka ir pavērti visi ceļi jūsu fantāzijai.

Visu uzskaitīto apzīmējumu veidu reģistrācijas procedūra ir vienāda, jāmaksā vienādas valsts nodevas, atbilstoši arī jebkuras reģistrācijas izmaksas ir aptuveni vienādas. Pēc likumā noteiktās reģistrācijas procedūras veikšanas apzīmējums Latvijā uz 10 gadiem iegūst reģistrētas preču zīmes statusu (reģistrācijas darbības termiņš neskaitāmas reizes var tikt pagarināts uz nākamajiem 10 gadiem), bet preču zīmes īpašnieks iegūst tiesības rīkoties ar savu preču zīmi tāpat kā ar jebkuru savu īpašumu. Vispla-

Latvijas Ekonomists, 2000, №12



(Turpinājums. Sākums – Nr.Nr. 10-11.)

Atcerēsimies filmu "Briljantu roka".

Kāds bija lolotais jautājums, kuru sieva uzdeva galvenajam varonim pēc atgriešanās no ārzemju ceļojuma? Tiem, kam aizmirsies, atgādināsim: "Bet vai "COCA-COLU" tu dzēri?" Lūk, tas ir vispārzināmas preču zīmes fenomens - vēl ne tik sen Padomju Savienībā, kaut arī par "COCA-COLU" dzirdējuši bija visi, taču tikai nedaudzi bija to baudījuši. Toties bija sapnis...

Šāda preču zīmes pazīstamība - tas, protams, ir īpašs gadījums. Bet toties ir mērķis, uz kuru tiek.

Īpašums Latvijā - vai realitāte?

M. Vitiņa, patentu speciāliste - aģentūras TRIA ROBIT darbinieki

šāk pazīstamā šo tiesību izpaušme - preču zīmes īpašnieks var aizliegt citām personām izmantot šo apzīmējumu. Īpašnieks arī iegūst tiesības un iespējas veikt dažādus darījumus attiecībā uz savu preču zīmi - to var pārdot, izsniegt citām personām atļauju izmantot preču zīmi attiecībā uz visām precēm vai tikai daļu preču (par maksu vai bez maksas, bet ar tiesībām atsaukt izsniegto licenci, ja nav izpildītas vienošanās prasības utt.). Rietumos plaši izplatīta ir franšīza - īpaša veida atļauja izmantot komerciālas darbības sistēmas (preču ražošanā, to noietā vai pakalpojumu sniegšanā), ar kuru, ja ir izpildīta virkne prasību, tiek nodotas arī tiesības izmantot sistēmas īpašnieka preču zīmi vai firmas nosaukumu. Uz franšīzas pamata, piemēram, darbojas pazīstamie "McDonald's" restorāni. Pie mums šāda veida darbībām tiek pievērsta nepietiekama uzmanība, vēl vairāk - strīdu situācijās pat netiek izskatītas licenču piešķiršanas vai franšīzas kontraktu noslēgšanas iespējas. Sīkāk par licencēm un franšīzu - turpmākajās publikācijās.

Nedrīkst aizmirst, ka, lai preču zīme būtu spēkā arī citās valstīs, nepieciešams to reģistrēt vai nu pēc nacionālās procedūras katrā no interesējošajām valstīm, vai arī pēc reģionālās procedūras (piemēram, Eiropas Savienībā kā kopienas preču zīmi), vai pēc Madrides nolīguma un Madrides protokola preču zīmju starptautiskās reģistrācijas procedūras. Optimālās procedūras izvēle reģistrācijai ārvalstīs ir sarežģīta un smalka lieta, tāpēc vispareizākais ceļš ir griezties pie patentu pilnvarotajiem.

Latvijā Patentu valde veic daļēju preču zīmju reģistrācijas pieteikumu ekspertīzi, kurā tiek ņemti vērā daudzi faktori, tomēr pirmajā tuvinājumā tos var nosacīti iedalīt šādās pamatgrupās: tiek pārbaudīts, vai pieteiktajam apzīmējumam ir atšķiršanas spēja (vai tas nav aprakstošs visplašākajā nozīmē), vai tas nemaldina patērētāju, vai arī tas nav identisks vai līdzīgs plaši pazīstamai preču zīmei. Un reģistrācijas atteikumi mēdz būt diezgan bieži.

Jāatzīmē, ka, kaut arī ekspertīzes veikšanas pamatprincipi ir pietiekami skaidri, tomēr ekspertīze mēdz būt subjektīva. Reizēm tiek reģistrēti apzīmējumi, kuri, mūsaprāt, acīmredzami var maldināt patērētāju. Ko jūs domātu, ja, nopērkot kārbu ar uzrakstu "ЗЕФИР" vai "ZEFĪRS" un to atverot, ieraudzītu tur siļķes fileju asā mērcē? Un vai jūsu bērns nesāktu raudāt, ja, nopircis krāsainu iesaiņojumu ar tādu pašu uzrakstu, ieraudzītu tur suņu barību? Bet uz firmas LANGA, SIA vārda Patentu valde ir reģistrējusi augstākminētās preču zīmes attiecībā uz visiem (izņemot konditorejas izstrādājumus) pārtikas produktiem, tajā skaitā arī attiecībā uz dzīvnieku barību. Šajā situācijā LAIMA, A/S, kura pagaidām neveiksmīgi ir centusies apstrīdēt ekspertīzes lēmumu par preču zīmju "ЗЕФИР" un "ZEFĪRS" reģistrāciju gan Patentu valdes Apelācijas padomē, gan Rīgas Apgabaltiesā, ir saskārusies tikai ar tās ilgu gadu ražotā produkta - zefīra - zināmu diskreditāciju, bet nav zaudējusi tiesības izmantot šos apzīmējumus attiecībā uz savu zefīru.

Bet ir iespējamas arī situācijas, kad uzņēmums izmanto uz savas produkcijas apzīmējumus, kurus sekmīgi reģistrēt kā preču zīmes ir ļoti grūti iespējams. Visbiežāk šādos gadījumos arī netiek izdarīti reģistrācijas mēģinājumi. Bet tas neizslēdz iespēju, ka tādu mēģinājumu var izdarīt konkurents, un ja nu pēkšņi - sekmīgi. Tad pirmais uzņēmums var nonākt nepatīkamā situācijā. Tāpēc ne vienmēr preču zīmes reģistrācijas atteikums ir tikai neveiksme. Zināmā mērā tas var kalpot kā garantija tam, ka arī konkurentam neizdosies saņemt tādu reģistrāciju un traucēt pirmajam ražotājam izlaist preci. Šāda "pozitīva" atteikuma piemērs? Netika reģistrēta preču zīme "INTERNETA KLUBS".

Mēs jau pieskāramies vēl vienam būtiskam faktoram - preču zīmes tiek reģistrētas attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem. Bet tas nozīmē to, ka attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem dažādi pieteicēji var reģistrēt vienādas preču zīmes (izņēmums

- vispārzināmas zīmes, kuras nevar reģistrēt citas firmas). Latvijā, kā arī vairumā citu valstu, ir spēkā tā saucamā "Preču un pakalpojumu starptautiskā klasifikācija", saskaņā ar kuru preces ir iedalītas 34 klasēs un pakalpojumi - 8 klasēs. Klasifikācija ir samērā mākslīga, reizēm samērā radniecīgas preces nonāk dažādās klasēs, bet absolūti dažādas - vienā un tajā pašā klasē. Nodevas par pieteikuma iesniegšanu ir jāmaksā atkarībā no tā, cik klasēs pieteikums ir iesniegts. Toties tās nav atkarīgas no tā, vai šajā klasē ir norādīta tikai viena prece vai visas. Varētu domāt - kur tad slēpjas problēma - preču sarakstam jebkurā klasē ir jābūt maksimāli plašam. Tomēr izrādās, ka situācija ne tuvu nav vienkārša. Pirmkārt, ja preču saraksts ir plašs, var izrādīties, ka pieteiktais apzīmējums daļai preču ir aprakstošs, bet daļai preču - maldinošs, t.i., var sekot ekspertīzes pieprasījumi vai pat reģistrācijas atteikumi. Otrkārt, būtiski pieaug varbūtība, ka pret šādu reģistrāciju var tikt iesniegti iebildumi no tādu personu puses, kurām līksies, ka kaut kādā mērā ir aizskartas viņu intereses. Iebildumus tāpat var iesniegt tādas firmas, kuras izlaiž absolūti citas preces, kas attiecinātas uz to pašu Starptautiskās klasifikācijas klasi. Šādā situācijā nāksies cīnīties par savu preču zīmi vai veikt izmaiņas reģistrācijā, bet tas ir saistīts ar izdevumiem. No šiem izdevumiem, iespējams, izdotos izvairīties, ja jūsu preču zīmes reģistrācijai būtu šaurāks preču saraksts. Līdzīgas preču zīmes īpašnieks, pārliecinājies, ka jauno preču zīmi nav reģistrējis viņa konkurents un zīme nav reģistrēta uz viņa precēm, nevēlētos tērēt līdzekļus un neiesniegtu iebildumu. Šeit tūlīt rodas divi jautājumi: kas tie vēl ir par iebildumiem, ja preču zīme ir reģistrēta, un kas tiek saprasts ar jēdzienu līdzīgas zīmes?

Šeit jāatgriežas pie preču zīmju reģistrācijas ekspertīzes sistēmas. Latvijā (kā arī daļā citu valstu, piemēram, Vācijā un Lietuvā) Patentu valde neveic pieteiktā apzīmējuma salīdzināšanu ar agrākajām preču zīmēm, bet reģistrē visus apzīmējumus, kas atbilst kritērijiem, par kuriem mēs jau runājām. Tādā veidā var tikt reģistrētas divas vai pat vairākas identiskas vai ļoti līdzīgas preču zīmes. Un agrākās reģistrācijas īpašniekam ir tiesības iesniegt iebildumu pret jauno preču zīmi, bet tas ir saistīts ar izdevumiem. Ja pirmās reģistrācijas īpašnieks neiesniegs iebildumu, tad abas reģistrācijas būs spēkā. Neiedziļinoties šāda situācija liekas absurda un ekspertīzes sistēma - muļķīga. Bet viss nav tik vienkārši. Nepilnā ekspertīze ir lētāka un ātrāka, kas, principā, nav mazsvarīgi. Bet pats galvenais - reāli nevajadzīgās preču zīmes it kā "nomirst dabīgā nāvē", par cik to īpašnieki neiesniegs iebildumus. Nu, bet preču zīmju līdzība - tā ir subjektīva lieta, vienalga, vai tas ir eksper-

tīzes vērtējums vai preču zīmes īpašnieka viedoklis. Reizēm nonāk līdz kurioziem. Japāņu firmai "TOSHIBA" nez kāpēc likās, ka viņu preču zīme līdz sajaukšanas pakāpei ir līdzīga apzīmējumam "ROSĪBA", un tika iesniegts iebildums pret pēdējās reģistrāciju. Citā gadījumā, aizstāvot sava klienta intereses, mums izdevās pārliecināt patentu iestādi (kaimiņvalsts), ka preču zīmes "POCA" (kirilicā) un "ROSA" ir dažādas, bet tā jau ir augstākā pilotāža...

Faktori, kuri jāņem vērā, izstrādājot jaunas preču zīmes jaunām precēm, - tā ir atsevišķas sarunas tēma, bet tagad apskatīsim situāciju, kad ražotājs jau visu ir izlēmis, prece ir izstrādāta, iepakojums - izgatavots un tikai atlicis izlemt jautājumu par produkcijas aizsardzību. Bet kādi šīs produkcijas elementi jāaizsargā: iepakojuma dizains, atsevišķi vārdi, vārdu savienojumi; kādā atveidojumā - melnbaltā, krāsainā; kādās valstīs... Katram variantam ir savas priekšrocības un savi trūkumi.

Piemēram, vārdiskajai preču zīmei, no vienas puses, ir visplašākais aizsardzības apjoms, bet, no otras puses, tā nekādā veidā neaizsargā iepakojuma dizainu. Turklāt praksē, izskatot iebildumus pret preču zīmes reģistrāciju un izlemjot jautājumu par preču zīmes pārkāpuma esamību, tiek ņemti vērā dažādi faktori, it īpaši, ja runa ir par sen un plaši izmantotām preču zīmēm.

Ja figuratīvā zīme ir reģistrēta melnbaltā izpildījumā, to var izmantot jebkurā krāsu izpildījumā. Savukārt, šāda reģistrācija neaizsargās no pārkāpumiem, pie kuriem tiek reproducēts preču zīmes krāsu risinājums, bet neatkārtojas konkrētie grafiskie elementi. No šāda viltojuma aizsargātu preču zīmes reģistrācija krāsainā izpildījumā.

Vai ir labākais variants? Jā - visu iespējamo variantu reģistrācija. Tieši tā arī rīkojas vadošās firmas. Bet to var atļauties ne tuvu ne visi - ierobežo finansiālās iespējas. Turklāt nepieciešamo reģistrāciju izvēle ir atkarīga no stratēģijas (aizsardzības vai uzbrūkošas), kuru firma ir izvēlējusies preču zīmju un cita intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā. Tiesa, tūlīt ir jāatzīmē - par to Latvijā pagaidām domā tikai retas firmas.

Viens no izmaksu samazināšanas variantiem, nodrošinot vispusēju aizsardzību, - tā ir produktu sēriju izstrādāšana, un šīs sērijas, savukārt, tiek aizsargātas ar vairākām preču zīmju reģistrācijām. Tad kādam konkrētam produktam daudzumam pie vienādām izmaksām var nodrošināt vispusīgāku aizsardzību. Ja jācenšas minimalizēt preču zīmju reģistrāciju skaitu (un, atbilstoši, izmaksas par reģistrāciju), tad zināmā mērā jānoformulē sagaidāmie pārkāpumi, no kuriem reģistrācijai ir jāaizsargā. Un jābūt gataviem tam, ka no cita imitācijas veida preču zīmes reģistrācija neaizsargās.