



Latvijas Republikas Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010, tālr. 67099637, fakss 67099650, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebilduma lietas šifrs:
RIAP/2019/M 72 716-Ie
(OP-2018-75)

LĒMUMS

Rīgā

2019. gada 20. maijā

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk – Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:
priekšsēdētāja – I. Plūme-Popova,
locekļi – J. Bērzs un D. Liberte,

rakstveida procesā izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2018. gada 12. jūnijā Šveices uzņēmēj sabiedrības OMEGA SA (OMEGA AG) (OMEGA LTD.) (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvariece ar specializāciju preču zīmju jomā G. Zariņa pret preču zīmes

OMEGA

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA; pieteik. Nr. M-17-817; pieteik. dat. 26.09.2017; reģ. Nr. M 72 716; reģ. (publ.) dat. 20.04.2018; 14., 25. un 26. kl. preces un 38. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) identiskumu Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja preču zīmēm **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) un **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un līdzību Latvijā agrākai iebilduma iesniedzēja preču zīmei **OMEGA** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. WO 614 933):



un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);

- apstrīdētajā preču zīmē **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) ir sajaucami atveidotas, imitētas iebilduma iesniedzēja Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.), un apstrīdētās zīmes lietošanu attiecībā uz tās reģistrācijā iekļautajām precēm un pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un pakalpojumiem un plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamo zīmju īpašnieka interesēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa);

- apstrīdētā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) ir identiska iebilduma iesniedzēja agrākajām pretstatītajām preču zīmēm **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) un **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229),

kurām ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdētās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar attiecīgajām precēm un pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, un šādu apstrīdētās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un pakalpojumiem un Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieka interesēm (LPZ 39.³ panta pirmā daļa);

- apstrīdētās zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 13.06.2018 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

15.10.2018 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas papildinājumi iebilduma iesniegumam, un tie 22.10.2018 nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašniekam. Tostarp 22.10.2018 iebilduma lietas pusēm paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 12.04.2019.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrācijai pieteikta 26.09.2017 un reģistrēta 20.04.2018 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 14. kl. – dārgmetāli; juvelierizstrādājumi; dārgakmeņi;
- 25. kl. – apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi;
- 26. kl. – mežģīnes; izšuvumi; lentes; pītas lentes; pogas; āķi; kniepadatas; adatas; mākslīgie ziedi;
- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

2.1. vārdisku Eiropas Savienības preču zīmi **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229; pieteik. dat. 15.04.1996; reģ. dat. 16.12.2008; publ. dat. 22.06.2009; reģ. atjaunošanas dat. 17.05.2016; 3., 14., 16., 25. un 28. kl. preces un 37., 38., 41. un 42. kl. pakalpojumi).

Šī zīme reģistrēta šādām 14., 25. klases precēm un 38., 42. klases pakalpojumiem:

- 14. kl. – dārgmetāli un to sakausējumi un izstrādājumi, kas izgatavoti no vai pārklāti ar šiem materiāliem; juvelierizstrādājumi, dārgakmeņi, laika mērīšanas instrumenti, tostarp rokas pulksteņi, to daļas un rokas pulksteņu mehānismi; hronometriskie instrumenti, rokas pulksteņu dāvanu kārbiņas;
- 25. kl. – apģērbi, tostarp šalles, kaklasaites, krekli; kurpes un apavi; galvassegas;
- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi;
- 42. kl. – citstarp – dizaina un modeļu izveide; izpēte un projektēšana laika mērīšanas, laika un distances kontroles jomā;

2.2. figurālu starptautiski reģistrētu preču zīmi **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933; reģ. dat. 31.01.1994; vēlāka teritoriālā attiecinājuma uz Latviju dat. - 21.12.2000; reģ. atjaunošanas dat. 31.01.2014). Šī zīme ir melniem stilizētiem burtiem veidots uzraksts "OMEGA", virs kura novietots grieķu alfabēta burts "Ω" (omega) jeb simbols, ar kuru apzīmē elektriskās pretestības mērvienību omu.

Šīs zīmes reģistrācija attiecībā uz Latviju ir spēkā 35. klases pakalpojumiem – "reklāma; darījumu vadīšana; komerciālā pārvaldība; biroja darbi";

2.3. starptautiski, arī attiecībā uz Eiropas Savienību un Latviju reģistrētu vārdisku preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501; reģ. dat. 24.09.2001; konvencijas prioritātes dati attiecībā uz Latviju: Šveice, 01.05.2001, 487205; reģ. atjaunošanas dat. 24.09.2011; vēlāka teritoriālā attiecinājuma dat. uz ES – 25.09.2011).

Šī zīme reģistrēta šādām 14. klases precēm: dārgmetāli un to sakausējumi un izstrādājumi, kas izgatavoti vai pārklāti no šiem materiāliem, kuri nav iekļauti citās klasēs; juvelierizstrādājumi, bižutērija, dārgakmeņi, pulksteņi un hronometriskie instrumenti.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāve, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo un otro daļu, 39.³ panta pirmo daļu un 6. panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to šādi:

3.1. visas pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē. Pretstatītajām zīmēm ir šādi prioritātes vai reģistrācijas datumi: **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933; reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju dat. – 21.12.2000), **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501; konvencijas prioritātes datums – 01.05.2001) un **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229; pieteik. dat. 15.04.1996; saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu, ja Kopienas preču zīme (Eiropas Savienības preču zīme – turpmāk arī ES preču zīme) ir reģistrēta vai pieteikta reģistrācijai pirms 2004. gada 1. maija, tās prioritāti Latvijā nosaka ar 2004. gada 1. maiju). Savukārt apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) pieteikuma datums ir 26.09.2017;

3.2. apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertās 14. klases preces “dārgmetāli; juvelierizstrādājumi; dārgakmeņi” ir ietvertas arī pretstatīto vārdisko preču zīmju 14. klases preču sarakstos, tātad šīs salīdzināmo zīmju preces ir identiskas. Apstrīdētās zīmes 25. klases preces ir ietvertas pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) 25. klases preču sarakstā. Savukārt apstrīdētās zīmes 26. klases preces ir ietvertas figurālās pretstatītās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) 26. klases preču sarakstā (*Apelācijas padomes piezīme – zīmes OMEGA (fig.) reģistrācija attiecībā uz Latviju ir spēkā vien attiecībā uz 35. klases pakalpojumiem*). Apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertie 38. klases pakalpojumi “telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi” ir identiski un līdzīgi pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi”, jo visi šie pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, izmantojot elektriskas vai optiskas ierīces, kas nodrošina signālu noraidīšanu lielā ātrumā, lielos attālumos un lielā apjomā;

3.3. apstrīdētā zīme un vārdiskās pretstatītās zīmes ir identiskas, jo tās veido viens un tas pats vārdiskais apzīmējums, proti, “OMEGA”. Salīdzināmajās zīmēs ietvertais apzīmējums “OMEGA” Latvijas patērētājiem asociēties ar grieķu valodas burtu “omega”;

3.4. apstrīdētā zīme ir vizuāli līdzīga un fonētiski un semantiski identiska pretstatītajai figurālajai zīmei **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933). Arī šajās salīdzināmajās zīmēs sakrīt to vārdiskais apzīmējums “OMEGA”, uz kuru galvenokārt koncentrēties patērētāju uzmanība. Apstrīdētā zīme nesatur kādus īpaši atšķirīgus grafiskos elementus, kas varētu novērst patērētāju uzmanību no zīmē iekļautā galvenā vārdiskā un centrālā elementa “OMEGA”;

3.5. līdz ar to, salīdzināmajām zīmēm pastāvot līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot tās vai uztverot kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka attiecīgās preces un pakalpojumus, kas tiek piedāvāti ar salīdzināmajām preču zīmēm, sniedz viena un tā pati uzņēmēj sabiedrība;

3.6. Eiropas Savienības Tiesas (EST) judikatūrā ir nostiprinājies princips, ka preču zīmju sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir atkarīga arī no agrākās preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 22. punkts*). Apstrīdētās preču zīmes sajaukšanas iespēju ar pretstatītajām zīmēm pastiprina apstākļi, ka iebilduma iesniedzēja pretstatītās preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) Latvijas patērētājiem ir plaši pazīstamas attiecībā uz pulksteņiem;

3.7. preču zīmju **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) plašo pazīstamību Latvijā attiecībā uz rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm jau krietni pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma (26.09.2017) apliecina šādi pierādījumi:

3.7.1. ar preču zīmēm **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) marķētajiem rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm piemīt prestižs raksturs, un to ekskluzivitāti pierāda gan to augstā cena, gan informācija, kas ir pieejama par iebilduma iesniedzēja produkciju “OMEGA”. Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) Interneta mājaslapā, kurā sniegta informācija par Šveices Konfederāciju un tās ekonomiku, norādīts, ka Šveices vārds asociējas arī ar kvalitatīviem pulksteņiem. Šveicē tiek saražoti puse no pasaules pulksteņiem – gan luksusa pulksteņi, piemēram, **Omega**, **Longines**, **Rolex**, gan plastmasas pulksteņi **Swatch**, un kopumā tiek eksportēti 95% no saražotajiem pulksteņiem (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas www.liaa.gov.lv*). Interneta mājaslapā www.chrono.lv tiešsaistes režīmā ir pieejams luksusa rokas pulksteņu un juvelierizstrādājumu katalogs, kurš Latvijā ir pieejams jau vairāk nekā 10 gadus. Šajā katalogā ir redzami ļoti daudzi pulksteņu **OMEGA** modeļi, no kuriem uzreiz ir pieejami pulksteņu modeļi “Omega Speedmaster”, “Omega Constellation” un “Omega Seamaster”, bet pārējos rokas pulksteņus ir iespējams iegādāties, veicot atsevišķu pasūtījumu. Šo pulksteņu cena ir augsta, piemēram, daļai rokas pulksteņu cena ir daži tūkstoši eiro, bet tiek piedāvāti rokas pulksteņi, kuru cena ir, piemēram, 26 tūkst. eiro vai 65 tūkst. eiro (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas www.chrono.lv ar rokas pulksteņu **OMEGA** piedāvājumu uz 81 lpp.*). Arī ekskluzīvo pulksteņu veikals Latvijā “Dimax” tirdzniecībā piedāvā rokas pulksteņus “Omega Speedmaster” un “Omega Seamaster Aqua Terra” (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas www.dimax.lv*);

3.7.2. Interneta laikrakstu bibliotēkā “news.lv” ir pieejama informācija no dažādiem laikrakstiem (piem., “Dienas Bizness”, “Neatkarīgā Rīta Avīze”, “Latvijas Avīze”, “Staburags”, “Vakara Ziņu Žurnāls”) un ziņu portāliem (piem., “BNS”), kur atspoguļotas ziņas par zīmola **OMEGA** aktualitātēm laika periodā no 2005. gada līdz 2014. gadam. Piemēram:

- laikraksta “Latvijas avīze” 17.12.2005 publicētajā rakstā “Pārdod Džona Kenedija pulksteni” minēts, ka pulkstenis **OMEGA**, kas piederējis ASV prezidentam Džonom Kenedijam, ticis pārdots izsolē par 350 tūkstošiem ASV dolāru;
- ziņu portāla “BNS” 13.03.2007 publikācijā minēts, ka kompānijas “Swatch” luksusa preču nodaļa ražo pulksteņus ar prestižo zīmolu **OMEGA**;
- laikraksta “Neatkarīgā Rīta Avīze” 04.02.2008 publicētajā rakstā minēts, ka aktieris Džordžs Klūnijs reklamē rokas pulksteņus **Omega Swiss**;
- laikraksta “Neatkarīgā Rīta Avīze” 16.02.2008 publicētajā rakstā minēts, ka pēdējās *Džeimsa Bonda* filmās pulksteņus **Rolex** ir nomainījuši pulksteņi **OMEGA**;
- laikraksta “Latvijas Avīze” 18.05.2011 publikācijā minēts, ka Soču dzelzceļa stacijas laukumā svinīgi iedarbināts vairāk nekā četrus metrus augsts firmas **OMEGA** izstrādāts pulkstenis, lai tūkstoš dienas skaitītu atlikušo laiku līdz ziemas olimpiskajām spēlēm;
- laikrakstā “Dienas Bizness” 25.07.2012 publicēts raksts, kurā minēts, ka “Swatch Group” ražo olimpiādes oficiālos laikrāžus **OMEGA**;
- ziņu portāla “BNS” 11.10.2012 publikācijā norādīts, ka titāna pulkstenis **OMEGA**, kuru aktieris Daniels Kreigs nēsā filmā “Skyfall”, tika pārdots par 250 tūkstošiem eiro;
- laikraksta “Vakara Ziņu Žurnāls” 03.01.2014 publikācijā minēts, ka aktrise Nikola Kidmena reklamē Šveices pulksteņus **OMEGA**. Tostarp rakstā norādīts, ka pulksteņu zīmola **OMEGA** vēstnesis pasaulē ir *Džeimss Bonds*, kuru atveido Daniels Kreigs. Jaunākajā *Bonda* filmā “Operācija Skyfall” slepenā aģenta laiku skaita **OMEGA** pulksteņu modeļi “Omega Planet Ocean 600M” un “Omega Seamaster Aqua Terra” (*iesniegtas izdrukā no Interneta laikrakstu bibliotēkas “news.lv” ar iepriekš minētajiem rakstiem*);

3.7.3. apraksti par rokas pulksteņiem ir bijuši pieejami arī Latvijā izdotos žurnālos (piem., “Klubs”, “Shape”, “Privātā Dzīve”, “Auto Bild”) laika periodā no 2011. gada līdz 2016. gadam. Piemēram:

- žurnāls “Klubs” 2011. gada jūnijā publicēja N. Špakovska speciālreportāžu no pulksteņu izstādes “Baselworld” Šveicē, kurā minēts, ka klasiskais “Omega Speedmaster Professional” nemainīgā izskatā tiek ražots kopš 1957. gada un joprojām tas ir viens no pieprasītākajiem hronogrāfa modeļiem. **OMEGA** tiek pat pozicionēts kā zīmola **Rolex** konkurents;
- žurnāls “Privātā Dzīve” 2012. gada 30. oktobra – 5. novembra numurā publicējis informāciju par to, ka populārā filmā “Skyfall” *Džeimss Bonds* saglabājis uzticamību Šveices pulksteņu ražotājam “OMEGA”. Rakstā arī minēts, ka tieši “Omega Seamaster” sērijas pulksteņus *Bonds* jau valkā kopš 1995. gada, kad pirmo reizi filmā “Zeltacs” (“Golden Eye”) ar to lepojās Pīrss Brosnans. Rakstā arī

pieminēts, ka Daniela Kreiga varoņa filmā “Skyfall” sabiedrotais ikdienas gaitās būs “OMEGA” speciāli radītais pulksteņu modelis “Seamaster Planet Ocean 600M Skyfall”;

- žurnāla “Shape” 2013. gada augusta numurā publicētajā intervijā Santa Kola ir minējusi, ka pulkstenis **OMEGA** ir nozīmīga dāvana, kas netiek valkāta ikdienā, bet gan īpašās reizēs;

- žurnāla “Klubs” 2014. gada jūnija numurā ir reklamēts rokas pulkstenis “Omega Speedmaster MKII” un minēts, kas tas ir populārā “Omega Speedmaster” jaunākais brālis. Tas pirmo reizi publikai atrādīts 1969. gadā un kopš tā laika ieguvis pietiekami lielu atsaucību kolekcionāru aprindās. Rakstā arī minēts, ka “OMEGA” pulksteņu modeļa “Seamaster” vēsture aizsākās 1947. gadā, kad “OMEGA” sāka ražot pirmos ūdensizturīgos pulksteņus, bet par vispopulārāko no šīs sērijas pulksteņiem ir atzīts tieši “Omega Seamaster 300”, kura reklāmas akcijās iesaistījās pats *Džeimss Bonds*;

- žurnāls “Privātā Dzīve” 2014. gada 28. oktobra - 3. novembra numurā ir publicējis ziņas par pulksteņu zīmola **OMEGA** rīkoto pasākumu Vīnē, kuru apmeklēja aktrise Nikola Kidmena, kura arī reklamē iebilduma iesniedzēja pulksteņus **OMEGA**;

- žurnāls “Privātā Dzīve” 2016. gada 26. aprīļa - 2. maija numurā ir publicējis rakstu par to, ka Latvijas filmu režisorei Dzintra Gekai ir uzdāvināts Šveices zīmola **OMEGA** pulkstenis zelta ietvarā;

- žurnāla “Auto Bild” 2016. gada janvāra – februāra numurā ir publicēta ziņa, ka jau vairākus gadus *Džeimsa Bonda* filmās tiek reklamēti Šveices pulksteņu ražotāja “OMEGA” laikrāži. Par godu nesēn demonstrētajai filmai “Spectre” ir piedāvāta iespēja iegādāties pulksteni “Omega Seamaster 300 Spectre Limited Edition”, kuru nēsāja arī filmas galvenais varonis, proti, Daniels Kreigs (*iesniegtas kopijas no iepriekš minētajiem žurnālu rakstiem*);

3.7.4. *Džeimsa Bonda* filmas Latvijā tiek demonstrētas kopš 1995. gada. Par šo filmu popularitāti Latvijā liecina fakti, kas atspoguļoti Latvijas Republikas Patentu valdes Apelācijas padomes 2014. gada 4. marta lēmuma konstatējošajā daļā 3.5.1. apakšpunktā. Lēmumā minēts, ka šīs filmas ir demonstrētas Latvijas kinoteātros un to popularitāti Latvijā apliecina lielais apmeklētāju skaits, kuru norādījis Nacionālais Kino centrs un “Forum Cinemas”, SIA. Piemēram, filmas “GoldenEye” (1995) apmeklētāju skaits bija 26 262, filmas “Tomorrow Never Dies” (1997) apmeklētāju skaits bija 41 541, filmas “The World Is Not Enough” (1999) apmeklētāju skaits bija 41 217, filmas “Die Another Day” (2002) apmeklētāju skaits bija 30 393, filmas “Casino Royale” (2006) apmeklētāju skaits bija 62 432, filmas “Quantum of Solace” (2008) apmeklētāju skaits bija 65 104 un filmas “Skyfall” (2012) apmeklētāju skaits bija 84 114. Tātad kopš 1995. gada šīs filmas ir redzējuši tūkstošiem Latvijas iedzīvotāju, un šajās filmās to galvenais varonis *Džeimss Bonds* ir pulksteņa **OMEGA** valkātājs (*iesniegta kopija no minētā Latvijas Republikas Patentu valdes Apelācijas padomes 2014. gada 4. marta lēmuma iebilduma lietā Nr. ApP/2014/WO 1 066-094-Ie*);

3.7.5. iebilduma iesniedzējs ilgstoši ir nozīmīgs sponsors olimpisko spēļu rīkošanā. Interneta portālā “irlaiks!” 2008. gadā publicēta ziņa, ka Šveices pulksteņu ražotājs “OMEGA” ir oficiālais olimpisko spēļu laikrādis un kompānija Pekinā ir radījusi paviljonu “OMEGA”. Šī paviljona atklāšanas ceremonijā piedalījās vairāki simti starptautiskās preses pārstāvju un vairākkārtējie olimpiskie medaļnieki. Iebilduma iesniedzējs olimpiskajās spēlēs Pekinā piedāvāja 450 profesionālos laikrāžus, lai fiksētu precīzu laiku 302 sporta notikumos 28 sporta disciplīnās 37 dažādās vietās. Publikācijā arī minēts, ka pirmo reizi kā oficiālais olimpisko spēļu laikrādis “OMEGA” ņēma dalību jau 1932. gada Losandželosas olimpiskajās spēles (*iesniegta izdruka no minētā Interneta portāla ar attiecīgo publikāciju*);

3.7.6. automobiļu **BMW** vortālā “BMW Power” 06.11.2011 publicēts raksts par leģendāriem pulksteņu modeļiem, starp tiem minēti pulksteņi **OMEGA**. Pulksteņa modelis “Omega Speedmaster Professional Moonwatch” tiek pozicionēts kā pirmais pulkstenis uz Mēness. Sākotnēji tas tika radīts kā sporta un sacīkšu hronogrāfs, taču vēlāk NASA, testējot brīvā tirdzniecībā pieejamos pulksteņus, atzina to par piemērotāko un izturīgāko pulksteni savai kosmosa programmai. Pulksteņu modelis “Omega Seamaster” tiek slavēts kā populārs nirēju pulkstenis, kuru ikdienā nēsā arī Princis Viljams. Rakstā arī izcelts rokas pulksteņu modelis “Omega Constellation”, kas ir sporta pulkstenis (*iesniegta izdruka no minētā Interneta vortāla ar attiecīgo publikāciju*);

3.7.7. laikraksta “Neatkarīgā Rīta Avīze” Interneta portālā “nra.lv” 05.02.2014 publicēta informācija, ka viens no olimpisko spēļu sponsoriem 2014. gadā Sočos ir “OMEGA”. Olimpiskās spēles vēro daudz cilvēku visā plašajā pasaulē, tostarp Latvijā. Saskaņā ar “Viasat” aptauju, kas publicēta

“Sporta Centrs” Interneta mājaslapā www.sportacentrs.lv, noskaidrots, ka vairāk nekā divas trešdaļas (71%) Latvijas iedzīvotāju plānoja sekot līdz ziemas olimpiskajām spēlēm Sočos 2014. gadā (*iesniegtas izdrukas ar attiecīgajām publikācijām*);

3.7.8. Interneta mājaslapā www.pulkstenalaiks.lv 20.02.2018 publicēts raksts, kas tieši veltīts pulksteņiem **OMEGA**, kurā minēts, ka šie pulksteņi ir vieni no pasaulē pazīstamākajiem luksusa rokas pulksteņiem. Rakstā izklāstīta zīmola **OMEGA** rašanās vēsture, proti, 1848. gadā Luiss Brandts izveidoja uzņēmumu Šveicē. 1877. gadā viņam pievienojās viņa dēli, un uzņēmuma nosaukums no “Omega in la Chaux-de-Fonds” kļuva par “Lois Brandt & Fils”. 1894. gadā tika radīti jauni pulksteņi **OMEGA**, kuri precizitātes un vienkāršā remonta dēļ ieguva pasaules slavu. 1903. gadā kompānijas nosaukums tika nomainīts uz “Luis Brandt & Frere-Omega Watch Co.”. 1931. gadā tika rīkotas sacensības, kuram ražotājam ir visprecīzākais pulkstenis, un pirmo vietu ieguva zīmols **OMEGA**. Rakstā tiek izcelts arī fakts, ka rokas pulksteņi **OMEGA** ir populāri joprojām. Rakstā pieminēts, ka hronogrāfs **OMEGA** nosaka laiku ar precizitāti līdz pat sekundes desmitajai daļai un tas ticis izmantots Olimpiskajās spēlēs, kas norisinājās 1932. gadā Losandželosā. Pirmo “OMEGA” ražoto hronogrāfu pasaule ieraudzīja 1898. gadā, un 10 gadu laikā pēc tam šis iekārtas tika izmantotas, lai mērītu laiku 16 sporta sacensībās (*iesniegta izdrukā no minētās Interneta mājaslapas ar attiecīgo publikāciju*);

3.8. sistemātisku publikāciju un citu popularitāti veicinošu pasākumu rezultātā pretstatītās preču zīmes ir kļuvušas par plaši pazīstamām preču zīmēm Latvijā attiecībā uz rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm. Apstrīdētā zīme ir identiska pretstatītajai preču zīmei **OMEGA**, tādējādi nav šaubu, ka apstrīdētajā zīmē **OMEGA** var saskatīt sajaucami atveidotu, imitētu preču zīmi, kas ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme. Ir jāņem vērā, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes ir apveltītas ar augstu atpazīstamības līmeni, līdz ar to apstrīdētās zīmes preces un pakalpojumi var saistīties ar iebilduma iesniedzēju. Šāda apstrīdētās zīmes lietošana var kaitēt plaši pazīstamās zīmes **OMEGA** īpašnieka interesēm, jo tā sekmēs agrākās zīmes atšķirtspējas izkliedi, negatīvi ietekmēs iebilduma iesniedzēja un tā zīmju reputāciju. Apstrīdētās zīmes īpašnieks var iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa);

3.9. pretstatītajām zīmēm **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) un **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) piemīt augsta reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, proti:

3.9.1. saskaņā ar EST judikatūru, nosakot, vai preču zīmei piemīt reputācija Eiropas Savienībā, var ņemt vērā visus apstākļus, kas ļauj spriest par zīmes atpazīstamību, to skaitā tirgus daļu, kādu aizņem ar preču zīmi marķētās preces, zīmes lietošanas intensitāti, ģeogrāfisko areālu un ilgumu un to ieguldījumu apjomu, kas investēti zīmes atpazīstamības veicināšanā (*EST spriedums lietā C-375/97, General Motors Corporation v Yplon SA [1999], 25. un 27. punkts*);

3.9.2. iebilduma iesniedzējs 2012. gadā ir izdevis grāmatu “OMEGA CHRONICLE THE STORY OF OMEGA” (“OMEGA hronika: OMEGAs stāsts”), kas atspoguļo faktus un notikumus par rokas pulksteņiem **OMEGA** un sporta laika noteikšanas aprīkojumu **OMEGA** no 1892. gada līdz 2011. gadam (*iesniegta kopija no minētās grāmatas uz 76 lpp.*);

3.9.3. Interneta vietnē “Wikipedia” ir pieejama plaša informācija par iebilduma iesniedzēju. Tajā ir ietverta informācija, ka iebilduma iesniedzējs ir luksusa klases šveiciešu pulksteņmeistaru uzņēmums, kurš ražo pulksteņus **OMEGA**. Tostarp norādīts, ka pulksteņi **OMEGA** ir iemantojuši reputāciju un pat Britu Karaliskie Gaisa spēki 1917. gadā izvēlējās par savu kaujas vienību oficiālajiem laikrāžiem tieši pulksteņus **OMEGA**. Pulksteņi **OMEGA** bija arī NASA izvēle, un tieši “OMEGA Speedmaster” jeb “Moonwatch” bija uz Mēness 1969. gadā. **OMEGA** ir atzīta par oficiālo olimpisko spēļu laika noteikšanas ierīci kopš 1932. gada. **OMEGA** ir arī oficiālais laikrādis videospēlē “Need for Speed I”, kas ir pieejama “Microsoft Windows” un “PlayStation” 1997. gada versijā. Vietnē arī minēts, ka “OMEGA” ir saistīta ar filmām par Džeimsu Bondu kopš 1995. gada. Pulksteņi **OMEGA** bija oficiālie laikrāži 2006. gada ziemas olimpiādē, 2008. gada vasaras olimpiādē, 2010. gada ziemas olimpiādē, 2012. gada vasaras olimpiādē un 2014. gadā ziemas olimpiādē. Savukārt zīmols **OMEGA** bija olimpiskais partneris 2016. gada vasaras olimpiskajās spēlēs Brazīlijā (*iesniegta izdrukā no Interneta vietnes “Wikipedia” ar informāciju par iebilduma iesniedzēju un tās fragmentārs tulkojums latviešu valodā*);

3.9.4. olimpiskās spēles ir viens no pasaules līmeņa notikumiem, kuras vēro miljardiem cilvēku visā pasaulē, tostarp arī Eiropā. Piemēram, Pekinas olimpiskās spēles visā pasaulē piesaistījušas 4,7 miljardus iedzīvotāju, savukārt Soču olimpiādi skatījās 2,1 miljards televīzijas skatītāju pasaulē (*iesniegtas izdrukas no Interneta mājaslapām www.appolo.lv un www.lsm.lv ar publikācijām par minēto olimpisko spēļu interesentu skaitu*);

3.9.5. grāmatā “OMEGA 50 years of Olympic timing (“OMEGA 50 gadi olimpisko spēļu laika noteikšanā”), kas izdota 1982. gadā, ar reputāciju apveltītā preču zīme **OMEGA** tiek atspoguļota kā viens no olimpisko spēļu atbalstītājiem un sponsoriem šo spēļu laikā (*iesniegta kopija no minētās grāmatas uz 21 lpp.*);

3.9.6. zīmols **OMEGA** ieņem augstas vietas vairākos zīmolu topos. Pasaules zīmolu aģentūras “Interbrand” veidotajā topā “Labākie Šveices zīmoli” zīmols **OMEGA** 2012. un 2013. gadā ieguva 10. pozīciju, 2014. gadā – 9. pozīciju, 2015. gadā – 11. pozīciju un 2016. gadā – 7. pozīciju (*iesniegtas izdrukas no Interneta mājaslapas www.rankingthebrands.com ar to fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.9.7. iebilduma iesniedzējam seko liels skaits sociālo tīklu lietotāju tādos sociālajos portālos kā “Facebook”, “Twitter”, “YouTube” un “Instagram”. Piemēram, šobrīd “OMEGA” profilā “Facebook” vairāk nekā 1,5 miljoni apmeklētāju ir pauduši attieksmi, ka šī vietne viņiem patīk. Savukārt vairāk nekā 1,9 milj. līdzjutēju seko “OMEGA” aktivitātēm sociālajā tīklā “Twitter”. Kopš 2005. gada iebilduma iesniedzēja vietni “OMEGA” portālā “YouTube” ir skatījuši vairāk nekā 60 milj. reizes (*iesniegtas izdrukas no minētajiem sociālajiem portāliem*);

3.9.8. **OMEGA** tirgus daļa luksusa rokas pulksteņu tirgū pasaules mērogā 2008. gadā sasniedza 16,5%, 2009. gadā - 20%, 2010. gadā – 16,4%, 2011. gadā – 18,4% un 2012. gadā - 20% (*iesniegta izdrukā no Interneta mājaslapas www.statista.com ar tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.9.9. ziņu portāla “CNN” Interneta mājaslapā www.cnn.com 17.03.2016 publicētajā rakstā “Baselworld 2016: pieci nepārspējami pulksteņi pasaules labāko rokas pulksteņu gadatirgū” rokas pulkstenis “OMEGA speedmaster CK2998” ierindots piektajā vietā (*iesniegta izdrukā no minētās Interneta mājaslapas ar attiecīgo publikāciju un tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.9.10. starptautiskā ziņu aģentūra “Bloomberg” Interneta mājaslapā www.bloomberg.com 09.08.2016 publicējusi aprakstu par “OMEGA” 86 gadus ilgo neticamo olimpisko rokas pulksteņu vēsturi. Rakstā minēts, ka kopš 1932. gada “OMEGA” ir olimpisko spēļu “oficiālais laikrādīs” 26 no 28 spēlēm – gan vasaras, gan ziemas spēlēs. Publikācijā detalizētāk aprakstīta pulksteņu **OMEGA** ekskluzīvā loma olimpiskajās spēlēs, kas notika tādās Eiropas pilsētās kā Barselonā (1992. gads), Turīnā (2006. gads) un Londonā (2012. gads) (*iesniegta izdrukā no minētās Interneta mājaslapas ar attiecīgo publikāciju un tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.9.11. Apvienotās Karalistes laikraksta “The Guardian” Interneta mājaslapā www.theguardian.com 23.08.2016 publicētajā rakstā minēts, ka 2016. gada jūlijā par 13,4% pieauga Šveices rokas pulksteņu eksports uz Apvienoto Karalisti, jo tūristi, izmantojot mārciņas vērtības krišanos, iegādājās luksusa preces, tādējādi par visātrāk augošo tirgu padarot tādas zīmolus kā **OMEGA**, **BREITLING** un **ROLEX** (*iesniegta izdrukā no minētās Interneta mājaslapas ar attiecīgo publikāciju un tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.9.12. iebilduma iesniedzēja preču zīmju **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) reputācija Eiropas Savienībā ir atzīta vairākos Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO; agrāk - Iekšējā tirdzības saskaņošanas birojs; ITSB) nolēmumos:

- ITSB (EUIPO) Iebildumu nodaļas 29.05.2009 lēmumā lietā Nr. B 629 172 tika atzīta preču zīmes **OMEGA** (fig.) reputācija vairākās Eiropas Savienības valstīs, it īpaši Vācijā, saistībā ar precīzām laika mērīšanas ierīcēm, konkrēti – rokas pulksteņiem (profesionāliem rokas pulksteņiem) un sporta laika noteikšanas aprīkojumam;

- ITSB (EUIPO) Apelāciju padomes 05.08.2010 lēmumā lietā Nr. R 740/2009-1 tika atzīta preču zīmes **OMEGA** reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar precīzām laika mērīšanas ierīcēm, konkrēti – rokas pulksteņiem (profesionāliem rokas pulksteņiem) un sporta laika noteikšanas aprīkojumu;
- ITSB (EUIPO) Iebildumu nodaļas 17.03.2015 lēmumā lietā Nr. B 1 993 446 tika norādīts, ka, lai gan pierādījumos nav tiešās tirdzniecības skaitļu vai to izdevumu summu, kas tērēti mārketingam un reklāmai, faktisko mārketinga un reklāmas kampaņu piemēri tirgos, pasaules līmeņa notikumos skaidri norāda, ka iebilduma iesniedzēja mārketinga darbības ir bijušas pietiekami nozīmīgas, lai ļautu izdarīt secinājumu par preču zīmes **OMEGA** (fig.) reputāciju;
- EUIPO Apelāciju padomes 05.09.2017 lēmumā lietā Nr. R 45/2017-5 tika atzīta zīmola **OMEGA** reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar hronoloģiskiem un hronometriskiem instrumentiem;
- EUIPO Iebildumu nodaļas 01.12.2017 lēmumā iebilduma lietā Nr. B 2 775 057 tika atzīta zīmes **OMEGA** (fig.) reputācija Eiropas Savienībā attiecībā uz rokas pulksteņiem 14. preču klasē (*iesniegtas kopijas no attiecīgajiem nolēmumiem ar to fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

3.10. jo spēcīgāka ir agrākās zīmes atšķirtspēja, jo vairāk iespējams, ka, sastopoties ar vēlāku identisku vai līdzīgu zīmi, relevantā sabiedrības daļa to asociēs ar šo agrāko zīmi (*Vispārējās tiesas (VT) sprieduma lietā T-60/10, Jackson International Trading Co. Kurt D. Brühl GmbH & Co. KG v ITSB (EUIPO), 27. punkts*). Apstrīdētās zīmes **OMEGA**, kura ir identiska jau zināmajām un ar reputāciju apveltītajām iebilduma iesniedzēja zīmēm, parādīšanās tirgū nepārprotami rada saikni patērētāju uztverē ar jau zināmajām preču zīmēm **OMEGA**. Apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** izmantošana var radīt nelabvēlīgu efektu iebilduma iesniedzēja preču zīmēm. No vienas puses, tas samazinās šo zīmju pievilcību un mazinās zīmju vērtību, ko tās ieguvušas, pateicoties ilgai zīmju lietošanai un reklāmas aktivitātēm, un, no otras puses, apstrīdētās zīmes lietošana var izraisīt pretstatīto zīmju pievilcīgā tēla piesavināšanos un to reputācijas ekspluatēšanu;

3.11. nav šaubu, ka minētais secinājums ir attiecināms uz apstrīdētās zīmes 14. klases precēm, jo dārgmetāli un dārgakmeņi visai tieši attiecas uz precēm, kurām ir atzīstama iebilduma iesniedzēja preču zīmju **OMEGA** reputācija ES, proti, rokas pulksteņiem. Taču arī tad, ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota 25. un 26. klases precēm un 38. klases pakalpojumiem, ir pamats pieņemt, ka patērētāji to varētu asociēt ar pretstatītajām preču zīmēm. To pastiprina gan tas, ka salīdzināmie apzīmējumi ir identiski, gan tas, ka agrākās zīmes ir apveltītas ar augstu atšķirtspēju un reputāciju ES. Tāpat attiecīgo preču un pakalpojumu sakarā ir jānorāda, ka luksusa rokas pulksteņu ražotāji nereti sadarbojas ar modes industrijas pārstāvjiem, tādējādi pastāv iespēja, ka tiek izveidota, piemēram, īpaša apģērbu līnija “OMEGA”. Arī apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu sakarā ir norādāms, ka iebilduma iesniedzējs ilgus gadus ir pazīstams kā olimpisko spēļu oficiālo laikrāžu nodrošinātājs un sponsors, savukārt olimpisko spēļu translācija tiek nodrošināta ar telesakaru vai satelītu sakaru pakalpojumu starpniecību, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme. Situācijā, ja olimpisko spēļu translācija tiktu nodrošināta ar preču zīmi **OMEGA**, tas noteikti samulsinātu attiecīgos patērētājus, proti, tie noteikti varētu pieņemt, ka iebilduma iesniedzējs bez laikrāžu nodrošināšanas olimpiskajām spēlēm ir iesaistījies arī olimpisko spēļu apraides pakalpojumu nodrošināšanā. Līdz ar to apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu raksturs ļauj pieņemt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks varētu iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmju augstās reputācijas. Tādējādi tiktu nodarīts būtisks kaitējums iebilduma iesniedzēja interesēm, kurš savas ilgās darbības rezultātā ir panācis, ka tā preces ir atzītas par elitārām;

3.12. apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku:

3.12.1. saskaņā ar Civillikuma 1. pantu jebkuras personas tiesības izlietojamas un pienākumi pildāmi pēc labas ticības;

3.12.2. atsaucoties uz Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008.), lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir izmantojams vairāku apstākļu kopums, kas aptverošā vērtējumā liecina par preču zīmes pieteicēja negodprātību. Starp šiem apstākļiem noteikti var minēt vismaz šādus:

- preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes

pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai;

- preču zīmes pieteicējam nebija nodoma, pat nākotnē, uzsākt attiecīgās preču zīmes izmantošanu, un tas nav nekādi gatavojies to darīt, bet reģistrācijas pieteikums ticis izdarīts ar galveno mērķi – vai nu ar izņēmuma tiesību palīdzību radīt šķēršļus citas personas darbībām ar attiecīgo zīmi vai tai sajaucami līdzīgu zīmi, vai arī reģistrēt, lai piedāvātu to citai personai pirkt vai par attiecīgu atlīdzību saņemt zīmes izmantošanas tiesību licenci;

- attiecīgā preču zīme ir Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes nepārprotams atveidojums, imitācija, tulkojums vai transliterācija, pat tad, ja apstrīdētā zīme ir pieteikta reģistrācijai citām precēm vai pakalpojumiem, nevis tām precēm vai pakalpojumiem, saistībā ar kuriem lieto plaši pazīstamo preču zīmi;

- attiecīgais preču zīmes pieteikums nav vienīgais šīs personas ar līdzīgu mērķi veiktais pieteikums, bet tāda rīcība attiecīgajai personai atkārtotas, ir raksturīga;

3.12.3. lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir jānovērtē, vai preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai. Nav šaubu, ka apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, piesakot 26.09.2017 reģistrācijai preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716), vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēja agrākajām preču zīmēm, it īpaši tāpēc, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) ir plaši pazīstamas zīmes Latvijā un tām piemīt augsta reputācija ES. Iebilduma iesniedzēja agrāko preču zīmju ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar negodīgiem paņēmieniem;

3.12.4. kopš 20.05.2014 apstrīdētās preču zīmes īpašnieks Latvijas uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrācijai Latvijā ir pieteicis 979 preču zīmes, tostarp arī Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes (piemēram, “IPOD”, “ITUNES”) vai preču zīmes, kas ir identiskas vai ļoti līdzīgas citiem uzņēmumiem piederošām preču zīmēm. Citu personu preču zīmēm sajaucami līdzīgu vai identisku preču zīmju pieteikšana no apstrīdētās zīmes īpašnieka puses ir nepārtraukts process, pret vairākām no tām ir iesniegti iebildumi. Vadoties no meklējumiem Internetā, neviena no šīm GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrētajām preču zīmēm netiek izmantota;

3.12.5. saskaņā ar Uzņēmumu reģistra datubāzes *Lursoft* datiem, GRIGORIUS HOLDINGS, SIA Latvijā nav veicis nekādas komerciālas darbības – nav iesniegti nekādi finanšu rādītāji, uzņēmums nav reģistrēts kā PVN maksātājs, un nodokļu maksājumi valsts kopbudžetā, iedzīvotāju ienākuma nodoklis, kā arī valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas uzrādās kā neiemaksātas (*lietā iesniegta 18.04.2018 veikta izdruka no Lursoft datubāzes par uzņēmumu GRIGORIUS HOLDINGS, SIA*). Līdz ar to var pieņemt, ka uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA ir dibināts, lai reģistrācijai pieteiktu preču zīmes un domēna vārdus un tādā veidā traucētu attiecīgo preču zīmju īpašniekiem realizēt savas tiesības uz preču zīmēm. Šādu rīcību var raksturot kā tiesību piesavināšanos nolūkā radīt citai personai problēmas turpmākas identiskas vai līdzīgas preču zīmes reģistrācijā vai lietošanā;

3.12.6. apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātīgs nolūks ir atzīts arī vairākos iepriekšējos Apelācijas padomes lēmumos iebildumu lietās, piemēram, lietās Nr. RIAP/2017/M 70 122-Ie un Nr. RIAP/2017/M 69 894-Ie;

3.12.7. lai novērtētu negodprātīga nolūka pastāvēšanu, jāņem vērā arī apstākļi, kādos apstrīdētais apzīmējums izveidots, tā izmantošana kopš izveidošanas un komerciālā loģika, kas bijusi šī apzīmējuma kā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas pamatā (*skat. VT sprieduma lietā T-33/11, Peeters Landbouwmachines BV v ITSB (EUIPO), 21. un nākamās punktus*). Viens no veidiem, kā raksturot nedogprātīgu nolūku, ir tas, ka tā ir “rīcība, kas atkāpjas no pieņemtajiem ētiskas uzvedības vai godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem” (*skat. ģenerāladvokātes E. Šarpstones 12.03.2009 secinājumus EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH*);

3.12.8. runājot par nostiprinātiem ētiskas rīcības, godīgas uzņēmējdarbības un komerciālās prakses principiem, tie jāievēro arī attiecībā uz atšķirīgām precēm un pakalpojumiem. EUIPO Apelāciju padome 21.04.2010 lēmumā lietā R 219/2009-1 (GRUPPO SALINI/SALINI), secinot, ka negodprātīgs nolūks ir

pierādīts, nolūkā aizstāvēt uzņēmējdarbības un komerciālo darbību vispārējās intereses atzina apstrīdēto zīmi par spēkā neesošu arī attiecībā uz atšķirīgiem pakalpojumiem. VT apstiprināja šo Apelāciju padomes lēmumu, norādot, ka pozitīva konstatējuma par ļaunprātību iznākums var būt tikai attiecīgās preču zīmes pilnīga spēkā neesamība (*skat. VT spriedumu lietā T-321/10, SA.PAR. Srl v ITSB (EUIPO)*).

Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts atbilstoši LPZ un RIPL paredzētajai kārtībai, tātad ir pamats to izskatīt pēc būtības.

2. LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja sakarā ar šīs preču zīmes identiskumu vai līdzību citas personas agrākai preču zīmei un attiecīgo preču vai pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

3. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka pretstatītā preču zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) ir starptautiski reģistrēta un vēlāk attiecināta uz Latviju 21.12.2000. Pretstatītā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) starptautiski reģistrēta un uz ES attiecināta 25.09.2011. Pretstatītā ES preču zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) reģistrācijai pieteikta 15.04.1996, un saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu, ja Kopienas preču zīme (ES preču zīme) ir reģistrēta vai pieteikta reģistrācijai pirms 2004. gada 1. maija, tās prioritāti Latvijā nosaka ar 2004. gada 1. maiju. Savukārt apstrīdētā zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 314) reģistrācijai pieteikta 26.09.2017. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Apstrīdēto zīmi veido vārdiskais apzīmējums “OMEGA”, kas ir identisks pretstatītajām vārdiskajām preču zīmēm **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) un **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229). Latviešu valodas vārdu krājumā ir vārds “omega”, kas tiek skaidrots kā grieķu alfabēta pēdējais (24.) burts (*skat. www.tezaurs.lv*). Apelācijas padome var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka vairums Latvijas patērētāju vārdu “OMEGA” (*sengrieķu valodā – ō mega – lielais (garais) o*) uztvers kā grieķu alfabēta pēdējo burtu, kas daudziem grafiski zināms arī kā simbols “Ω”. Šim vārdam piemīt arī pārnestā nozīme, proti, “beigas, gals” (*skat. www.letonika.lv*), kura daļai patērētāju varētu būt zināma no frāzes “alfa un omega” (sākums un gals, visa pamats) (*skat. Ilustrētā svešvārdu vārdnīca, “Avots”, 2005, 521. lpp.*), kas savukārt Bībelē, Jāņa atklāsmes grāmatā 21:6 skan šādi: “Es esmu Alfa un Omega, Sākums un Gals” (*skat. http://dobro.in/pdf/lvbible.pdf*). Tātad minētās salīdzināmās zīmes fonētiski, vizuāli un arī semantiski ir identiskas.

5. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis arī figurālu zīmi **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933). Šīs zīmes grafiskums izpaužas kā melniem un stilizētiem burtiem atveidots uzraksts “OMEGA”, virs kura novietota zīme “Ω”. Visticamāk, patērētāji minēto zīmi uztvers kā grieķu alfabēta burtu, kas zīmē atveidots gan vārdiski, proti, “OMEGA”, gan grafiska simbola veidā, proti, “Ω”. Nav izslēdzams, ka kāds grafisko zīmi “Ω” var asociēt arī ar simbolu, kas tiek izmantots, lai apzīmētu elektriskās pretestības mērvienību omu. Taču tādā gadījumā šādam patērētājam varētu būt zināms arī tas, ka mūsdienās grieķu alfabēta burti tiek plaši izmantoti dažādu fizikālu lielumu apzīmēšanai zinātnē un tehnikā, kā tas ir arī šajā gadījumā, proti, elektriskās pretestības mērvienība SI sistēmā ir nosaukta par godu vācu fiziķim Georgam Simonam Omam, bet grafiski tā tiek atveidota ar grieķu alfabēta burtu – zīmi “Ω”. Tādējādi Apelācijas padome secina, ka šajā gadījumā var atzīt augstu līdzību arī starp preču zīmēm **OMEGA** un **OMEGA** (fig.), jo tās fonētiski un semantiski ir identiskas, bet vizuāli – ļoti līdzīgas.

6. Novērtējot līdzību starp precēm un pakalpojumiem, kuriem ir reģistrētas salīdzināmās zīmes, Apelācijas padome secina:

6.1. apstrīdētās zīmes 14., 25. un 26. klases preces un 38. klases pakalpojumi pēc to rakstura krasi atšķiras no pretstatītās figurālās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) 35. klases pakalpojumiem “reklāma; darījumu vadīšana; komerciālā pārvaldība; biroja darbi”;

6.2. apstrīdētās zīmes 14. klases preces “dārgmetāli; juvelierizstrādājumi; dārgakmeņi” ir tieši nosauktas pretstatītās vārdiskās zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) 14. klases preču sarakstā. Arī

pretstatītā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) ir reģistrēta precēm “dārgmetāli” un “dārgakmeņi”. Tātad šajā apjomā minētās salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām precēm;

6.3. apstrīdētās zīmes preces “juvelierizstrādājumi” ir uzskatāmas par līdzīgām pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) precēm “dārgmetāliem” un “dārgakmeņiem”, jo juvelierizstrādājumu izgatavošanā bieži tiek izmantoti dārgmetāli un dārgakmeņi;

6.4. preces “apgērbi, apavi, galvassegas” ir ietvertas gan apstrīdētās zīmes, gan pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) 25. klases preču sarakstā. Tātad šajā apjomā šīs zīmes reģistrētas identiskām precēm. Nav šaubu, ka apstrīdētās zīmes preču sarakstā ietvertie peldkostīmi, sporta apģērbi un brīvā laika apģērbi ir uzskatāmi par apģērbiem, tātad arī šajā apjomā minētās salīdzināmās zīmes reģistrētas identiskām precēm;

6.5. apstrīdētā zīme reģistrēta 26. klases precēm “mežģīnes; izšuvumi; lentes; pītas lentes; pogas; āķi; kniepadatas; adatas; mākslīgie ziedi”. Šīm precēm tieši nav reģistrēta neviena no pretstatītajām zīmēm. Tai pašā laikā Apelācijas padome uzskata, ka tādas preces kā “mežģīnes; izšuvumi; lentes; pītas lentes; pogas; āķi; kniepadatas; adatas” ir uzskatāmas par līdzīgām pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) 25. klases precēm, jo šīs apstrīdētās zīmes preces arī attiecas uz apģērbiem, to izgatavošanu un bieži vien ir to sastāvdaļas. Attiecībā uz precēm “mākslīgie ziedi”, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme, ir jānorāda, ka pastāv iespēja mākslīgos ziedus piestiprināt pie apģērba vai galvassegas, līdz ar to zināma apģērba papildinoša funkcija dekora veidā tiem piemīt. Tostarp var pieņemt, ka mākslīgie ziedi, kas pagatavoti, piemēram, no plastmasas, metāla vai dārgmetāliem, var tikt izmantoti arī rokas pulksteņu, kuriem reģistrētas agrākās vārdiskās preču zīmes, izrotāšanai. Agrākā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) ir reģistrēta arī 42. klases pakalpojumiem, proti, dizaina un modeļu izveides pakalpojumiem, kuru nodrošināšanā, piemēram, izveidojot dizainu rokas pulksteņiem, varētu tikt izmantoti arī mākslīgie ziedi rokas pulksteņu ārējā izskata rotāšanas nolūkos. Līdz ar to Apelācijas padome atzīst, ka zināma līdzība starp mākslīgajiem ziediem, no vienas puses, un minētajām 14., 25. klases precēm un 42. klases pakalpojumiem, no otras puses, ir saskatāma;

6.6. gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) 38. klasē ir reģistrētas vispārīgi nosauktiem pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi”, tātad šajā apjomā identiskiem pakalpojumiem.

Apstrīdētā zīme reģistrēta arī dažādiem pārraides un apraides pakalpojumiem - “balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datortīklu starpniecību; audio, video un multivides datu pārraide; televīzijas apraide ar globālo sakaru tīklu, Interneta un bezvadu sakaru tīklu starpniecību; videodatu pārraide pēc pieprasījuma; satelītu sakaru pakalpojumi”.

Telekomunikācija ir informācijas pārraide pa sakaru līnijām no viena raidītāja uz vienu vai vairākiem uztvērējiem ar telegrāfa, telefona, radio, televīzijas, datoru tīklu u. c. sistēmu palīdzību. Līdz ar to minētie apstrīdētās zīmes pārraides un apraides pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, to nolūks ir nodrošināt personu savstarpējo komunikāciju, nosūtot datus un informāciju, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālai un mutvārdu komunikācijai, un tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide. Tādējādi nav šaubu, ka arī šos apstrīdētās zīmes pakalpojumus var atzīt par ļoti līdzīgiem un savstarpēji cieši saistītiem ar telesakaru pakalpojumiem, kuriem ir reģistrēta minētā agrākā preču zīme.

7. Vērtējot strīdā iesaistīto zīmju preču sarakstus kopumā, var secināt, ka par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā var uzskatīt vidusmēra patērētāju, jo salīdzināmo zīmju preces lielākoties ir tādas, ar kurām saskarē kā šo preču pircējs vai lietotājs var nonākt jebkurš Latvijas patērētājs, neatkarīgi no vecuma un sociālā stāvokļa. Tai pašā laikā ir arī jānorāda, ka iebilduma iesniedzēja materiāli liecina, ka pretstatīto zīmju preču raksturs ir ekskluzīvs, un tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas, elitāras preces. Savukārt atsevišķi 38. klases pakalpojumi to komplicētā rakstura dēļ varētu būt tādi, ar kuriem saskarē faktiski nonāk tikai attiecīgo jomu speciālisti, kuru zināšanas šajās jomās ir padziļinātas.

8. Ņemot vērā iepriekš minēto, it īpaši to, ka apstrīdētā zīme **OMEGA** ir identiska divām no pretstatītajām zīmēm, proti, **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501), un salīdzināmo zīmju preces un pakalpojumi ir identiski un līdzīgi, Apelācijas padome uzskata, ka attiecīgie

Latvijas patērētāji šīs salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas, vienam un tam pašam uzņēmumam piederošas preču zīmes. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir pamatota.

9. Iebilduma iesniedzējs atsaucas arī uz LPZ 8. panta pirmo un otro daļu, kā arī 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem.

9.1. Lai piemērotu LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumus, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaukami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. LPZ 8. panta otrā daļa papildina pirmās daļas noteikumus tādejādi, ka preces vai pakalpojumi, kuriem pieteikta apstrīdētā zīme, var nebūt līdzīgi plaši pazīstamās preču zīmes precēm vai pakalpojumiem, bet jākonstatē, ka apstrīdētās zīmes lietošanu saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamās zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamās zīmes īpašnieka interesēm.

9.2. Savukārt LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumi nosaka, ka iebildumu pret vēlāku preču zīmes reģistrāciju var pamatot ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (Eiropas Savienības preču zīmi), kurai ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas preču zīmes īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) īpašnieka interesēm.

10. Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiālu kopums ļauj izdarīt secinājumu, ka vārdiskais apzīmējums “OMEGA” attiecīgajiem Latvijas patērētājiem ir bijis plaši pazīstams saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm jau pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma (26.09.2017) un ka pretstatītajām ES spēkā esošajām preču zīmēm **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) attiecībā uz minētajām precēm piemīt arī laba reputācija Eiropas Savienībā. To it īpaši apliecina šādi fakti un pierādījumi:

10.1. pulksteņu **OMEGA** ilgā pazīstamība pasaulē kopš 1848. gada, to vēsture un prestižais raksturs sistemātiski atspoguļots publikācijās Latvijā – gan avīžu un žurnālu rakstos, gan Internetā pieejamās publikācijās laika periodā no 2005. gada līdz 2016. gadam;

10.2. pulksteņu **OMEGA** augsto atpazīstamību ir veicinājušas pēc rakstnieka Jana Fleminga (*Ian Fleming*) stāstu motīviem uzņemtās filmas par aģentu “007”, kurās kopš 1995. gada to galvenās lomas – Džeimsa Bonda – atveidotājs valkā rokas pulksteni **OMEGA**. Par šo filmu popularitāti Latvijā un citur pasaulē liecina gan lielais skatītāju skaits, gan neskaitāmas publikācijas, kurās citstarp pievērsta plaša uzmanība precēm, kuras ir popularizētas ar “007” sērijas filmu starpniecību, gan arī tas, ka šīs filmas bieži tiek ierindotas to filmu skaitā, kurām ir vislielākie kases ieņēmumi;

10.3. rokas pulksteņu un sportam paredzēto laika noteikšanas ierīču **OMEGA** augsto atpazīstamību noteikti ir veicinājis tas, ka iebilduma iesniedzējs ir bijis ne tikai nozīmīgs olimpisko spēļu sponsors, bet, sākot no 1932. gada, tā laika noteikšanas ierīces **OMEGA** ir kalpojušas kā “oficiālais olimpisko spēļu laikrādis” 26 no 28 olimpiskajām spēlēm (gan vasaras, gan ziemas spēlēs). Iebilduma iesniedzēja pārstāve pamatoti norāda, ka tradicionāli olimpiskās spēles ir ļoti populāras visā pasaulē, – katru otro gadu, kad tās notiek, proti, olimpiādes spēles vasarā un ziemas olimpiskās spēles ziemā, tās redz vairāki miljardi cilvēku ļoti daudzās pasaules valstīs, tostarp Latvijā un citās Eiropas Savienības valstīs;

10.4. zīmola **OMEGA** atpazīstamību un reputāciju apliecina kompānijas *Interbrand* dažādi pētījumi, kuros tas tiek sistemātiski ierindots gan starp labākajiem Šveices zīmoliem, gan starp vērtīgākajiem Šveices rokas pulksteņu zīmoliem. Rokas pulksteņu **OMEGA** ekskluzivitāti 2016. gadā ir atzinis pasaulē slavenais ziņu kanāls “CNN”, kurš tos ir iekļāvis starp pieciem nepārspējamiem pulksteņiem pasaulē. Apelācijas padomes ieskatā augsta preču zīmes atpazīstamības pakāpe citās valstīs mūsdienu apstākļos nevar neatstāt iespaidu uz šīs zīmes atpazīstamību arī Latvijā. It sevišķi tas attiecas uz precēm, kuru prestižais raksturs vai iespaids uz dzīvesstilu un paradumiem izraisa pastiprinātu

sabiedrības interesi, jo, kaut arī tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas, elitāras preces, tomēr šādas preces zina sabiedrības lielākā daļa, jo tās tiek īpaši veidā popularizētas presē, dzīvesstila žurnālos, daiļliteratūrā, televīzijā, filmās. Arī šajā gadījumā lietā iesniegto publikāciju raksturs un citi fakti par zīmola **OMEGA** popularitāti veicinošām aktivitātēm ļauj atzīt, ka iebilduma iesniedzēja pulksteņiem **OMEGA** piemīt prestižs raksturs un tās ir uzskatāmas par luksusa precēm;

10.5. zīmola **OMEGA** reputāciju pasaules mērogā apliecina lietā iesniegtie dati par iebilduma iesniedzēja tirgus daļām luksusa rokas pulksteņu tirgū, piemēram, 2010. gadā tā sasniedza 16,4%, 2011. gadā – 18,4% un 2012. gadā - 20%. Šos datus Eiropas mērogā netieši papildina lietā iesniegtā informācija par to, ka 2016. gadā par 13,4% pieauga Šveices rokas pulksteņu eksports uz Apvienoto Karalisti un starp tiem zīmoliem, kuru preces tika eksportētas, ir norādīts arī zīmols **OMEGA**;

10.6. preču zīmju **OMEGA** reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar precīzām laika mērīšanas ierīcēm, konkrēti, rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, ir atzīta vairākos ITSB (EUIPO) lēmumos, piemēram: ITSB (EUIPO) Iebildumu nodaļas 17.03.2015 lēmumā lietā Nr. B 1 993 446, EUIPO Apelāciju padomes 05.09.2017 lēmumā lietā Nr. R 45/2017-5 un EUIPO Iebildumu nodaļas 01.12.2017 lēmumā iebilduma lietā Nr. B 2 775 057.

11. Ņemot vērā, ka apstrīdētā zīme **OMEGA** pilnībā atkārtoti iebilduma iesniedzēja pulksteņu zīmolu **OMEGA**, var nešaubīgi apgalvot, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta iebilduma iesniedzēja Latvijā plaši pazīstamā preču zīme. Tādējādi Apelācijas padome atzīst, ka LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumi šajā lietā ir piemērojami attiecībā uz apstrīdētās zīmes reģistrācijā ietvertajām precēm tiktāl, ciktāl tās var atzīt par līdzīgām rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, proti, precēm, attiecībā uz kurām iepriekš tika konstatēta preču zīmes **OMEGA** plaša pazīstamība Latvijā. Apelācijas padome uzskata, ka minētā norma ir piemērojama vismaz uz apstrīdētās zīmes 14. klases precēm, jo dārgmetāli un dārgakmeņi ierasti tiek izmantoti rokas pulksteņu izgatavošanā, savukārt juvelierizstrādājumi un rokas pulksteņi ir sasaistāmi tādējādi, ka ne tikai rotaslietas, bet arī rokas pulksteņi var greznot cilvēka ārējo izskatu, turklāt šīs preces var viena otru papildināt, piemēram, grezna rokassprādze var ietvert rokas pulksteni, pulkstenis var tikt ietverts greznā ietvarā vai pulkstenis var tikt kombinēts ar ķēdi vai ķēdīti tā valkāšanai.

12. Izvērtējot lietā esošo informāciju un apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu raksturu, Apelācijas padome secina, ka lietas apstākļi atbilst arī LPZ 8. panta otrās daļas noteikumiem:

12.1. ir būtiski, ka preču zīmei **OMEGA** piemīt augsta atšķirtspēja, it īpaši sakarā tās pazīstamību tirgū, tādējādi tai piešķirama visplašākā aizsardzība. Tik pat nozīmīgi, ka apstrīdētā zīme ir identiska plaši pazīstamajam pulksteņu zīmolam **OMEGA**;

12.2. apstrīdētās preču zīmes 25. klases un 26. klases preces ir sasaistāmas ar iebilduma iesniedzēja darbības jomu, proti, pulksteņu nozari. No prakses ir zināms, ka uzņēmumi, kuri piedāvā ekskluzīvas vai luksusa preces, mēdz sadarboties ar citu nozaru pārstāvjiem, it īpaši tas attiecas uz modes industriju, jo ar tās starpniecību ir iespējams popularizēt diezgan plašu preču klāstu, tostarp pulksteņus, kuri tērpa ansablī var pildīt aksesuāru lomu, tostarp pastiprināt attiecīgās modes kolekcijas līnijas ekskluzivitāti. Tāpat nav izslēdzams, ka pēc iebilduma iesniedzēja pasūtījuma kāds modes dizainers vai modes firma izveido īpaši veidotu apģērbu kolekciju. Šādas prakses dēļ patērētāju uztverē var veidoties asociācijas starp pulksteņu ražotāju, no vienas puses, un apģērbu un to piederumiem, no otras puses, it sevišķi, ja pulksteņiem lietotā preču zīme ir populāra un iemantojusi augstu reputāciju.

Attiecībā uz apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem, kas nodrošina komunikāciju ar dažādu saziņas līdzekļu palīdzību, Apelācijas padome uzskata, ka šajā lietā šo pakalpojumu raksturs nav tāds, lai izslēgtu savstarpējo saistību starp tiem un plaši pazīstamās preču zīmes **OMEGA** īpašnieku. No lietas materiāliem izriet, ka iebilduma iesniedzējs kopš 1932. gada ar laika noteikšanas ierīcēm nodrošina olimpiskās spēles, līdz ar to attiecīgās ierīces noteikti ir cieši saistītas ar informācijas pārraidi, piemēram, uz stadionā pieejamiem displejiem, kas atspoguļo attiecīgo sporta disciplīnu rezultātus. Līdz ar to Apelācijas padome šajā lietā saskata, ka pretstatīto zīmju augstā reputācija minētajā jomā var piešķirt negodīgas priekšrocības apstrīdētās zīmes īpašniekam vai nodarīt kaitējumu iebilduma iesniedzēja interesēm tad, ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota telesakaru pakalpojumiem un citiem pārraides un apraides pakalpojumiem, kas ietverti apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu sarakstā;

12.3. apstrīdētās zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 25. un 26. klases precēm un 38. klases pakalpojumiem var kaitēt plaši pazīstamās preču zīmes īpašnieka interesēm. Kaitējums var izpausties, piemēram, kā plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē, un apstrīdētās zīmes esamība tirgū apdraud plaši pazīstamās zīmes ekskluzivitāti. Eiropas Savienības Tiesa ir skaidrojusi, ka kaitējums agrākas preču zīmes atšķirtspējai rodas it īpaši tādā gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-252/07, Intel Corporation Inc. v CPM United Kingdom Ltd. [2008], 29. punkts*).

13. Minētie secinājumi lielā mērā atbilst tam, lai konstatētu, ka iebilduma iesniedzējs šajā lietā pamatoti atsaucas arī uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem, proti:

13.1. pretstatīto preču zīmju **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (reģ. Nr. WO 765 501) reģistrācijas ir spēkā attiecībā uz Eiropas Savienību. Jau iepriekš šajā lēmumā tika secināts, ka tās salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) ir agrākas preču zīmes. Tāpat iepriekš tika atzīts šo preču zīmju identiskums. Turklāt tika konstatēts, ka agrākajām zīmēm piemīt reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm;

13.2. tādējādi vēl jānoskaidro, vai saistībā ar apstrīdētās zīmes lietošanu bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem var konstatēt vismaz vienu no šiem apstākļiem: pirmkārt, tā dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju, otrkārt, tā nodara kaitējumu Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) atšķirtspējai vai reputācijai vai, treškārt, šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šiem pakalpojumiem un agrākās Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieka interesēm;

13.3. Apelācijas padome jau iepriekš konstatēja, ka apstrīdētās zīmes 14., 25., 26. klases preču un 38. klases pakalpojumu raksturs ļauj pieņemt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks varētu iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmju augstās reputācijas (skat. šā lēmuma motīvu daļas 11. un 12. punktu). Ņemot vērā, ka iebilduma iesniedzējs ir ieņēmis līdera pozīciju starp laika mērīšanas ierīcēm, ticamāka ir iespēja, ka identiska apzīmējuma lietošana saistībā ar atšķirīgāka rakstura pakalpojumiem patērētājiem var izsaukt asociācijas ar iebilduma iesniedzēja preču zīmi **OMEGA**, kura ir apveltīta ar reputāciju.

14. Iebilduma iesniedzējs iebildumu ir pamatojis arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu. Šā pamatojuma sakarā Apelācijas padome secina:

14.1. EST zīmes īpašnieka negodprātīgu nolūku interpretē kā subjektīvu elementu, kas ir jānosaka, atsaucoties uz izskatāmās lietas objektīvajiem apstākļiem (*EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH [2009], 42. punkts*);

14.2. viena daļa argumentu un pierādījumu šīs normas piemērošanas sakarā attiecas uz apstrīdētās preču zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA komercdarbību vispār. Lietā iesniegtā informācija atspoguļo to, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieks reģistrācijai Latvijā ir pieteicis ievērojamu skaitu preču zīmju, kas citastarp satur arī Latvijā plaši pazīstamu, citiem īpašniekiem piederošu preču zīmju apzīmējumus vai tiem ļoti līdzīgus apzīmējumus. Tāpat tiek norādīts, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks nav uzsācis šo daudzo preču zīmju faktiski izmantošanu. Tomēr minētie fakti nav pietiekami, lai pārliecināti varētu atzīt, ka attiecīgais uzņēmums, piesakot konkrētās preču zīmes reģistrāciju, ir rīkojies negodprātīgi;

14.3. šajā lietā par būtiskāku apstākli uzskatāms tas, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ir pieteicis vismaz divām pretstatītajām zīmēm identisku preču zīmi, turklāt arī attiecībā uz identiskām precēm un pakalpojumiem. Ņemot vērā iepriekš lēmumā atzīto par iebilduma iesniedzēja laikrāžu **OMEGA** plašo pazīstamību Latvijā un reputāciju Eiropas Savienībā, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēju, kuram pieder identiskas preču zīmes **OMEGA**. Preču zīmi reģistrē, lai iegūtu izņēmuma tiesības uz apzīmējumu, kas palīdz patērētājiem identificēt

konkrētu tirgus dalībnieku, un neviens komersants nemēģina ienākt tirgū, kaut kādā līmenī neizpētot nozarē darbojošos uzņēmumus un to preču zīmes. Šādas informācijas ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar iebilduma iesniegumā izklāstītajiem paņēmieniem;

14.4. tādejādi, ņemot vērā iepriekšējā apakšpunktā minēto kopsakarā ar iebilduma iesniegumā norādītajiem faktiem par apstrīdētās zīmes īpašnieku, ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētā zīme ir pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku, ciktāl tas attiecas uz identiskām precēm un pakalpojumiem. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā lietā ir pamatota daļēji.

Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 2. punkta, 8. panta pirmās un otrās daļas, 39.³ panta pirmās daļas un 6. panta otrās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt Šveices uzņēmēj sabiedrības OMEGA SA (OMEGA AG) (OMEGA LTD.) iebildumu pret preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā noteiktajā kārtībā izdarīt Preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu.

Lietas dalībnieks, kas nepiekrīt šim lēmumam, var triju mēnešu laikā no šā lēmuma paziņošanas dienas (Paziņošanas likums, 5. līdz 9. pants) vērsties tiesā saistībā ar šo lēmumu atbilstoši Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 98. pantā un Civilprocesa likuma 30.³ nodaļā noteiktajai kārtībai.

Prasības pieteikums iesniedzams Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā. Personai, kas iesniegusi tiesā prasības pieteikumu, ir pienākums ne vēlāk kā septiņas dienas pēc prasības pieteikuma iesniegšanas informēt par to Apelācijas padomi. Lietas ierosināšana tiesā aptur Apelācijas padomes lēmuma izpildi.

Šis lēmums stājas spēkā Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 99. pantā noteiktajā kārtībā.

Lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/

I. Plūme-Popova

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/

J. Bērzs

/personiskais paraksts/

D. Liberte