



Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Juridiskā adrese: Cītales iela 7/70, Rīga, LV-1010, faktiskā adrese: K.Valdemāra iela 33, Rīga, LV-1010,
tāl. 67099600, 67099637, fakss 67099650, e-pasts valde@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebilduma lietas šifrs:

RIAP/2019/M 73 657-Ie

(OP-2019-47)

LĒMUMS

Rīgā

2020. gada 6. janvārī

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

2019. gada 4. decembrī Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta pirmo daļu un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2019. gada 19. martā Amerikas Savienoto Valstu (turpmāk arī – ASV) uzņēmēj sabiedrības Energy Beverages LLC (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā K. Ostrovska pret preču zīmes

BURN

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-18-955; pieteik. dat. 30.07.2018; reģ. Nr. M 73 657; reģ. (publ.) dat. 20.12.2018; 9. un 25. klases preces un 38. un 41. klases pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma iesnieguma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) identiskumu un līdzību agrākām preču zīmēm **BURN** (reģ. Nr. M 52 759), **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169), **burn INTENSE ENERGY** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (reģ. Nr. M 57 772)



un agrākām Eiropas Savienības preču zīmēm (turpmāk – ES preču zīme) **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **BURN** (Nr. EUTM 017870906), **BURN** (Nr. EUTM 017926071), **BURN** (Nr. EUTM 016864928), **BURN** (Nr. EUTM 015894661), **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926), **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432), **BURN** (Nr. EUTM 008941271), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703),



grafiskai preču zīmei (liesmas attēls) (Nr. EUTM 015816151),



grafiskai preču zīmei (liesmas attēls) (Nr. EUTM 016968091)



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 1. un 2. punkts);

- apstrīdētajā zīmē **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) ir sajaucami atveidotas iebilduma iesniedzēja preču zīmes **BURN** un **burn INTENSE ENERGY** (fig.), kas pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma ir bijušas Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes attiecībā uz identiskām un līdzīgām precēm, turklāt apstrīdētās preču zīmes lietošanu attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 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 preču zīmju īpašnieka interesēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa);

- apstrīdētā zīme ir identiska un līdzīga iebilduma iesniedzēja ES preču zīmēm **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) un grafiskai preču zīmei (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), kurām ir laba reputācija Eiropas Savienībā, un apstrīdētās zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, kam tā reģistrēta, dod iespēju negodīgi izmantot agrāko preču zīmju atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, vai šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un iebilduma iesniedzēju, un šāda lietošana var kaitēt agrāko 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 21.03.2019 tika nosūtīta apstrīdētās zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāves 07.05.2019 iesniegto lūgumu, 28.05.2019 lietai tika noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

20.11.2019 saņemti papildu paskaidrojumi un pierādījumi pie iebilduma, kas 22.11.2019 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašniekam.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās iebilduma iesniedzēja pārstāve – patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā K. Ostrovska. Ne apstrīdētās zīmes īpašnieks, ne viņa pārstāvis uz sēdi neieradās, līdz ar to Apelācijas padome lietu izskatīja apstrīdētās zīmes īpašnieka prombūtnē.

Apelācijas padomes sēdes sākumā iebilduma iesniedzēja pārstāve informēja Apelācijas padomi, ka iebilduma iesniedzējs neuztur spēkā iebilduma pamatojumu ar LPZ 7. panta pirmās daļas 1. punktu, kā arī iebilduma pamatojumu ar pretstatīto preču zīmi **BURN** (Nr. EUTM 008941271).

Aprakstošā daļa

1. Iebilduma lietā apstrīdētā preču zīme **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) ir reģistrēta kā vārdiska preču zīme attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem:

- 9. kl.: “*datortehnika; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas*”;

- 25. kl.: “*apģērbī; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbī; brīvā laika apģērbī*”;

- 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; filmu raidīšana*”;

- 41. kl.: “*radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot tirdzniecību un raidīšanu; neļujupielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana; videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā*”.

2. Iebilduma lietā pretstatītas šādas iebilduma iesniedzēja preču zīmes:

2.1. vārdiska preču zīme **BURN** (reģ. Nr. M 52 759; pieteik. dat. 19.02.2003; reģ. (publ.) dat. 20.01.2004; reģ. atjaunošanas dat. 19.02.2013), kas reģistrēta 32. klases precēm;

2.2. vārdiska preču zīme **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169; pieteik. dat. 10.08.2004; reģ. (publ.) dat. 20.06.2005; reģ. atjaunošanas dat. 10.08.2014), kas reģistrēta 32. klases precēm;

2.3. preču zīme **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772; pieteik. dat. 15.05.2006; reģ. (publ.) dat. 20.07.2007; reģ. atjaunošanas dat. 15.05.2016), kas ir reģistrēta kā melnbalta figurāla preču zīme – uz melna fona attēlota gaišāka uguns liesma, zem tās atveidots pelēks stilizēts uzraksts “burn” treknrakstā un simbols ®, bet zem tiem – uzraksts “INTENSE ENERGY” mazāka izmēra pelēkiem lielajiem burtiem. Zīme reģistrēta 32. klases precēm;

2.4. vārdiska preču zīme **BURN** (Nr. EUTM 003501244; pieteik. dat. 31.10.2003; reģ. dat. 12.04.2005; publ. dat. 08.08.2005; reģ. atjaunošanas dat. 31.10.2013; senioritāte no Latvijas preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 52 759) – 19.02.2003). Zīme reģistrēta 32. klases precēm;

2.5. preču zīme **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703; pieteik. dat. 22.06.2006; pieprasīta konvencijas prioritāte no Igaunijas pieteikuma Nr. M200600619, 11.05.2006; reģ. dat. 28.06.2007; publ. dat. 09.07.2007; reģ. atjaunošanas dat. 22.06.2016), kas ir reģistrēta kā melnbalta figurāla preču zīme – uz melna fona attēlota gaišāka uguns liesma, zem tās atveidots pelēks stilizēts uzraksts “burn” treknrakstā, bet zem tā – uzraksts “INTENSE ENERGY” mazāka izmēra pelēkiem lielajiem burtiem. Zīme reģistrēta 32. klases precēm;

2.6. vārdiska preču zīme **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926; pieteik. dat. 29.05.2013; reģ. dat. 09.10.2013; publ. dat. 11.10.2013). Zīme reģistrēta 32. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem, un plašam 41. klases pakalpojumu sarakstam, to skaitā šādiem: *“konferenču organizēšana un vadīšana; kongresu organizēšana un vadīšana; simpoziju organizēšana un vadīšana; semināru un praktisko nodarbību organizēšana un vadīšana; informācijas pakalpojumi izglītības nolūkos; apmācības pakalpojumi, kas saistīti ar eksāmenu kārtošanu; nelejupielādējamu elektronisko publikāciju nodrošināšana; viesu izklaides pakalpojumi; informācijas pakalpojumi izklaides nolūkos; filmu ražošana, izņemot reklāmfilmas; radio un televīzijas programmu veidošana; videokameru iznomāšana; kinofilmu iznomāšana; videokasešu ierakstīšanas ierīču iznomāšana; videolenšu un videokasešu iznomāšana; televīzijas izklaides raidījumu veidošana; videoierakstu rediģēšana; videofilmu ražošana; videoierakstu pakalpojumi”*;

2.7. vārdiska preču zīme **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432; pieteik. dat. 12.09.2014; pieprasīta konvencijas prioritāte no Krievijas Federācijas pieteikuma Nr. 2014718092, 30.05.2014; reģ. dat. 02.02.2015; publ. dat. 04.02.2015). Zīme reģistrēta 5., 30. un 32. klases precēm;

2.8. grafiska melnbalta preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151; pieteik. dat. 12.09.2016; reģ. dat. 28.12.2016; publ. dat. 30.12.2016) – uz melna fona attēlota gaišāka uguns liesma. Zīme reģistrēta 32. klases precēm;

2.9. vārdiska preču zīme **BURN** (Nr. EUTM 015894661; pieteik. dat. 05.10.2016; reģ. dat. 24.01.2017; publ. dat. 26.01.2017). Zīme reģistrēta 5. klases precēm;

2.10. vārdiska preču zīme **BURN** (Nr. EUTM 016864928; pieteik. dat. 15.06.2017; reģ. dat. 29.09.2017; publ. dat. 02.10.2017). Zīme reģistrēta 30. klases precēm;

2.11. grafiska melnbalta preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091; pieteik. dat. 10.07.2017; reģ. dat. 06.11.2017; publ. dat. 08.11.2017) – uz melna fona attēlota gaišāka uguns liesma. Zīme reģistrēta 16. un 25. klases precēm, to skaitā šādām 25. klases precēm: *“apģērbi, apavi, galvassegas; cepures”*;

2.12. vārdiska preču zīme **BURN** (Nr. EUTM 017870906; pieteik. dat. 09.03.2018; reģ. dat. 27.06.2018; publ. dat. 28.06.2018). Zīme reģistrēta 33. klases precēm un 35. klases pakalpojumiem;

2.13. vārdiska preču zīme **BURN** (Nr. EUTM 017926071; pieteik. dat. 02.07.2018; reģ. dat. 02.11.2018; publ. dat. 05.11.2018). Zīme reģistrēta 29. klases precēm.

3. Iebilduma iesniedzējs, atsaucoties uz LPZ 6. panta otro daļu, 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo un otro daļu un 39.³ panta pirmo daļu, lūdz atzīt preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, lūgumu pamatojot ar zemāk izklāstītajiem argumentiem.

4. Pretstatītajām zīmēm ir šādi pieteikuma un prioritātes datumi: **BURN** (reģ. Nr. M 52 759) – 19.02.2003; **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169) – 10.08.2004; **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772) – 15.05.2006; **BURN** (Nr. EUTM 003501244) – saskaņā ar LPZ pārejas noteikumu 6. punktu zīmes prioritāte Latvijā noteikta no 01.05.2004; **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) – 22.06.2006; **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) – 29.05.2013; **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432) – 12.09.2014 (pieprasīta konvencijas prioritāte no Krievijas Federācijas pieteikuma Nr. 2014718092, 30.05.2014); grafiska preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151) – 12.09.2016; **BURN** (Nr. EUTM 015894661) – 05.10.2016; **BURN** (Nr. EUTM 016864928) – 15.06.2017, grafiska preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091) – 10.07.2017; **BURN** (Nr. EUTM 017870906) – 09.03.2018 un **BURN** (Nr. EUTM 017926071) – 02.07.2018. Savukārt apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) pieteikuma datums ir 30.07.2018. Tātad visas pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

5. Salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām un līdzīgām precēm un pakalpojumiem:

5.1. Eiropas Savienības tiesu praksē norādīts, ka, novērtējot attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību, būtu jāņem vērā visi faktori, kas attiecas uz šīm precēm vai pakalpojumiem. Šie faktori cita starpā ietver to raksturu, to galalietotājus (būtu jālasa kā “paredzētais mērķis”), to izmantošanas metodi un to, vai tie savstarpēji konkurē vai ir savstarpēji papildinoši.

Sajaukšanas iespējas visaptverošs novērtējums ietver savstarpēju sakarību starp faktoriem, kas uz lietu attiecas, un it īpaši starp zīmju līdzību un attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības augstāku pakāpi un *vice versa* (Eiropas Savienības Tiesas (EST) sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc* [1998], 17. un 23. punkts);

5.2. apstrīdētās preču zīmes 9. klases preces “*datortehnika; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datora tīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas*” ir līdzīgas pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “*apmācība; konferenču rīkošana un vadīšana; kongresu organizēšana un vadīšana; semināru rīkošana un vadīšana; semināru un praktisko nodarbību organizēšana un vadīšana; pārvietojamo bibliotēku pakalpojumi; kinofilmu demonstrēšana; filmu dublēšana; informācijas pakalpojumi izglītības nolūkos; elektronisku publikāciju sagatavošana un publicēšana; nelejupielādējamu elektronisku publikāciju nodrošināšana; grāmatu izdošana; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistē; tekstu publicēšana, izņemot reklāmas tekstus; videokasešu ierakstīšanas ierīču iznomāšana; videoierakstu rediģēšana; videofilmu ražošana; videoierakstu pakalpojumi*”, jo minētās 9. klases preces un minētie 41. klases pakalpojumi ir savstarpēji papildināmi, to izplatīšanas kanāli var būt vieni un tie paši, to relevantais patērētājs, kā arī attiecīgo preču un pakalpojumu sniedzējs (ražotājs) var būt viens un tas pats uzņēmums. Nav noliedzams, ka, piemēram, videofilmu ražošanas rezultāts vai prece ir videofilma, līdz ar to gan minēto preču, gan arī pakalpojumu sniedzējs var būt viens un tas pats uzņēmums. Tāpat arī tādi pakalpojumi kā apmācība, elektronisko publikāciju sagatavošana un publicēšana nav iespējama bez datortehnikas datora tīklu un datu pārraides iekārtām, līdz ar to šīs preces un pakalpojumi ir uzskatāmi par savstarpēji papildināmiem;

5.3. apstrīdētās preču zīmes 25. klases preces “*apģērbī; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbī; brīvā laika apģērbī*” ir identiskas pretstatītās grafiskās preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091) reģistrācijā ietvertajām precēm “*apģērbī, apavi, galvassegas; cepures*”;

5.4. apstrīdētās preču zīmes 38. klases pakalpojumi “*telesakaru pakalpojumi; balss sakaru pārraide; datu pārraide; elektronisko attēlu, fotogrāfiju, grafisko attēlu un ilustrāciju pārraide ar globālo datora tīklu 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; filmu raidīšana*” ir līdzīgi pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “*nelejupielādējamu elektronisko publikāciju*

nodrošināšana; radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana, izņemot reklāmas filmas; videoierakstu producēšana; kinofilmu noma; videoierakstu noma". Minētie salīdzināmo zīmju pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, to nolūks ir nodrošināt personu savstarpējo komunikāciju, nosūtot datus un informāciju, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālajai un mutvārdu komunikācijai. Tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide. Visi uzskaitītie pakalpojumi tiek nodrošināti ar telesakaru starpniecību, un tos var sniegt viens un tas pats uzņēmums;

5.5. apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi "*apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem*" ir identiski pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem "*apmācība; izklaides pakalpojumi; kongresu organizēšana un vadīšana; semināru organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem*". Savukārt apstrīdētās preču zīmes pakalpojumi "*radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot tirdzniecību un raidīšanu; nelejupielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana; videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā*" pēc būtības ir identiski un līdzīgi pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem "*filmu producēšana, izņemot reklāmas filmas; kinofilmu noma; videoierakstu producēšana; nelejupielādējamu elektronisko publikāciju nodrošināšana*", jo visu šo pakalpojumu nolūks ir viens un tas pats – nodrošināt piekļuvi filmām un elektroniskajām publikācijām. Turklāt minētos pakalpojumus var nodrošināt viens un tas pats uzņēmums.

6. Salīdzināmās zīmes ir līdzīgas un uztveramas kā savstarpēji saistītas:

6.1. salīdzinot preču zīmes, jāizdara to vispārējs vizuālās, fonētiskās un konceptuālās (semantiskās) līdzības novērtējums, turklāt šim novērtējumam jābalstās uz zīmju kopiespaida, tai pašā laikā paturot prātā to atšķirtspējīgās un dominējošās komponentes. Preču zīmes ir jāsalīdzina kopumā, ņemot vērā, ka patērētāja uztverē dominē pirmais iespaids, turklāt būtiskas ir nevis detalizētā salīdzinājumā konstatējamās atšķirības, bet gan zīmju kopīgie elementi, kas izraisa savstarpējas asociācijas, kuras var ietekmēt patērētāju uztveri un izvēli (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95 *Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport* [1997], 23. punkts un EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV* [1999], 25. punkts);

6.2. apstrīdētā preču zīme **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) ir reģistrēta kā vārdiska zīme. Iebilduma iesniedzējam pieder preču zīmju saime, kas sastāv gan no vārdiskām zīmēm – **BURN** (reģ. Nr. M 52 759), **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169), **BURN** (Nr. EUTM 003501244); **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926), **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432), **BURN** (Nr. EUTM 015894661), **BURN** (Nr. EUTM 016864928), **BURN** (Nr. EUTM 017870906) un **BURN** (Nr. EUTM 017926071), gan figurālām preču zīmēm – **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703), grafiskas preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), grafiskas preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091).

Visās pretstatītajās vārdiskajās zīmēs ir ietverts vārds "BURN", ko var uzskatīt par šo zīmju dominējošo elementu. Pretstatītās figurālās zīmes ietver arī uguns liesmas attēlu, un tas veido tādas pašas asociācijas kā vārdiskais elements "BURN", proti, asociācijas ar degšanu un uguns liesmām.

Var secināt, ka apstrīdētā zīme ietver pretstatīto zīmju dominējošo elementu;

6.3. salīdzināmās zīmes ir fonētiski un vizuāli identiskas un rada līdzīgu kopiespaidu. Apstrīdētā zīme nesatur nekādus atšķirīgus elementus, kas varētu novērst patērētāju uzmanību no zīmes vienīgā vārdiskā elementa, kas ir identisks pretstatīto zīmju dominējošajam elementam. Tāpēc patērētāju uzmanība tirdzniecības vietās, kā arī attiecīgo preču un pakalpojumu reklāmās būs koncentrēta uz apzīmējumu "BURN". Tādējādi var apgalvot, ka pastāv šo zīmju sajaukšanas iespēja.

Ir jāņem vērā arī zīmju semantiskā nozīme un var secināt, ka semantiskās asociācijas, ko veido salīdzināmās zīmes, ir identiskas. Proti, patērētāji apzīmējumu "BURN" varētu tulkot no angļu valodas kā "degt, apdegums, apdedzināšana". Ir jāņem vērā, ka šis vārds ir vienkāršas angļu valodas leksikas vārds un būs saprotams lielākajai daļai patērētāju.

Tādējādi, strīdā iesaistītajām zīmēm pastāvot līdzās, patērētāji var tikt maldināti un, sajaucot šīs zīmes vai uztverot tās kā savstarpēji saistītas, uzskatīt, ka preces un pakalpojumus, kas tiek sniegti ar šīm

zīmēm, piedāvā viens un tas pats uzņēmums;

6.4. par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā jāuzskata gan vidējais patērētājs, gan arī speciālists. Apstrīdētās zīmes pakalpojumi, piemēram, apmācība, izpriecās, kā arī telesakaru pakalpojumi ir pakalpojumi, kas adresēti plašam patērētāju lokam. Savukārt tādi pakalpojumi kā apraides pakalpojumi un radio un televīzijas šovu producēšana galvenokārt adresēti attiecīgo jomu speciālistiem. Vidusmēra patērētājs ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, savukārt speciālistu zināšanas attiecīgajās jomās ir padziļinātas;

6.5. sajaukšanas iespējamības novērtējums ir atkarīgs no daudziem elementiem un, jo īpaši, no preču zīmes atpazīstamības tirgū, no asociācijām, ko izraisa preču zīme, no līdzības pakāpes starp preču zīmēm, kā arī starp precēm un pakalpojumiem. Tādējādi sajaukšanas iespējamība ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktorus, kas attiecas uz lietas apstākļiem. (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95 *Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport* [1997], 22. punkts).

Šajā lietā relevantās sabiedrības daļas (gan vidusmēra patērētāju, gan profesionāļu) uzmanības pakāpe ir vērtējama kā zema attiecībā uz plaša patēriņa precēm un kā pietiekami augsta attiecībā uz specializētām precēm un pakalpojumiem. Tomēr paaugstināta uzmanības pakāpe ne vienmēr nozīmē, ka nevar tikt konstatēta sajaukšanas iespējamība, jo to nosaka arī visi pārējie faktori.

Tātad var pastāvēt sajaukšanas iespējamība pat tad, ja uzmanības pakāpe ir augsta. Ja citi faktori rada lielu sajaukšanas iespējamību, piemēram, preču zīmes ir identiskas vai kopumā ļoti līdzīgas un preces ir identiskas, nevar paļauties uz to, ka konkrētā sabiedrības daļa būs tik uzmanīga, lai nesajauktu preces.

Jāatzīmē, ka, neraugoties uz augsto relevantās sabiedrības uzmanības pakāpi šajā preču kategorijā, salīdzināmās zīmes **BURN** (apstrīdētā zīme) un **BURN** un **BURN YARD** (pretstatītās zīmes) ir vizuāli, fonētiski un semantiski identiskas un līdzīgas un reģistrētas tik līdzīgām un saistītām precēm un pakalpojumiem, ka pastāv augsta iespējamība, ka gan vidējie patērētāji, gan profesionāļi minētās zīmes varētu sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas neuzmanības dēļ.

7. Iebilduma iesniedzēja preču zīmēm ir reputācija Eiropas Savienībā, un tās ir plaši pazīstamas preču zīmes Latvijā:

7.1. lai piemērotu LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumus, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaucami 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 tādējādi, 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.

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) un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, 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;

7.2. no teritoriālā viedokļa nosacījums par reputāciju saistībā ar Eiropas Savienības preču zīmi ir jāuzskata par izpildītu, ja šai preču zīmei reputācija ir būtiskā Eiropas Savienības teritorijas daļā. Noteiktos gadījumos vienas dalībvalsts teritorija var tikt uzskatīta par tādu, kas veido šīs teritorijas būtisku daļu (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-301/07 *PAGO International GmbH v Tirolmilch registrierte Genossenschaft mbH* [2009], 27. un 28. punkts).

Novērtējot agrākās zīmes reputāciju, jāņem vērā visi attiecīgie faktori, jo īpaši tirgus daļa, ko aptver preču zīme, tās lietošanas ģeogrāfiskais mērogs un ilgums, kā arī to ieguldījumu apjoms, ko uzņēmums ieguldījis tās veicināšanai (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-375/97 *General Motors Corporation v Yplon SA* [1999], 27. punkts);

7.3. uzskatāms, ka preču zīme **BURN** ilgstošās un intensīvās lietošanas un atpazīstamības pasākumu veicināšanas dēļ Eiropas Savienībā ir uzskatāma par zīmi, kas bija apveltīta ar augstu reputāciju attiecībā uz enerģijas dzērieniem jau pirms apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) reģistrācijas pieteikuma datuma – 30.07.2018. Apstrīdētā preču zīme atveido un imitē ar reputāciju apveltītās preču zīmes **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) un grafisko preču zīmi (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), kā arī plaši pazīstamās preču zīmes **BURN** un **BURN INTENSE ENERGY** (fig.).

Prestatīto preču zīmju reputāciju un plašo pazīstamību apstiprina *Rodney C. Sacks* iebilduma iesniedzēja Energy Beverages LLC vārdā iesniegtajā ar zvērestu apliecinātajā liecībā norādītie fakti un informācija, kā arī liecībai pievienotie pielikumi:

7.3.1. iebilduma iesniedzējs Energy Beverages LLC ir ASV uzņēmums, kas darbojas enerģijas dzērienu izstrādes, ražošanas, izgatavošanas, mārketinga un tirdzniecības jomā. Iebilduma iesniedzējs ir starptautiski, kā arī Eiropas Savienībā, tostarp Latvijā, plaši pazīstams uzņēmums, un tam pieder, kā arī tas lieto vai ir lietojis preču zīmes **BURN**, **BURN ENERGY DRINK**, **BURN ENERGY** un figurālas krāsainas un melnbaltas preču zīmes gan ar liesmas attēlu un vārdisko elementu, gan arī tikai liesmas attēlu.

Iebilduma iesniedzējs ir veicis nepieciešamos pasākumus, lai aizsargātu preču zīmju **BURN** prestižu un reputāciju, veicot preču zīmju reģistrāciju pasaulē, kā arī Eiropas Savienībā, tostarp Latvijā (*pievienota tabula ar šo preču zīmju reģistrāciju datiem*). Jau kopš 2000. gada iebilduma iesniedzējs Eiropas Savienībā, tostarp Latvijā, ir lietojis preču zīmes **BURN** attiecībā uz enerģijas dzērieniem.

21. gadsimta sākumā The Coca-Cola Company aizsāka globālu kampaņu, lai izstrādātu un tirgotu vairāku zīmolu enerģijas dzērienus. 1999. gadā enerģijas dzērienu nozares vērtība visā pasaulē sasniedza aptuveni 3,8 miljardus dolāru. Uzņēmums The Coca-Cola Company izstrādāja enerģijas dzēriena zīmolu **BURN**, kas domāts personām vecumā no 18 līdz 34 gadiem. Enerģijas dzēriens **BURN** pirmo reizi tika laists apgrozībā Ziemeļeiropā 2000. gadā un drīz vien tika izplatīts arī citur Eiropā, Dienvidamerikā, Āfrikā, Vidējos Austrumos un Dienvidaustrumu Āzijā. Latvijā enerģijas dzēriens **BURN** pirmo reizi tika laists apgrozībā 2008. gadā. Sākotnēji enerģijas dzērienus **BURN** tirgoja bāros, krogos un augstākās kvalitātes ēdienu un pārtikas produktu veikalos, bet vēlāk tie tika tirgoti arī citās tirdzniecības vietās.

2015. gadā The Coca-Cola Company nodeva zīmola **BURN** īpašumtiesības Monster Beverages Corporation, vienam no lielākajiem dzērienu ražotājiem pasaulē, kas vienlaikus nodeva īpašumtiesības vienam no saviem meitas uzņēmumiem – Energy Beverages LLC. Monster Energy Corporation ar sava meitas uzņēmuma Energy Beverages LLC starpniecību turpina izplatīt **BURN** produktus, izmantojot The Coca-Cola Company globālo izplatīšanas tīklu. Energy Beverages LLC visā pasaulē veicina preču zīmes **BURN** popularitāti ar sponsorēšanas pasākumu, konkursu un sociālo mediju starpniecību, kā arī ar enerģijas dzēriena **BURN** mājaslapas starpniecību.

Kopš 2000. gada enerģijas dzērienu uzņēmumi The Coca-Cola Company un Energy Beverages LLC zīmolu **BURN** ir popularizējuši gan ar reklāmu starpniecību, popularizējot dzērienu drukātajās reklāmās, stendos tirdzniecības vietās un ar dažādu suvenīru, piemēram, uzlīmju un T-kreklu starpniecību. Dzērieni **BURN** tiek tirgoti un popularizēti dažādos preču automātos. Zīmols **BURN** turpina attīstīties visā pasaulē, sponsorējot starptautiskus un nacionālus mūzikas festivālus un mūziķus, sporta pasākumus, sportistus, deju pasākumus un sacensības, mūzikas klubus, dīdžejus, modes pasākumus, kultūras pasākumus un gadatirgus (visi šie pasākumi tiek aktīvi popularizēti medijos un tiešsaistē Internetā).

Sobrīd iebilduma iesniedzējs pārdod vai ir pārdevis enerģijas dzērienus **BURN** patērētājiem aptuveni 60 valstīs un teritorijās visā pasaulē, tostarp: Alžīrijā, Armēnijā, Austrijā, Azerbaidžānā, Bahreinā, Baltkrievijā, Beļģijā, Brazīlijā, Bosnijā un Hercegovinā, Horvātijā, Čehijā, Kongo Demokrātiskajā Republikā, Dānijā, Igaunijā, Francijā, Gambijā, Gruzijā, Gvinejā, Ungārijā, Islandē, Irākā, Itālijā, Jordānijā, Kazahstānā, Kirgizstānā, Latvijā, Libērijā, Lietuvā, Majotā, Meksikā, Moldovā, Melnkalnē, Marokā, Mjanmā, Namībijā, Nīderlandē, Norvēģijā, Omānā, Peru, Polijā, Portugālē, Katarā, Rumānijā, Krievijā, Serbijā, Sicīlijā, Slovākijā, Slovēnijā, Dienvidāfrikā, Spānijā, Šveicē, Zviedrijā, Tadžikistānā, Turcijā, Ukrainā, Apvienotajos Arābu Emirātos, Uzbekistānā, Zambijā un Zimbabvē;

7.3.2. kopš 2015. gada Energy Beverages LLC, tā priekšgājējs, kā arī saistītie uzņēmumi un izplatītāji (ar Energy Beverages LLC atļauju) pārdevis Eiropas Savienības dalībvalstīs vairākus miljonus enerģijas dzēriena skārdeņu ar preču zīmi **BURN**. Uz visiem enerģijas dzērieniem **BURN**, kas pārdoti Latvijā un visā Eiropas Savienībā, redzama iebilduma iesniedzēja preču zīme **BURN**.

Saskaņā ar informāciju, kas saņemta no The Coca-Cola Company, 2014. gadā Eiropas Savienības dalībvalstīs tika pārdotas aptuveni 7,8 miljoni enerģijas dzēriena **BURN** kastes, kurās katrā ir no 4 līdz

24 skārdeņu iepakojumiem. 2015. gadā Eiropas Savienībā pārdoti 49 miljoni skārdeņu, gūstot 19 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2016. gadā iebilduma iesniedzējs pārdeva Eiropas Savienībā aptuveni 85 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, rezultātā gūstot 31 miljonu ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2017. gadā iebilduma iesniedzējs Eiropas Savienībā pārdeva 76 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, gūstot 28 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2018. gadā iebilduma iesniedzējs Eiropas Savienībā pārdeva 78 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, gūstot 30 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus.

Laikā no 2016. gada jūnija līdz 2016. gada decembrim iebilduma iesniedzējs Latvijā pārdeva aptuveni 495 360 enerģijas dzēriena **BURN** skārdenes, gūstot 174 407 ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2017. gadā iebilduma iesniedzējs Latvijā pārdeva aptuveni 576 240 enerģijas dzēriena **BURN** skārdenes, gūstot 203 597 ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2018. gadā iebilduma iesniedzējs Latvijā pārdeva aptuveni 913 920 enerģijas dzēriena **BURN** skārdenes, gūstot 340 499 ASV dolāru lielus ieņēmumus.

Iebilduma iesniedzēja enerģijas dzērieni **BURN** tiek pārdoti vismaz 19 Eiropas Savienības dalībvalstīs daudzos mazumtirdzniecības veikalos un tirdzniecības vietās, tostarp (bet ne tikai) lielveikalu izplatīšanas kanālos, pārtikas veikalos, citās tirdzniecības vietās (veikalos, kas piedāvā ierobežota klāsta preces, piemēram, dzērienu veikalos vai pārtikas veikalos), degvielas uzpildes stacijās un ceļmalas tirdzniecības vietās, ātrās ēdināšanas iestādēs, līdzņemamo ēdienu tirdzniecības vietās, zemo cenu veikalos un citās tirdzniecības platformās pirms mazumtirdzniecības vietām (preču veikalos-noliktavās un vairumtirdzniecības bāzēs). Starp šiem lielveikaliem un citām tirdzniecības vietām atrodami arī šādi lielveikali un tirdzniecības vietas Eiropas Savienībā: *7-11, Ahorra Mas, Alcampo, Auchan, Bilka, Carrefour, Carrefour Militari, Carrefori Unirii, CBA, Cepsa, Circle K, Continente Leiria, Cora Pantelimon, Minipreco, El Cortes Ingles, Eroski, Fresh, Fotex, Hiper Pingo Doce, Hipercor, Leclerc, Lukoil Petrol, MasyMas, Mega Image Floreasca, Mega Image Mihai Bravu, Mega Image Obor, Mena, Marcadona, Metro Voluntari, OK Plus, OMV, Pingo Doce Marques de Pombal, Potraviny Biozona, Repsol, Shell, Super Pingo Doce, terno, Tesco, Travel Free un Zabka.*

Kopš enerģijas dzēriena **BURN** laišanas apgrozībā Eiropas Savienībā preču zīme **BURN** pārtapusi par populāru augstvērtīga enerģijas dzēriena atpazīstamības zīmi Latvijā un visā Eiropas Savienībā. Tādēļ pašsaprotami, ka nesen iebilduma lietā Spānijas Patentu un preču zīmju birojs atzina iebilduma iesniedzēja preču zīmes **BURN** reputāciju un plašo pazīstamību saistībā ar Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (turpmāk – EUIPO) reģistrāciju Nr. EUTM 003501244 (32. klases preces) un EUIPO reģistrāciju Nr. EUTM 008886111 (5. un 30. klases preces) Spānijā (*pievienota lēmuma rezolūtvās daļas kopija spāņu un angļu valodā*).

Latvijā Energy Beverages LLC enerģijas dzērienu **BURN** sērija ietver **BURN ORIGINAL**, **BURN APPLE KIWI**, **BURN MANGO** un **BURN PASSION PUNCH** (*pievienotas fotogrāfijas, kurās redzami enerģijas dzērieni ar preču zīmi BURN, kas ir pieejami veikalos Latvijā, kā arī pievienotas fotogrāfijas ar enerģijas dzērieniem, uz kuriem redzamas preču zīmes BURN un kuri ir pieejami veikalos Eiropas Savienībā*);

7.3.3. *Rodney C. Sacks* liecības pielikumā pievienoti rēķini, kuros redzama enerģijas dzērienu **BURN** tirdzniecība Eiropas Savienībā, tostarp Latvijā. Visi šie enerģijas dzērieni satur preču zīmi **BURN**. Dažos no šiem rēķiniem redzama arī “KITS” tirdzniecība (“KITS” ir dzēriena bāze (pamatsastāvdaļa), kas tiek izmantota iebilduma iesniedzēja enerģijas dzērienu **BURN** izgatavošanā).

Liecības pielikumā pievienotas slaidu izdrukas no prezentācijas, kura 2018. gada 18. janvārī, 2017. gada 12. janvārī un 2016. gada 12. janvārī tika sniegta Monster Beverage Company investoriem (“Investoru prezentācija”) un kurā redzama informācija par “MONSTER” enerģijas dzērienu tirgus daļu Eiropā, Vidējos Austrumos un Āfrikā (“EVAA”), un kurā atspoguļota arī enerģijas dzērienu **BURN** mazumtirdzniecība vairākās Eiropas Savienības dalībvalstīs. Šīs Investoru prezentācijas iesniegtas ASV Vērtspapīru un biržas komisijā (“VBK”) un ir publiski pieejamas. Slaidi no Investoru prezentācijām sagatavoti, izmantojot neatkarīgas atskaites, kuras gatavojusi labi pazīstama globālo tirgus pētījumu un datu organizācija The Nielsen Company (Nielsen).

Liecības pielikumā ir pievienots arī Nielsen ziņojums, kurā redzama iebilduma iesniedzēja mainīgā ikgadējā kopējā (MIK) tirgus daļa un vieta tirgū 2013., 2014. un 2015. gadā un tirgus daļa un vieta ES dalībvalstīs 13 nedēļās, kas noslēdzās 2016. gada augustā (*iebilduma iesniedzējs šiem datiem lūdz piemērot konfidencialitātes statusu, un tie lēmuma tekstā netiek atspoguļoti*).

Daudzi pasaulē vadošie laikraksti, tostarp *AFX Europe (Focus), EMERK, Marketline, Just-drinks, McClatchy-Tribune Business News, COMTEX, Dow Jones Newswire* un citi ir publicējuši ziņas par zīmolu **BURN** un saistītajiem produktiem (*pievienoti raksti par zīmolu BURN, kas pieejami Eiropas Savienības valstīs (laika periodā no 2001. gada līdz 2018. gadam), kā arī izdrukas no publikācijām*

Latvijas medijos (2011.-2019. gads);

7.3.4. Energy Beverages LLC mārketinga aktivitātes koncentrējas uz starptautiskiem pasākumiem, tostarp (bet ne tikai) uz pasākumiem, kas translēti Internetā, lai sasniegtu Energy Beverages LLC mērķauditoriju, kuru veido 18 līdz 34 gadus jauni cilvēki (šo demogrāfisko grupu lielākoties veido tūkstošgades paaudze). Energy Beverages LLC ievērojamu daudzumu līdzekļu tērē, atbalstot sportistus, dīdžejus, mūziķus un māksliniekus ar tirdzniecības vietu materiāliem, konkursiem un balvām, apmaksājot ceļa izdevumus un nodrošinot bezmaksas produktus paraugu stendiem, uz kuriem redzama preču zīme **BURN** (*pievienoti mārketinga materiālu un preču veicināšanas pasākumu attēli*);

7.3.5. starptautisku sporta aktivitāšu sponsorēšana ietver Pirmās formulas (F1) autosacīkstes, skeitborda, snoborda un parkūra sacīkstes. 2012. gada novembrī zīmols **BURN** ienāca F1 sacīkšu pasaulē, noslēdzot sponsorēšanas līgumu ar Lotus F1 komandu (*pievienotas izdrukas no mediju publikācijām par F1 sacīkstēm ar Lotus komandas dalību*). Pirmā formula (F1) ir viens no pasaulē populārākajiem sporta veidiem. F1 sacīkstes tiek plaši pārraidītas televīzijā visā pasaulē un īpaši Eiropā. Saskaņā ar informāciju, kuru sniegusi sporta pasākumu analīzes firma *Repucom* (iepriekš *IFM Sports Marketing Surveys*), F1 sacīkstes 2009. gada sezonas laikā visā pasaulē televīzijā piesaistīja 1,6 miljardus skatītāju, 2010. gadā – 1,9 miljardus, 2011. gadā – 1,79 miljardus, 2012. gadā – 2 miljardus, 2013. gadā – 1,81 miljardus, 2014. gadā – 1,58 miljardus, savukārt 2015. gadā – 1,52 miljardus. 2012. gadā F1 sacīkšu programma tika raidīta 142 valstīs, tostarp Eiropas Savienības dalībvalstīs, un tika pārraidīta 13 000 stundas. 2013. gadā F1 sacīkstēm tika veiktas 39 000 stundas televīzijas programmu 160 tirgos. Vadošie tirgi skatītāju daudzuma ziņā bija Vācija, Spānija, Itālija un Apvienotā Karaliste. Saskaņā ar *Repucom* 2011. gada ziņojumiem Rietumeiropa joprojām ir galvenā F1 mājvieta. 2012. gadā skatīšanās mērogs Rietumeiropā palielinājās par 12,2% salīdzinājumā ar 2011. gadu un par 23% salīdzinājumā ar 2008. gadu. 2013. gadā skatītāju daudzums Spānijā veidoja 9,8% no F1 sacīkšu globālās auditorijas, padarot skatītājus Spānijā par trešo lielāko F1 auditoriju pasaulē (*pievienotas Repucom 2009.-2013. gada ziņojumu izdrukas*).

Enerģijas dzēriens **BURN** bija 2014. gada Soču olimpisko spēļu oficiālais dzērienu sponsors. Preču zīme **BURN** bija redzama reklāmās, kuras informēja par spēlēm un sportistiem (*pievienotas izdrukas no Interneta vietnes <https://onboarding.com>*).

Enerģijas dzēriena zīmols **BURN** sponsorējis arī daudzus sportistus. Labākie un ilggadīgākie no šiem sportistiem tiek iekļauti **BURN** komandās. Starp šiem sportistiem, kuri bijuši redzami **BURN** snoborda veicināšanas video, ir tādi profesionāļi no Eiropas valstīm kā *Ståle Sandbech* (Norvēģija), *Gigi Ruff* (Austrija), *Werni Stick* (Austrija), *Ulrik Badertscher* (Norvēģija), *Mathieu Crépel* (Francija), *Sven Thorgren* (Zviedrija), *Mathias Weissenbacher* (Austrija) un *Arthur Longo* (Francija).

BURN ir veidojis arī vairākas lielas snoborda filmas. 2011. gada filmā “Cilvēks/Mašīnas” snobordisti *Ståle Sandbech*, *Mathieu Crépel*, *Arthur Longo* un *Gigi Ruff* brauc ar snoborda dēli pa Norvēģijas, Zviedrijas un Jaunzēlandes kalniem. **BURN** sagatavoja arī eksperimentālu filmu “Melnais sniegs”, iesaistot profesionālos sportistus *Gigi Ruff*, *Gulli Gudmondson* (Islande), *Ulrik Badertscher* un *Ståle Sandbech*. Oriģinālo mūziku filmai sacerējis slavenais mūzikas producents *Baron*. **BURN** skeitborda filmā “Nekad neiznīcināms” skeitbordists *Rune Glifberg* pievienojas **BURN** komandas *Jonas Skrder*, *Dany Hamard* un *Hugo Maillard* skeitbordistiem Buenosairesā, Argentīnā. Projekts *Visions* iezīmēja **BURN** ienākšanu parkūra pasaulē. Projektā *Visions* piedalījās leģendārā Londonas parkūra komanda *Storm Freerun* un *Chima Akenzua*, un filma uzņemta vairākās vietās Bukarestē (*pievienotas izdrukas no www.youtube.com*);

7.3.6. Energy Beverages LLC ir sponsorējis un turpina sponsorēt elektroniskās un deju mūzikas festivālus visā pasaulē, tostarp *SaSaZu* klubu Čehijā, *Bas Under Buen Festival* Dānijā (2016. gadā apmeklēja 42 000 cilvēku), *One Beautiful Day Festival* Spānijā (2016. gadā apmeklēja 12 000 cilvēku), *A Summer Story Festival* Spānijā (2016. gadā apmeklēja 30 000 cilvēku), *Arona Summer Festival* Spānijā (2017. gadā apmeklēja 35 000 cilvēku), *Pulse Festival* Slovēnijā (2016. gadā apmeklēja 3000 cilvēku), *Urbano Dejanje Festival* Slovēnijā (2016. gadā apmeklēja 10 000 cilvēku) un *Burn Kiev Fire Festival* Ukrainā (2013. un 2016. gadā). Iebilduma iesniedzējs sponsorējis arī *Astropolis Festival* Francijā (2016. gadā apmeklēja 30 000 cilvēku), *Kappa Futurfestival* Itālijā (2016. un 2017. gadā apmeklēja 50 000 cilvēku), *Electropol Festival* Tūcijā (2016. gadā apmeklēja 12 000 cilvēku), *AudioRiver Festival* Polijā (2016. un 2018. gadā apmeklēja 50 000 cilvēku), *Szin Festival* Ungārijā (2016. gadā apmeklēja 97 000 cilvēku), *Delahoya Festival* Rumānijā (2016. gadā apmeklēja 7000 cilvēku un 2017. gadā apmeklēja 10 000 cilvēku), *Electric Castle Festival* Rumānijā (2017., 2018. un 2019. gadā apmeklēja

150 000 cilvēku), *Up to date Festival* Polijā (2018. gadā), *Defected Festival* Horvātijā (2018. gadā), *Moondance Festival* Horvātijā (2018. gadā), *Reload Events* Slovēnijā (2018. gadā), *Vibra Events* Horvātijā (2018. gadā), *Atlas Weekend Festival* Ukrainā (2017.-2019. gadā), *Mox-Music Outdoor Experience festival* Rumānijā (2018. un 2019. gadā), *Booha Party at the Palace* Rumānijā (2018. gadā), *Booha at Hangariada* Rumānijā (2019. gadā), *BREAKIDZ Festival* Ukrainā (2019. gadā), *Hot Funky Festival* Ukrainā 2019. gadā un *DAVA Festival* Rumānijā (2019. gadā) (pievienotas izdrukas no Interneta publikācijām par attiecīgajiem festivāliem, festivālu reklāmām un attēli par festivālu norisi).

Iebilduma iesniedzējs tērējis lielus līdzekļus enerģijas dzēriena **BURN** popularizēšanai Latvijā, sponsorējot mūzikas festivālus un citus pasākumus, tostarp Baldones *Waterfest* (2019. gada 19.-21. jūlijā), *Positivus* festivālu Salacgrīvā (2018. gada 20.-22. jūlijā un 2019. gada 26.-27. jūlijā) un Ezišfestu Rīgā (2019. gada 31. augustā) (pievienotas izdrukas no Interneta publikācijām par attiecīgajiem festivāliem, festivālu reklāmām un attēli par festivālu norisi).

Iebilduma iesniedzēja sponsorēta mūzikas platforma *BURN Studios* ir izveidota, lai prezentētu un atbalstītu jaunos māksliniekus. Laikā no 2012. līdz 2019. gadam katru gadu Spānijas Ibizas salā tiek organizēts *BURN Studios Residency* konkurss, kurā piedalās jaunie dīdžeji un producenti no visas pasaules (pievienotas izdrukas no <https://uesmag.com>). Programmas jaunākā informācija tiek publicēta *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* un citās sociālo mediju platformās.

Laikā no 2012. līdz 2016. gadam iebilduma iesniedzējs organizēja *BURN Battle School*, kas ir starptautisks breika dejas konkurss, kurā piedalās pasākumu vadītāji, dīdžeji un grafiti mākslinieki. Pasākums tika pārraidīts Internetā visā pasaulē, tostarp bez jebkādiem ierobežojumiem arī Eiropas Savienībā. 2016. gadā konkursā piedalījās visā pasaulē pazīstamā mūzikas zvaigzne *Busta Rhymes*, un konkurss notika Krakovā, Polijā (pievienotas izdrukas no Interneta vietnes www.burn.com par pasākumu norisi un pasākumu reklāmām, pievienotas arī iebilduma iesniedzēja prezentācijas izdrukas par 2016. gada *BURN Battle School* konkursu, kas tika organizēts Latvijā, Lietuvā un Igaunijā, kurām iebilduma iesniedzējs lūdzis piemērot konfidencialitātes statusu un to saturis lēmuma tekstā netiks atspoguļots);

7.3.7. lai popularizētu enerģijas dzērienu **BURN**, Energy Beverages LLC plaši izmanto Internetu un jaunākos sasniegumus sociālajos medijos. The Coca-Cola Company un/vai uzņēmuma pārstāvji 1995. gada septembrī reģistrējuši burn.com (“**BURN** mājaslapa”) kā augstākā līmeņa domēnu, lai to izmantotu zīmola vajadzībām. Laikā no 2019. gada 1. janvāra līdz 2019. gada 30. septembrim “**BURN** mājaslapu” apmeklēja 171 550 cilvēku, no kuriem 2200 bija no Latvijas.

Preču zīme **BURN** ir plaši atspoguļota sociālajos medijos, kas tiek regulāri atjaunināti un ir pieejami Eiropas Savienībā, tostarp Latvijā. Piemēram: vietne <https://www.facebook.com/BurnEnergy/> izveidota 2010. gadā, šobrīd tai ir vairāk nekā 2,9 miljoni atzīmju “patīk”; *Twitter* konts (<https://twitter.com/burn>) izveidots 2010. gadā, šobrīd tam ir vairāk nekā 102 000 sekotāju; *Instagram* konts (https://www.instagram.com/burn_energy/) ir aktīvs kopš 2012. gada, šobrīd tam ir vairāk nekā 38 000 sekotāju.

Energy Beverages LLC izmanto arī vairākus *YouTube* kanālus, tostarp adresē <https://www.youtube.com/burn>. Kopš darbības aizsākuma 2005. gadā **BURN YouTube** kanāls apmeklēts vairāk nekā 64 miljonus reižu visā pasaulē (kanāla skatījumu skaits laiku pa laikam mainās saistībā ar noteiktu video pievienošanu un izņemšanu). Kanālam šobrīd ir vairāk nekā 35 000 abonentu (pievienotas izdrukas no **BURN Facebook**, *Twitter*, *Instagram* un *YouTube* vietnēm).

Iebilduma iesniedzēja uzņēmums un tā priekšgājēji ne tikai sponsorē sportistus, mūziķus un pasākumus, bet arī iegulda lielu darbu un finanšu līdzekļus preču zīmes **BURN** popularizēšanā un preču noieta veicināšanā televīzijā un dažādās tiešsaistes multimediju reklāmās (pievienotas izdrukas par preču noieta veicināšanas video Spānijas televīzijā laikā no 2003. līdz 2009. gadam).

Preču zīme **BURN** tiek popularizēta arī ar drukātajām reklāmām, kas redzamas uz ielām un veikalos (pievienotas izdrukas no **BURN mārketinga kataloga**).

Energy Beverages LLC ir izmantojis un joprojām izmanto preču zīmi **BURN** uz apģērba, tostarp (bet ne tikai) uz T-krekliem, džemperiem ar kapuci un sporta krekliem.

Iebilduma iesniedzējs piedāvā arī aksesuārus saistībā ar preču zīmi **BURN** (pievienoti attēli ar apģērbu un aksesuāru piemēriem ar preču zīmi **BURN**, attēli ar preču zīmi **BURN** uz sacīkšu braucēja ugunsdrošā sacīkšu tērpa un ķiveres, kā arī **BURN Residency** konkursā un uz **BURN Battle School** dalībnieku apģērba).

Papildus apģērbam un somām iebilduma iesniedzējs piedāvā arī citus preču noieta veicināšanas materiālus, piemēram, uzlīmes, auklas, zibatmiņas, pārnēsājamās lādēšanas ierīces, alumīnija pudeles, plastmasas un auduma aproces, auduma bāra paliktņus, papīra krūzes, PVC paklājiņus, statīvus,

atstarotājus un LED displejus, kurus izmanto dzērienu **BURN** noieta veicināšanai (*pievienoti paraugu attēli ar preču zīmi **BURN** uz apģērbiem, somām un citām precēm, kas tiek piedāvātas Eiropas Savienībā*);

7.3.8. Energy Beverages LLC ir noslēdzis licences līgumus ar vairākiem ražotājiem, piešķirot tiem licences tiesības izgatavot apģērbu, uzlīmju komplektus, ķiveres un somas ar preču zīmi **BURN**. Iebilduma iesniedzējs un tā pilnvarotie licences turētāji arī izdala apģērbu ar **BURN** preču zīmi apmeklētājiem mūzikas un kultūras festivālos, sacensībās un pasākumos, mūzikas un deju klubos, pasākumos ar māksliniekiem vai dejotājiem, preču zīmes veicināšanas pasākumos vai iebilduma iesniedzēja sponsorētos pasākumos Eiropas Savienībā (*pievienoti attēli ar precēm, kas marķētas ar preču zīmēm **BURN** un kuras tiek izmantotas dažādos pasākumos Eiropas Savienībā*).

Iebilduma iesniedzēja paskaidrojumiem pievienoti arī rēķini, kuros redzama preču, kas marķētas ar preču zīmi **BURN**, tirdzniecība dažādās valstīs Eiropas Savienībā, arī Latvijā (*pievienots enerģijas dzēriena **BURN**, kas nopirkts tirdzniecības kioskā "Narvesen" 16.08.2019, attēls un pirkuma čeks*);

7.3.9. apkopojot visu iepriekš minēto, var secināt, ka preču zīme **BURN** ir redzama lielākajā daļā (iespējams, visos) *Rodney C. Sacks* liecībā un tās pielikumos ietvertajos piemēros. Var secināt, ka preču zīme **BURN** ir tikusi plaši popularizēta dažādās iebilduma iesniedzēja tirdzniecības, reklāmas, sponsorēšanas un noieta veicināšanas aktivitātēs saistībā ar enerģijas dzērieniem. Līdz ar to preču zīme **BURN** Latvijā un visā Eiropas Savienībā kļuvusi plaši pazīstama un atzīstama par iebilduma iesniedzēja preču izcelsmi identificējošu apzīmējumu;

7.4. jo spēcīgāka ir agrākās zīmes atšķirtspēja, jo vairāk iespējams, ka, saskaroties ar vēlāku identisku vai līdzīgu zīmi, relevantā sabiedrības daļa to asociēs ar šo agrāko zīmi (Vispārējās tiesas (VT; iepriekš – Pirmās instances tiesa) sprieduma lietā T-60/10 *Jackson International Trading Co. Kurt D. Brühl GmbH & Co. KG v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB) (tagad EUIPO)* [2012], 27. punkts). Tātad, ja starp vēlākās zīmes lietošanu un plaši pazīstamo, ar reputāciju apveltīto preču zīmi patērētāju uztverē var veidoties asociatīva saikne, tas ir pietiekams pamats uzskatīt, ka plaši pazīstamās, ar reputāciju apveltītās preču zīmes īpašniekam var tikt nodarīts kaitējums.

No Eiropas Savienības tiesu judikatūras arī iziet, ka, jo ātrāk un spēcīgāk apzīmējums atsauc atmiņā preču zīmi, jo nozīmīgāks ir risks, ka apzīmējuma faktiskās vai nākotnē iespējamās izmantošanas rezultātā netaisnīgi tiks gūts labums no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai tām tiks nodarīts kaitējums (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-487/07 *L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie v Bellure NV, Malaika Investments Ltd, kas darbojas ar komercnosaukumu "Honey pot cosmetic & Perfumery Sales", Starion International Ltd.* [2009], 44. punkts un VT sprieduma lietā T-480/12 *The Coca-Cola Company v EUIPO* [2014], 27. punkts).

Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu tiesu palātas 06.02.2014 spriedumā civillietā Nr. C04528010 (PAC_0154/2014) atzīts, ka, ja preču zīmi lieto citādi kā to paredzējis zīmes īpašnieks (piemēram, saistībā ar precēm, kas tiek pārdotas sliktākas kvalitātes un mazāk respektablās telpās), tad šīs preču zīmes reputācija tiek vājināta patērētāju uztverē, turklāt tiek vājināta zīmes atšķirtspēja.

Saistībā ar apstrīdētās preču zīmes lietošanu bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 9. un 25. klases precēm un 38. un 41. klases pakalpojumiem jāvērtē šādi apstākļi: 1) iespēju negodīgi izmantot pretstatīto preču zīmju **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) un grafiskās preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), kā arī preču zīmju **BURN** (reģ. Nr. M 52 759), **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169) un **BURN INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772) atšķirtspēju un reputāciju; 2) iespēju nodarīt kaitējumu pretstatīto preču zīmju atšķirtspējai un reputācijai; 3) vai vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp strīdus precēm un pakalpojumiem un uzņēmumu Energy Beverages LLC un šāda lietošana var kaitēt pretstatīto preču zīmju īpašnieka interesēm.

EST judikatūrā norādīts, ka negodīga izmantošana pastāv tad, ja zīmes tēls vai īpašības, ko tā demonstrē, tiek piedēvēts precēm, kas apzīmētas ar identisku vai līdzīgu apzīmējumu. Pieteicējs uz zīmes, kurai piemīt reputācija, slavas rēķina gūst labumu no tās pievilcīguma, reputācijas un prestiža. Turklāt pieteicējs bez finansiālas atlīdzības izmanto komerciāla rakstura pūles, ko zīmes īpašnieks pielicis, lai izveidotu un uzturētu tās tēlu.

Nemot vērā to, ka salīdzināmo zīmju vārdiskās un dominējošās daļas "BURN" un "burn" ir pilnīgi identiskas un visas šīs zīmes ir reģistrētas attiecībā uz līdzīgām un saistītām 9., 25., 38. un 41. klases precēm un pakalpojumiem, sastopoties ar apstrīdēto preču zīmi, visticamāk, radīsies pārpratumi. Tas tieši un neatgriezeniski iespaidos un kaitēs Energy Beverages LLC interesēm, piemēram, negatīvi ietekmējot

to preču pārdošanas apjomus, kas tiek markētas ar preču zīmēm **BURN**, kā arī samazinot zīmola **BURN** vērtību. Tādējādi tiktu pieļauta zīmola izšķīdināšana. Zīmju identiskā rakstura dēļ patērētāji apstrīdēto preču zīmi varētu uztvert kā Energy Beverages LLC preču zīmi, un jau šajā apstākļi vien pēc būtības var iezīmēties kaitējums iebilduma iesniedzēja interesēm, jo apstrīdētās preču zīmes īpašniekam nav pienācīga attaisnojuma, lai izmantotu apstrīdēto preču zīmi.

Zīmola **BURN** vērtība un tā atšķirtspējas samazināšana var rasties, kad persona bez pilnvarojuma lieto plaši pazīstamu zīmi attiecībā uz nelīdzīgām precēm, tādējādi samazinot pazīstamās zīmes pārdošanas spēku un vērtību. Plaši pazīstamas zīmes kvalitātes pazemināšana var tikt konstatēta, lietojot preču zīmi attiecībā uz nelīdzīgām zemas kvalitātes precēm vai pakalpojumiem, vai gadījumos, kad zīme tiek attēlota nelabvēlīgā vai nepatīkamā kontekstā. Kā var redzēt no pievienotajiem materiāliem, plaši pazīstamo un ar reputāciju apveltīto preču zīmju **BURN** īpašnieks Energy Beverages LLC lieto preču zīmes **BURN** arī uz tādām precēm kā apģērbi un dažādi aksesuāri, piemēram, informācijas uzglabāšanas ierīces, lādētāji, lentas un somas.

Apstrīdētās preču zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm un pakalpojumiem varētu dot iespēju negodīgi izmantot agrāko preču zīmju reputāciju tādējādi, ka attiecīgās preces un pakalpojumi varētu kļūt vairāk pieprasīti agrāko preču zīmju augstās reputācijas dēļ un tas var ietekmēt iebilduma iesniedzēja pozīcijas kā vienam no tirgus līderiem enerģijas dzērienu segmentā, kurā Energy Beverages LLC ir ieguldījis ievērojamus līdzekļus, lai tā preces un pakalpojumi atbilstu augstai kvalitātei un uzņēmums tiktu atzīts par uzticamu un prestižu gan Eiropā, gan visā pasaulē.

Tādējādi uzskatāms, ka apstrīdētā preču zīme tiks asociēta ar pretstatītajām preču zīmēm pat tad, ja, piemēram, agrākā zīme ir lietota ārpus tās dabiskā tirgus sektora, piemēram, licencēšanas vai tirdzniecības veicināšanas rezultātā.

Turklāt, kā to atzinusi Latvijas Republikas Augstākā tiesa, lai konstatētu, ka plaši pazīstamas preču zīmes īpašniekam (arī zīmes ar reputāciju īpašniekam) varētu tikt nodarīts kaitējums, nav nepieciešams pierādīt, ka būtu radušies konkrēti zaudējumi. Kaitējums var izpausties kā plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē un arī situācijā, ja zīme tiek lietota citādi, nekā to paredzējis īpašnieks vai lietota uz citām precēm (*Tiesu prakses apkopojums "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi", Latvijas Republikas Augstākā tiesa, 2007./2008., 84. lpp.*).

8. Apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. Nr. M 73 657) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

Apstrīdētās zīmes īpašnieka – GRIGORIUS HOLDINGS, SIA un ar to saistītā uzņēmuma FASHION ONE TELEVISION, SIA darbība, reģistrējot lielu skaitu preču zīmju Latvijā, ir aprakstīta intelektuāla īpašuma sfērā populārā izdevumā *World Trademark Review* (WTR) 25.02.2019 rakstā "*Gleissner* faili 2019: IP birojs atklāj pārsteidzoši lielu preču zīmju pieteikumu skaitu". Rakstā norādīts, ka abi uzņēmumi ir pieteicēji saistībā ar 1 570 preču zīmju pieteikumiem Latvijā – turklāt lielākā pieteikumu daļa ir iesniegta 2017. un 2018. gadā. 2019. gada janvāra beigās 905 no šīm preču zīmēm bija reģistrētas (tas veido 57 %), 283 pieteikumu lietas bija izbeigtas (anulēšanas vai atsaukšanas dēļ) un 382 vēl gaidīja lēmumu. Lielākā daļa no šiem pieteikumiem saistīti ar viena vārda apzīmējumiem, ieskaitot populārus personvārdus (piem., CHARLIE, HARRY, ROB, SHERLOCK un VERA), krāsu nosaukumus (piem., BLUE, PINK, PURPLE un VIOLET) un dzīvnieku nosaukumus (piem., EAGLE, SEAL, SQUIRREL un STINGRAY). Tie ietver arī nosaukumus, kas šķietami saistīti ar populāriem zīmoliem (piem., BAIDU, BRITISH AIRWAYS EUROPE, ENRON, IPAD, ITUNES, LEHMAN BROTHERS, PARAMOUNT, ROCKEFELLER, SUPREME un TESLA) un IP birojiem (piem., EUIPO un EUTM) (*pievienota raksta izdruka ar tulkojumu latviešu valodā*). Pārbaudot šodien Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju datubāzi, var konstatēt, ka kopumā uz apstrīdētās zīmes īpašnieka vārda ir pieteiktas 1123 preču zīmes, bet uz FASHION ONE TELEVISION, SIA – 447 preču zīmes. Rakstā arī Latvijas Republikas Patentu valdes pārstāvis apliecinā, ka pret *Gleissner* preču zīmēm ir iesniegts liels skaits iebildumu, proti, kopš 2016.gada vasaras Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome ir saņēmusi vairāk nekā 100 iebildumus. Šobrīd Latvijas Republikas Patentu valdes mājas lapā ir reģistrēti 173 iebildumi, kas iesniegti pret Grigorius Holdings, SIA preču zīmju reģistrācijām.

Izdevuma "*Lexology*" (02.11.2017) rakstā "*Atklātas vēl tūkstošiem citas preču zīmes, kas saistītas ar Michael Gleissner; vadošs uzņēmuma jurists aicina rīkoties*" ir norādīts, ka papildus interesei, kas ieskauj pārsteidzošo iesniegumu daudzumu, tas raisa bažas daudziem uzņēmumiem tāpēc, ka virkne pieteikumu saistīti ar vispārātzītu zīmolu tiesībām. Turklāt ar šo magnātu saistītie uzņēmumi ir iesnieguši prasības atcelt pastāvošas reģistrācijas: piem., jau iepriekš ziņots, ka Apvienotās Karalistes Intelektuālā īpašuma birojs piesprieda viņam maksāt kompānijai Apple 38 000 mārciņas pēc tam, kad atklājās, ka 68 tehnoloģiju giganta pieteikumi par preču zīmju atcelšanu jāsvīturo kā procesa ļaunprātīga izmantošana.

EUIPO Anulēšanas nodaļa noraidīja *Michael Gleissner* uzņēmuma iesniegto prasību atcelt Apple preču zīmi **KEYWORD** (ar sekojošiem vēl 119 pret Apple vēršiem atcelšanas pieteikumiem). Atsaucoties uz reti izmantotu normu, EUIPO uzskatīja, ka pieteicējs ES preču zīmes Regulas Nr. 2017/1001 58.(1) pantu cenšas izmantot “ļauņprātīgos nolūkos” (*pievienota raksta izdruka ar tulkojumu latviešu valodā*).

Sistēma, kuru izmanto *Michael Gleissner* uzņēmumi, tai skaitā apstrīdētās zīmes īpašnieks, ir šāda:

1) tiek pieteiktas preču zīmes, kas ir identiskas vai līdzīgas citu personu reģistrētajām preču zīmēm. Turklāt tiek izvēlētas identiskas un līdzīgas preču vai pakalpojumu klases, pievienojot preces un pakalpojumus, kas ir atšķirīgi – tā, lai iebilduma ceļā preču zīmes reģistrāciju būtu pēc iespējas grūtāk atzīt par spēkā neesošu pilnībā;

2) tiek pieteikti arī domēna vārdi, kas ir identiski vai ļoti tuvi reģistrētajām preču zīmēm, tādā veidā bloķējot un radot konflikta situāciju preču zīmju brīvam lietojumam Interneta vidē;

3) lai izraisītu konfliktu un gūtu labumu no agrāko preču zīmju īpašniekiem, tiek uzsākts process par citu personu preču zīmju reģistrāciju atcelšanu sakarā ar to nelietošanu, tādā veidā apgrūtinot preču zīmju īpašniekus ar pienākumu pierādīt preču zīmju lietojumu, panākot daļēju vai pilnīgu zīmju reģistrāciju atcelšanu.

Šo shēmu plaši apraksta intelektuālā īpašuma izdevumos, norādot, ka *Michael Gleissner* un tā uzņēmumi ir radījuši šo sistēmu kā ļauņprātīgu preču zīmju reģistrācijas procesa izmantošanu (*clear abuse of law /abuse of process*), proti, tie ļauņprātīgi izmanto preču zīmju sistēmu, bez leģitīma komerciāla pamatojuma iesniedzot iebildumus un atcelšanas prasības netiešā nolūkā gūt ieņēmumus no preču zīmju pieteicējiem un īpašniekiem. Pat tad, ja Preču zīmju Direktīva Nr. 2015/2436 ietver tiesības uz preču zīmju reģistrācijas atcelšanas lietvedību sakarā ar to nelietošanu, tā nevar pieļaut, ka kāda persona ar ļauņprātīgu rīcību, izmantojot likumisku procedūru, pieprasa atcelt preču zīmes neizmantošanas dēļ.

Piesakot reģistrācijai preču zīmi, ir jābūt ieinteresētībai zīmi lietot komercdarbībā. Tāda rīcība nav un netiek konstatēta nevienā no *Michael Gleissner* uzņēmumiem citās valstīs un arī Latvijā, tai skaitā apstrīdētās zīmes īpašnieka rīcībā, kas pēc būtības ir dibināts kā “čaulas uzņēmums” bez faktiskas komerciālas darbības (*pievienota izdruka no www.lursoft.lv par apstrīdētās zīmes īpašnieku*). Preču zīmju reģistrācijas atcelšanas pieteikumi tika un tiek iesniegti ar slēptu nolūku. Turklāt nolūks ir tāds, lai zīmes pieteikums varētu tikt uzverts par iesniegtu ar godprātīgu rīcību (labā ticībā). Tas attiecas arī uz preču zīmju atcelšanas pieteikumiem. Tādēļ liela skaita preču zīmju atcelšanas pieteikumu iesniegšana, identisku un līdzīgu preču zīmju pieteikšana dažādās valstīs un lielā skaitā ir procesa ļauņprātīga izmantošana, kurai nav attaisnojuma un tādu apstrīdētās zīmes īpašnieks nespēj sniegt un nav nekad sniedzis.

Jau vismaz divos iebilduma iesniedzēja pārstāvim zināmos EUIPO lēmumos (Atcelšanas lieta Nr. 13568 C un Atcelšanas lieta Nr. 13262 C), kuros ir noraidīts pieteikums par preču zīmju reģistrāciju atcelšanu sakarā ar to nelietošanu, EUIPO ir konstatējis, ka šādi pieteikumi ir iesniegti ļauņprātīgi. Proti, ar apstrīdētās zīmes īpašnieku saistīti uzņēmumi, atsaucoties uz Padomes regulas (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Kopienas preču zīmi 51.(1)(a) pantu, ir rīkojušies ļauņprātīgos nolūkos, kas nav saistīti ar sabiedrības interesēm. Tāpēc pieteikumi par preču zīmju reģistrāciju atcelšanu tika pilnībā noraidīti kā nepamatoti, bez nepieciešamības analizēt lietošanas pierādījumus, kurus iesniedza Eiropas Savienības zīmju īpašnieki. Minētajos lēmumos ir norādīti identiski apstākļi, uz kādiem šajā lietā norāda iebilduma iesniedzējs, izvērtējot *Michael Gleissner* uzņēmumu rīcību, motīvus un mērķus. Pie tam šajos lēmumos EUIPO ir norādījis, ka Eiropas Savienības preču zīmju normatīvie akti nesatur vispārējos principus, kas definē nosacījumus (pazīmes) ļauņprātīgas prakses piekropšanai lietvedībās, kuras izskata EUIPO. Tomēr iztrūkstot šādiem procesuāliem noteikumiem, Padomes regulas (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Kopienas preču zīmi 83. pants ļauj EUIPO piemērot procesuālo normu principus, kas ir plaši atzīti ES dalībvalstīs. Viens no šādiem vispārpieņemtiem principiem ir, ka netiek pieļautas jebkādas administratīvas vai tiesas darbības, kas var būt tādas, kas varētu apstiprināt acīmredzamu likuma ļauņprātīgu izmantošanu vai ļauņprātīgu procesa izmantošanu. Vērtējot ļauņprātīgu vai krāpniecisku rīcību, EUIPO piemēroja EST spriedumā prejudiciālā nolēmuma lietā C-423/15 *Nils-Johannes Kratzer v R+V Allgemeine Versicherung AG* [2016] konstatētos principus:

“37. Turklāt saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru indivīdi nevar krāpšanas nolūkā vai ļauņprātīgi pamatoties uz Eiropas Savienības tiesību normām.

38. Lai varētu konstatēt ļauņprātīgu rīcību, ir jābūt izpildītiem abiem – gan objektīvajam, gan subjektīvajam elementam.

39. Pirmkārt, attiecībā uz objektīvo elementu, lai varētu izdarīt šo konstatējumu, no visu objektīvo apstākļu kopuma ir jāizriet, ka, lai gan Savienības tiesiskajā regulējumā paredzētie nosacījumi formāli ir ievēroti, šā tiesiskā regulējuma mērķis tomēr nav sasniegts.

40. Otrkārt, lai izdarītu šādu konstatējumu, ir nepieciešams subjektīvais elements, proti, no objektīvo elementu kopuma ir jāizriet, ka attiecīgo darbību galvenais mērķis ir nepamatotas priekšrocības iegūšana. Ļaunprātīgas rīcības aizliegumam nav nozīmes, ja attiecīgajām darbībām var būt cits izskaidrojums nekā tikai priekšrocības iegūšana.

41. Lai pierādītu šī otrā elementa, kas attiecas uz darītāju nolūku, esamību, var tikt ņemts vērā arī attiecīgo darbību pilnībā mākslīgais raksturs.

42. Iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai atbilstoši valsts tiesību noteikumiem par pierādījumiem – ciktāl ar to netiek ietekmēta Savienības tiesību efektivitāte – pamatlietā ir izpildīti faktiskie šādas ļaunprātīgas darbības priekšnosacījumi”.

Šajā gadījumā fakti un argumenti, ko izvirzīja iebilduma iesniedzējs, ir uzskatāmi par tādiem, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka ļaunprātīgā rīcība ir pamatota ar dažādiem pierādījumiem un ir citādi ticama, ņemot vērā visus šajā lietā esošos apstākļus. Apstrīdētās zīmes īpašnieka galvenais mērķis, piesakot lielu skaitu preču zīmju reģistrācijai un iesniedzot lielu skaitu pieteikumu par preču zīmju reģistrāciju atcelšanu sakarā ar to nolietošanu, arī šajā lietā ir nepamatotu priekšrocību iegūšana un šo darbību pilnībā mākslīgais raksturs, kas nav nedz vērsts uz faktisku vēlmi izmantot preču zīmes komercdarbībā, nedz arī tas darbojas sabiedrības interesēs vai arī savās komercdarbības interesēs, “iztīrot” preču zīmju datu reģistrus no nelietotām zīmēm. Apstrīdētās zīmes īpašnieka un *Michael Gleissner* rīcība ir identiska tai, ko intelektuālā īpašuma sfērā dēvē par “Preču zīmju troļļiem”: “Preču zīmju trollis” ir ar negatīvu asociāciju saistīts termins jebkurai personai, kas mēģina reģistrēt preču zīmi, nedomājot to izmantot, un kura draud iesūdzēt tiesā citus, kas šo preču zīmi izmanto. Tiek apgalvots, ka tradicionālais trollis iekasē nodevu no tiem, kas mēģina šķērsot tiltu, savukārt preču zīmes trollis parādās, ja kāds ražotājs paņem tādu pašu vai līdzīgu zīmi un izvirza viņiem divas izvēles: maksāt, lai saņemtu licenci zīmes izmantošanai, vai tiesāties. Preču zīmju troļļu esamība ir uzskatāma par izplatītu neizpratni par preču zīmju tiesībām – vienkārša zīmes reģistrācija nedod preču zīmes īpašniekam monopoltiesības uz šo zīmi, bet tā ir jāizmanto komercdarbībā. Troļļi zīmes reģistrē un neizmanto komercdarbībā, tādā veidā piekopjot krāpnieciskas darbības un piespiežot preču zīmju īpašniekus vai lietotājus maksāt par identisku vai līdzīgu zīmju lietošanu (reģistrēšanu).

Apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) pieteikšana reģistrācijai nerada noteiktā mērķa sasniegšanu – sabiedrības interešu aizsardzību un vēlmi zīmes izmantot komercdarbībā. *Michael Gleissner* uzņēmumu pieteikumi gan attiecībā uz preču zīmju reģistrācijām, gan arī uz zīmju reģistrāciju atcelšanām vairumā gadījumu ir vērsti pret preču zīmēm, kas ir redzamas ES tirgū attiecībā uz visām vai vismaz daļu no apstrīdētajām (reģistrācijās iekļautajām) precēm un pakalpojumiem, jo apstrīdētās zīmes īpašnieks un ar to saistītās personas to varēja viegli uzzināt, veicot meklējumu Internetā.

Kā būtisks fakts šajā lietā ir jāpiemin tas, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieka negodprātīgā rīcība tiek konstatēta aizvien jaunās preču zīmju reģistrāciju iebildumu lietās, kurās ir iesaistīts apstrīdētās zīmes īpašnieks un kuras izskata Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome. Var minēt lēmumu Nr. RIAP/2019/M 70 050-Ie (35/2016) (26.03.2019) pret preču zīmes **JESSICA** (reģ. Nr. M 70 050) reģistrāciju, kas ir stājies spēkā (*pievienota lēmuma izdruka*). Izskatot atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu, Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome nonāca pie šādiem secinājumiem:

“11. Eiropas Savienības Tiesa 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*).

Tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007/2008; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi>) Augstākā tiesa sniedz tādu apstākļu uzskaitījumu, kuri var tikt izmantoti negodprātības konstatēšanai. Kā viens no apstākļiem citu starpā minēts tas, ka preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai (*EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH [2009], 39. punkts*). Pretstatītā ES preču zīme **YESSICA** (Nr. EUTM 000106534) ir pieteikta reģistrācijai 01.04.1996 (tās prioritāte Latvijā noteikta ar 01.05.2004), tātad labu laiku pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma. Ņemot to vērā, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par faktu, ka citai personai pieder preču zīme ar ļoti augstu līdzības pakāpi, kas reģistrēta identiskām precēm. 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 piederošam apzīmējumam ļoti līdzīgu zīmi ar iebilduma iesniegumā izklāstītajiem paņēmieniem.

Būtiska nozīme šajā lietā ir faktam, ka 13.06.2017, proti, 3 dienas pirms noteiktās iebilduma izskatīšanas Apelācijas padomes sēdē (16.06.2017), pret iebildumā pretstatīto ES preču zīmi **YESSICA** (Nr. EUTM 000106534) EUIPO tika iesniegts zīmes atcelšanas pieteikums sakarā ar zīmes neizmantošanu, uz kā pamata apstrīdētās zīmes īpašnieka pārstāvis lūdza atlikt lietas izskatīšanu. No iebilduma iesniedzēja pārstāves Apelācijas padomes sēdē 01.03.2019 iesniegtajiem materiāliem var secināt, ka šo zīmes atcelšanas pieteikumu iesniedza Ivan Seevens, kas ir ar TRADEMARKERS LLC un Michael Gleissner saistīta persona. Savukārt Michael Gleissner saistību ar apstrīdētās zīmes īpašnieku apliecina viņa kā pārstāvja statuss ES preču zīmes **Netopia** (Nr. EUTM 013679352) reģistrācijā. Šāda darbība no personu, kuras ir saistītas ar apstrīdētās zīmes īpašnieku, puses ir uzskatāma par iebilduma lietas apzinātu novilcināšanu, jo arī šajā lietā iesniegtie materiāli neapšaubāmi liecina par preču zīmes **YESSICA** (Nr. EUTM 000106534) faktiski izmantošanu attiecībā uz 25. klases precēm un apstrīdētās zīmes īpašniekam būtu jāzina par šādu zīmes izmantošanu.

Ņemot vērā minēto un vērtējot to kopsakarā ar iebilduma iesniegumā, tā papildinājumos un Apelācijas padomes sēdē norādītajiem faktiem, ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētā zīme ir pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku, ciktāl tas attiecas uz 25. klases precēm.”

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 preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas pamatā (VT sprieduma lietā T-33/11 *Peeters Landbouwmachines BV v EUIPO* [2012], 21. un nākamie punkti).

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” (ģenerālvokātes E. Šarpstones 12.03.2009 secinājumu EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07 *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH* [2009], 60. punkts).

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. Vispārējā tiesa apstiprināja šo Apelācijas padomes lēmumu, norādot, ka pozitīva konstatējuma par ļaunprātību iznākums var būt tikai attiecīgās preču zīmes pilnīga spēkā neesamība (VT sprieduma lietā T-321/10 *SA.PAR. Srl v EUIPO* [2013], 48. punkts).

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome lēmumā iebilduma lietā Nr. RIAP/2018/M 70 165-Ie (50/2016) (21.01.2019) pret GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmes **NIRVAM** (reģ. Nr. M 70 165) reģistrāciju (pievienota lēmuma izdruka), izskatot atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu, nonāca pie sekojošiem secinājumiem:

“14.4. Hronoloģiski izsekojot visiem ar preču zīmi **NIRVAM** saistītajiem notikumiem, ir skaidri redzams, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieks 2015. gada 25. novembrī, kad pieteica reģistrācijai apstrīdēto preču zīmi **NIRVAM**, zināja, ka šī preču zīme Eiropas Savienībā pieder citai personai, jo persona, kas ir saistīta ar apstrīdētās zīmes īpašnieku, proti, Michael Gleissner, citas personas vārdā tieši pirms trīs mēnešiem bija iesniegusi iesniegumu par pretstatītās preču zīmes **NIRVAM** anulēšanu EUIPO. Turklāt apstrīdētās zīmes īpašnieks dažādos veidos – iesniedzot vairākus preču zīmju pieteikumus Latvijā, iesniedzot anulēšanas pieteikumu EUIPO, kā arī iebildumu EUIPO, neatlaidīgi ir mēģinājis savā īpašumā iegūt preču zīmi, par kuru, nav šaubu, tam ir skaidri zināms, ka tā pieder citai personai.

Tātad apstrīdētās zīmes izvēle nav nejauša, tā no tās īpašnieka puses ir apzināta rīcība. Šāda rīcība atkāpjas no pieņemtajiem ētiskas uzvedības un godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem. Par godīgu nevar uzskatīt rīcību, kad kāda persona ar visiem iespējamajiem līdzekļiem mēģina iegūt savā īpašumā preču zīmi, kura pieder citai personai, kas to veiksmīgi izmanto uzņēmējdarbībā. Šādas darbības ir klaji negodprātīgas, radot lielus izdevumus iebilduma iesniedzējam saistībā ar savu preču zīmju aizsardzību un radot šķēršļus tā godīgai uzņēmējdarbībai.

14.5. Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes **NIRVAM** (reģ. Nr. M 70 165) reģistrācijas spēkā esamība uz jebkurām precēm vai pakalpojumiem, kas ietverti tās reģistrācijā, būtu pretrunā ar godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem. Līdz ar to apstrīdētās zīmes **NIRVAM** (reģ. Nr. M 70 165) reģistrācija atzīstama par spēkā neesošu pilnībā, kas tad atbilstu godprātīgas uzņēmējdarbības vispārējām interesēm.

14.6. Tātad iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā lietā ir pamatota.”

Minētie apstākļi pierāda, ka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA mēģinājums reģistrēt identisku preču zīmi nav nejaušs gadījums, bet tā ir apzināta, daudzārt atkārtota starptautiska operācija ar noteiktu

mērķi – piesavināties citām personām piederošas preču zīmes un domēnu vārdus un pēc tam gūt peļņu uz šo preču zīmju un domēnu vārdu rēķina un radīt preču zīmju īpašniekiem šķēršļus komercdarbībā. Pie šādiem apstākļiem identiskas preču zīmes **BURN** pieteikšana reģistrācijai uzskatāma par acīmredzami negodprātīgu rīcību.

Motīvu daļa

1. Iebildums ir iesniegts saskaņā ar LPZ un RIPL noteikto kārtību. Tādējādi nav šķēršļu, lai iebildumu izskatītu pēc būtības.

2. Iebildums pret preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) reģistrācijas spēkā esamību Latvijā balstīts uz LPZ 6. panta otro daļu, 7. panta pirmās daļas 2. punktu, 8. panta pirmo un otro daļu un 39.³ panta pirmo daļu:

2.1. LPZ 6. panta otrā daļa nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku;

2.2. 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;

2.3. LPZ 8. panta pirmā daļa paredz, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja šajā preču zīmē sajaucami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nav reģistrēta, pirms pieteiktās (apstrīdētās) preču zīmes reģistrācijas pieteikuma datuma (vai prioritātes datuma, ja tai piešķirta prioritāte) ir bijusi Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. Savukārt šī panta otrā daļa paredz, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu arī tad, ja preces vai pakalpojumi, kuriem pieteikta šīs zīmes reģistrācija, nav līdzīgi Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes precēm vai pakalpojumiem, bet ar nosacījumu, ka pieteiktās (apstrīdētās) preču zīmes lietošanu saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieku un ka šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieka interesēm;

2.4. LPZ 39.³ panta pirmā daļa paredz, ka iebilduma iesniegumu pret preču zīmes reģistrāciju var pamatot arī ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (ES preču zīmi), kam ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā) un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme, bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (ES 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 (ES preču zīmes) īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (ES preču zīmes) īpašnieka interesēm.

3. Pretstatītajām zīmēm ir šādi pieteikuma un prioritātes datumi: **BURN** (reģ. Nr. M 52 759) – 19.02.2003; **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169) – 10.08.2004; **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772) – 15.05.2006; **BURN** (Nr. EUTM 003501244) – saskaņā ar LPZ pārejas noteikumu 6. punktu šai zīmei prioritāte Latvijā noteikta no 01.05.2004; **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) – 22.06.2006; **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) – 29.05.2013; **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432) – 12.09.2014; grafiska preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151) – 12.09.2016; **BURN** (Nr. EUTM 015894661) – 05.10.2016; **BURN** (Nr. EUTM 016864928) – 15.06.2017, grafiska preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091) – 10.07.2017; **BURN** (Nr. EUTM 017870906) – 09.03.2018 un **BURN** (Nr. EUTM 017926071) – 02.07.2018. Savukārt apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) pieteikuma datums ir 30.07.2018. Tātad visas pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

4. Novērtējot salīdzināmo zīmju reģistrāciju preču un pakalpojumu sarakstus, Apelācijas padomes apsverumi ir šādi:

4.1. apstrīdētās preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) 9. klases preču saraksts sastāv no dažādu veidu datortehnikas, elektronisko datu apstrādes ierīču, elektronisko atmiņas ierīču un citu elektrotehnisku ierīču un izstrādājumu vispārīgiem formulējumiem, proti, “*datortehnika; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi*” un konkrētākiem šīs klases preču formulējumiem “*elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas*”.

Apelācijas padome nevar piekrist iebilduma iesniedzējam, ka visas šīs preces ir līdzīgas pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “*apmācība; konferenču rīkošana un vadīšana; kongresu organizēšana un vadīšana; semināru rīkošana un vadīšana; semināru un praktisko nodarbību organizēšana un vadīšana; pārvietojamo bibliotēku pakalpojumi; kinofilmu demonstrēšana; filmu dublēšana; informācijas pakalpojumi izglītības nolūkos; elektronisku publikāciju sagatavošana un publicēšana; nelejupielādējamu elektronisku publikāciju nodrošināšana; grāmatu izdošana; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistē; tekstu publicēšana, izņemot reklāmas tekstus; videokasešu ierakstīšanas ierīču iznomāšana; videoierakstu rediģēšana; videofilmu ražošana; videoierakstu pakalpojumi*”. Minētie pakalpojumi, izņemot tos, kas attiecas uz videofilmu un videoierakstu ražošanu un rediģēšanu, kā arī videolenšu, videokasešu un videokameru iznomāšanu, attiecas uz atšķirīgām komercdarbības jomām un pakalpojumu veidiem, un stipri pārspīlēts būtu apgalvojums, ka jebkura prece, kas tiek izmantota attiecīgo pakalpojumu sniegšanas laikā, automātiski ir uzskatāma par līdzīgu šiem pakalpojumiem (piemēram, konferenču zāles mēbeles nevar atzīt par līdzīgām konferenču organizēšanas pakalpojumiem, un, pat ja konferences vai semināra organizētājs izmanto datortehniku tā organizētā procesa laikā vai pasākuma zāle ir aprīkota ar sakaru tīklu vadiem un citām elektroierīcēm, šīs preces tomēr nav atzīstamas par līdzīgām pasākuma organizēšanas pakalpojumam).

Pārējo pretstatīto zīmju preču un pakalpojumu sarakstos nav ietvertas 9. klases preces vai 41. klases pakalpojumi, to reģistrācijās ietvertās preces un pakalpojumi attiecas uz pilnīgi atšķirīgām komercdarbības jomām. Apelācijas padome atzīst saistības un līdzības konstatēšanu starp apstrīdētās zīmes 9. klases precēm “*videofilmas*” un pretstatītās zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “*videokameru iznomāšana; videokasešu ierakstīšanas ierīču iznomāšana; videolenšu un videokasešu iznomāšana; videoierakstu rediģēšana; videofilmu ražošana; videoierakstu pakalpojumi*”. Pārējās apstrīdētās zīmes 9. klases preces nav atzīstamas par līdzīgām kādas no pretstatīto zīmju precēm vai pakalpojumiem;

4.2. apstrīdētās preču zīmes 25. klases preces “*apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi*” ir identiskas pretstatītās grafiskās preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091) reģistrācijā ietvertajām precēm “*apģērbi, apavi, galvassegas; cepures*”, un arī preces “*peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi*” ir attiecīgi apģērbu veidi un ietilpst pretstatītās zīmes plašāk, vispārīgi nosauktajās precēs “*apģērbi*”. Pārējo pretstatīto zīmju preču un pakalpojumu sarakstos nav ietvertas 25. klases preces vai tādas preces vai pakalpojumi, kas būtu atzīstami par līdzīgiem apstrīdētās zīmes 25. klases precēm;

4.3. apstrīdētās preču zīmes 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; filmu raidīšana*” ir atzīstami par līdzīgiem pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “*nelejupielādējamu elektronisku publikāciju nodrošināšana; radio un televīzijas programmu veidošana; filmu producēšana, izņemot reklāmas filmas; kinofilmu noma; videoierakstu producēšana; videoierakstu rediģēšana; videofilmu ražošana; videoierakstu pakalpojumi*”. Minētie salīdzināmo zīmju pakalpojumi attiecas uz telesakariem, kā arī dažāda veida informācijas sagatavošanu, atveidošanu un pārsūtīšanu. To nolūks ir nodrošināt personu savstarpējo komunikāciju, nosūtot datus un informāciju, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālajai un mutvārdu informācijai. Tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide. Minētos pakalpojumus var sniegt viens un tas pats uzņēmums, kā arī tiem būs sakrītīga patērētāju mērķauditorija. Pārējo pretstatīto zīmju preču un pakalpojumu sarakstos nav ietverti 38. klases pakalpojumi vai tādas preces vai pakalpojumi, kas būtu atzīstami par līdzīgiem apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem;

4.4. apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi “*apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras*

un izglītības nolūkiem” ir identiski pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “apmācība; izklaides pakalpojumi; kongresu organizēšana un vadīšana; semināru organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem”. Arī pārējie apstrīdētās preču zīmes 41. klases pakalpojumi “radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot tirdzniecību un raidīšanu; nelejupielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana; videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistes režīmā” ir ļoti līdzīgi pretstatītās preču zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) 41. klases pakalpojumiem “filmu producēšana, izņemot reklāmas filmas; kinofilmu noma; videoierakstu producēšana; nelejupielādējamu elektronisko publikāciju nodrošināšana”. Minētajiem pakalpojumiem ir sakritīgs nolūks – nodrošināt piekļuvi filmām un elektroniskajām publikācijām. Šo pakalpojumu sniedzējs var būt viens un tas pats uzņēmums, un tiem būs sakritīga patērētāju mērķauditorija. Pārējo pretstatīto zīmju preču un pakalpojumu sarakstos nav ietverti 41. klases pakalpojumi vai tādas preces vai pakalpojumi, kas būtu atzīstami par līdzīgiem apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumiem.

5. Novērtējot salīdzināmās preču zīmes, Apelācijas padomes apsverumi ir sekojoši:

5.1. apstrīdētā preču zīme **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) ir reģistrēta kā vārdiska zīme. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis gan vārdiskas zīmes – **BURN** (reģ. Nr. M 52 759), **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169), **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926), **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432), **BURN** (Nr. EUTM 015894661), **BURN** (Nr. EUTM 016864928), **BURN** (Nr. EUTM 017870906) un **BURN** (Nr. EUTM 017926071), gan figurālas preču zīmes – **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703), grafisku preču zīmi (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151) un grafisku preču zīmi (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091).

Visās salīdzināmajās vārdiskajās zīmēs ir ietverts vārds “BURN”, un apstrīdētajā zīmē, kā arī pretstatītajās zīmēs **BURN** (reģ. Nr. M 52 759), **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **BURN** (Nr. EUTM 015894661), **BURN** (Nr. EUTM 016864928), **BURN** (Nr. EUTM 017870906) un **BURN** (Nr. EUTM 017926071) tas ir vienīgais šo zīmju elements. Tulkojumā no angļu valodas šis vārds nozīmē “apdegums, apdedzināšana, degt, dedzināt, piedegt, kvēlot” u.c. ļoti līdzīgas nozīmes (www.letonika.lv). Vismaz kāda no šīm nozīmēm būs saprotama lielākajai daļai patērētāju, kuri pārzina angļu valodas vienkāršāko leksiku. Tādējādi var konstatēt, ka minētās zīmes ir identiskas gan vizuāli, gan fonētiski, gan semantiski;

5.2. pretstatītajās zīmēs **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169), **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926), **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432) bez vārda “BURN” ir ietverti arī citi vārdiskie elementi – “ENERGY DRINK”, “YARD”. “LIVE WHAT YOU [...] FOR”. Arī šie vārdi pieder pie vienkāršās angļu valodas leksikas, un to tulkojumi ir “enerģijas dzēriens”, “pagalms, sēta”, “(priekš kā) kam tu dzīvo” (www.letonika.lv). Var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka zīmju **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169) un **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) atšķirtspējīgākais vārdiskais elements ir “BURN”. Un tāpat arī figurālajās zīmēs **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703), jo tajās, kaut arī vārds “burn” ir atveidots mazajiem burtiem, šis vārdiskais elements ir ievērojami lielāks par pārējiem šo zīmju vārdiskajiem elementiem un uzreiz piesaistīs patērētāju uzmanību. Minētajās figurālajās zīmēs vēl ir attēlota uguns liesma, kas var vizuāli papildināt šo zīmju vārdisko elementu “burn”. Attiecībā uz šajās zīmēs ietvertajiem pārējiem vārdiskajiem elementiem var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka tiem ir zināmā mērā pakārtots vai aprakstošs raksturs. Arī abu minēto figurālo zīmju vārdiskie elementi “INTENSE” un “ENERGY” (angl. val. – “stiprs, intensīvs” un “enerģija”, www.letonika.lv) būs saprotami lielākajai daļai patērētāju, turklāt vārds “INTENSE” ir ļoti līdzīgs latviešu valodas vārdam “intensīvs”. Kopumā pretstatītajām zīmēm **BURN ENERGY DRINK** (reģ. Nr. M 55 169), **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (reģ. Nr. M 57 772) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) ir konstatējama zināma līdzības pakāpe ar apstrīdēto zīmi. Tomēr to nevar tādā pašā mērā attiecināt uz zīmi **LIVE WHAT YOU BURN FOR** (Nr. EUTM 013247432). Šī zīme satur lielāku skaitu vārdu un, kaut arī vārds “BURN” tajā ir skaidri uztverams, tas nekādā veidā nav šajā zīmē izcelts. Drīzāk uzmanība varētu tikt koncentrēta uz apzīmējumu kopumā, jo zīmi faktiski veido frāze vai sauklis ar atšķirīgu semantisku nozīmi – “dzīvo tam, par ko tu iededzies”. Turklāt lielāks šajā pretstatītajā zīmē ietvertu vārdisko elementu skaits ievērojami mazina iespēju konstatēt šīs zīmes vizuālo un fonētisko līdzību ar apstrīdēto zīmi;

5.3. Apelācijas padome nepiekrīt iebilduma iesniedzējam, ka pretstatītās grafiskās preču zīmes (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151) un (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091) ir atzīstamas par līdzīgām apstrīdētajai vārdiskajai zīmei **BURN** (reģ. Nr. M 73 657). Kaut arī zināma jēdzieniskā asociācija ar apdegšanas vai degšanas procesu šo zīmju salīdzinājumā var veidoties, tomēr tas vien nav pietiekami, lai atzītu par līdzīgām apstrīdēto vārdisko zīmi un abas grafiskās zīmes – uguns liesmas attēlus. Nav arī iespējams veikt šo zīmju fonētisko vai vizuālo salīdzinājumu, jo pretstatītajās zīmēs nav vārdisko elementu. Turklāt, ja arī mēģinātu nosaukt pretstatītās grafiskās zīmes verbāli, ar lielu varbūtību tiktu nosaukta liesma, nevis viennozīmīgi degšana, degt, kas ir vārda “BURN” faktiskais tulkojums. Kopumā šo zīmju līdzības pakāpe ir nepietiekama, lai izraisītu zīmju sajaukšanas iespēju.

6. Par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā var uzskatīt diezgan plašu patērētāju loku, sākot ar speciālistu, kurš sniedz apraides pakalpojumus, piedalās radio un televīzijas šovu producēšanā vai organizē seminārus, un beidzot ar vidusmēra patērētāju, kurš savas mājsaimniecības vai personīgajām vajadzībām iegādājas telefonu, datoru vai apģērbu. Vidusmēra patērētājs ir samērā labi informēts, vērts un piesardzīgs, īpaši ņemot vērā to, ka šoreiz runa ir arī par elektroniskām un digitālām ierīcēm, kuras nepērk katru dienu. Savukārt speciālista zināšanas attiecīgajās jomās ir padziļinātas.

7. Kopumā vērtējot strīdā iesaistīto zīmju līdzību, to reģistrācijās ietvertu preču un pakalpojumu līdzību, kā arī zīmju sajaukšanas iespēju, Apelācijas padome secina, ka iebilduma iesniedzēja argumenti attiecībā uz apstrīdētās zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) un pretstatītās zīmes **BURN YARD** (Nr. EUTM 011853926) sajaukšanas iespēju attiecībā uz 9. klases precēm “*videofilmas*”, kā arī 38. un 41. klases pakalpojumiem un atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem šādā apjomā ir pamatota.

Savukārt iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem attiecībā uz apstrīdētās zīmes 25. klases precēm, pretstatot apstrīdētajai zīmei grafisko preču zīmi (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 016968091), nav atzīstama par pamatotu.

8. Atsaucoties uz LPZ 39.³ panta pirmo daļu, iebildumā apstrīdētajai zīmei ir pretstatītas ES preču zīmes **BURN** (Nr. EUTM 003501244), **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) un grafiska preču zīme (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), kuras, kā konstatēts iepriekš, salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi ir uzskatāmas par agrākām preču zīmēm.

9. Apelācijas padomes ieskatā šajā lietā var atzīt pretstatīto ES preču zīmju **BURN** (Nr. EUTM 003501244) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) reputāciju būtiskā Eiropas Savienības daļā attiecībā uz 32. klases precēm, proti, enerģijas dzērieniem.

Šo preču zīmju reputāciju Eiropas Savienībā apstiprina *Rodney C. Sacks Energy Beverages LLC* vārdā iesniegtajā ar zvērestu apliecinātajā 16.10.2019 rakstveida liecībā un tās pielikumos ietvertie materiāli un dati, kas sīkāk uzskaitīti šī lēmuma aprakstošās daļas 7.3. punktā ar apakšpunktēm.

Apelācijas padomes ieskatā no šiem datiem būtiskākie ir šādi:

- 2014. gadā Eiropas Savienības dalībvalstīs tika pārdotas aptuveni 7,8 miljoni enerģijas dzēriena **BURN** kastes, kurās ir no 4 līdz 24 skārdeņu iepakojumiem. 2015. gadā Eiropas Savienībā pārdoti 49 miljoni skārdeņu, gūstot 19 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2016. gadā iebilduma iesniedzējs pārdeva Eiropas Savienībā aptuveni 85 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, rezultātā gūstot 31 miljonu ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2017. gadā iebilduma iesniedzējs Eiropas Savienībā pārdeva 76 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, gūstot 28 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus. 2018. gadā iebilduma iesniedzējs Eiropas Savienībā pārdeva 78 miljonus enerģijas dzēriena **BURN** skārdeņu, gūstot 30 miljonus ASV dolāru lielus ieņēmumus;

- kopš 2015. gada Energy Beverages LLC, tā priekšgājējs, kā arī saistītie uzņēmumi un izplatītāji (ar Energy Beverages LLC atļauju) pārdevuši Eiropas Savienības dalībvalstīs vairākus miljonus enerģijas dzēriena ar preču zīmi **BURN** skārdeņu;

- liels skaits rēķinu, kuros redzama enerģijas dzērienu **BURN** piegāde tirdzniecībai Eiropas Savienības valstīs periodā no 2015. gada jūnija līdz 2018. gada decembrim (rēķinos ietvertā skaitliskā informācija ir aizklāta);

- aģentūras Nielsen ziņojums, kurā atspoguļota iebilduma iesniedzēja mainīgā ikgadējā kopējā (MIK) tirgus daļa un vieta tirgū 2013., 2014. un 2015. gadā un tirgus daļa un vieta ES dalībvalstīs periodā, kas noslēdzās 2016. gada augustā (dati norādīti kā konfidenciāli un lēmumā netiek atspoguļoti);

- publikācijas ES drukātajos medijos ar informāciju par produktiem ar preču zīmi **BURN**, kas pieejami ES valstīs laika periodā no 2001. gada līdz 2018. gadam;

- informācija par iebilduma iesniedzēja sponsorēšanas aktivitātēm populārās sporta sacensībās, kultūras pasākumos, festivālos un koncertos ES teritorijā laika periodā no 2012. gada līdz 2019. gadam;
- informācija par iebilduma iesniedzēja aktivitātēm sociālajos tīklos Internetā (Facebook, Twitter, YouTube un Instagram) preču zīmes **BURN** popularizēšanai.

Tādējādi var konstatēt, ka lietā iesniegtie materiāli ļauj atzīt pretstatīto zīmju **BURN** (Nr. EUTM 003501244) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) reputāciju Eiropas Savienībā attiecībā uz 32. klases precēm – enerģijas dzērieniem.

Apstrīdētās zīmes reģistrācijā nav ietvertas 32. klases preces. Tomēr LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumi nosaka, ka iebildumu pret vēlāku preču zīmes reģistrāciju var pamatot ar agrāku identisku vai līdzīgu Eiropas Savienības preču zīmi, kurai ir laba reputācija Eiropas Savienībā un kas reģistrēta precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tām precēm un pakalpojumiem, kam reģistrēta vēlākā (apstrīdētā) preču zīme.

10. Tādējādi LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumu piemērošanai vēl jānoskaidro, vai saistībā ar apstrīdētās zīmes lietošanu bez pienācīga attaisnojuma attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām precēm vai pakalpojumiem var konstatēt kādu no šiem apstākļiem: pirmkārt, tā dod iespēju negodīgi izmantot ES preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju, otrkārt, tā nodara kaitējumu ES preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai vai, treškārt, šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un agrākās ES preču zīmes īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt ES preču zīmes īpašnieka interesēm.

11. Ir jāņem vērā EST praksē atzīto, ka, jo nozīmīgāka ir agrākās preču zīmes atšķirtspēja un reputācija, jo vieglāk var pieļaut kaitējuma esamību agrākajai preču zīmei (EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā *C-375/97 General Motors Corporation v Yplon SA* [1997], 30. punkts).

Var piekrist iebilduma iesniedzējam, ka zināmos apstākļos, patērētājiem sastopoties ar apstrīdēto preču zīmi, var rasties pārpratumi un tas var iespaidot iebilduma iesniedzēja – Energy Beverages LLC intereses, piemēram, negatīvi ietekmēt preču pārdošanas apjomus, kā arī samazināt iebilduma iesniedzēja preču zīmes vērtību. Zīmju identiskā rakstura dēļ patērētāji apstrīdēto preču zīmi varētu uztvert kā iebilduma iesniedzēja preču zīmi, un šajā apstākļi var iezīmēties kaitējums iebilduma iesniedzēja interesēm, ja apstrīdētās preču zīmes īpašniekam nav pienācīga attaisnojuma, lai izmantotu apstrīdēto preču zīmi.

Zīmola vērtība un tā atšķirtspējas samazināšana var rasties, kad persona bez pilnvarojuma lieto zīmi ar reputāciju attiecībā uz nelīdzīgām precēm, tādējādi samazinot pazīstamās zīmes vērtību. Zīmes kvalitātes pazemināšana var tikt konstatēta, arī lietojot preču zīmi attiecībā uz nelīdzīgām zemas kvalitātes precēm vai pakalpojumiem vai gadījumos, kad zīme tiek attēlota nelabvēlīgā vai nepatīkamā kontekstā.

Arī Latvijas Republikas Augstākā tiesa ir atzinusi, ka, lai konstatētu, ka zīmes ar reputāciju īpašniekam varētu tikt nodarīts kaitējums, nav nepieciešams pierādīt, ka būtu radušies konkrēti zaudējumi. Kaitējums var izpausties kā plaši pazīstamās preču zīmes atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē un arī situācijā, ja zīme tiek lietota citādi, nekā to paredzējis īpašnieks, vai lietota uz citām precēm (*Tiesu prakses apkopojums "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi", Latvijas Republikas Augstākā tiesa, 2007./2008.*).

Tādējādi nebūtu apšaubāma kaitējuma nodarīšanas iespējamība zīmju ar reputāciju īpašnieka interesēm. Tomēr Apelācijas padomes ieskatā šajā lietā būtiskāk ir konstatēt priekšstata un asociācijas iespēju patērētāju uztverē, kas var norādīt uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un agrākās ES preču zīmes īpašnieku.

Kā var redzēt no lietas materiāliem, iebilduma iesniedzējs reklāmas nolūkos lieto pretstatītās preču zīmes arī uz tādām precēm kā apģērbi un dažādi aksesuāri, kā arī informācijas uzglabāšanas ierīces, lādētāji un somas. Turklāt daudzos gadījumos šis apģērbs ir sporta tērpi un populāru sportistu specializētais ietērps (piemēram, F1 pilotu tērpi). Ņemot vērā minēto, šāda asociācijas un saistības iespēja pastāv attiecībā uz apstrīdētās zīmes 25. klases precēm, proti, "*apģērbi; apavi; galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi*".

Šāda asociācijas iespēja ir arī ļoti augsta attiecībā uz apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumiem, kas ir saistīti ar izklaides un kultūras pasākumiem, kā arī dažādu televīzijas raidījumu un filmu producēšanu un izplatīšanu. No lietas materiāliem ir redzams, ka iebilduma iesniedzējs iegulda daudz pūļu un līdzekļus savu preču zīmju popularizēšanā sporta un kultūras pasākumos, tos sponsorējot un izvietojot reklāmu.

Tādējādi apstrīdētās preču zīmes lietošana attiecībā uz tās reģistrācijā ietvertajām 25. klases precēm un minētajiem 41. klases pakalpojumiem varētu dot iespēju negodīgi izmantot agrāko preču zīmju

reputāciju, jo attiecīgās preces un pakalpojumi varētu kļūt vairāk pieprasīti agrāko preču zīmju augstās reputācijas dēļ un tas var ietekmēt iebilduma iesniedzēja pozīcijas kā vienam no vadošajiem komersantiem enerģijas dzērienu segmentā.

Apelācijas padomes ieskatā attiecībā uz pārējām apstrīdētās zīmes precēm un pakalpojumiem šādas saiknes un asociācijas veidošanās ar iebilduma iesniedzēju ir stipri apšaubāma.

12. Ņemot vērā minēto, Apelācijas padome secina, ka iebilduma iesniedzējs ir pamatoti atsaucies uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem tiktāl, ciktāl tas ir pamatots ar preču zīmēm **BURN** (Nr. EUTM 003501244) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703) attiecībā uz apstrīdētās zīmes 25. klases precēm un 41. klases pakalpojumiem, kas ir saistīti ar izklaides un kultūras pasākumiem, kā arī televīzijas raidījumu un filmu producēšanu un izplatīšanu.

13. Kas attiecas uz pretstatīto ES grafisko preču zīmi (**liesmas attēls**) (Nr. EUTM 015816151), tad lietā nav iesniegti materiāli un pierādījumi, ka šī preču zīme ir apveltīta ar reputāciju Eiropas Savienībā. Kaut arī atsevišķos lietā pievienotajos materiālos parādās arī liesmas attēls viens pats bez vārdiskajiem elementiem, faktiski gandrīz viss pievienoto materiālu un pierādījumu kopums atspoguļo datus par preču zīmēm **BURN** (Nr. EUTM 003501244) un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) (Nr. EUTM 005154703), un Apelācijas padome nevar piekrist, ka automātiski ar to būtu jāidentificē arī minētā grafiskā zīme (**liesmas attēls**) bez vārdiskajiem elementiem.

14. Iebilduma iesniedzējs ir atsaucies arī uz LPZ 8. panta pirmās un otrās daļas noteikumiem.

Apelācijas padome neapšaubā, ka iebilduma iesniedzējam pieder **BURN** preču zīmju saime, to skaitā arī preču zīmju reģistrācijas Latvijā. Lietā ir iesniegta tabula ar šo reģistrāciju datiem. Iebilduma iesniedzējs ir iesniedzis arī izdrukas no Interneta publikācijām par mūzikas festivāliem Salacgrīvā un Baldonē 2018. un 2019. gadā, kurās ir redzami enerģijas dzērieni **BURN**, kas tikuši piedāvāti pasākumu apmeklētājiem. Arī atsevišķos materiālos, kas norādīti kā konfidenciāli, proti, materiālā par *Burn Battle School* pasākumiem, kā arī iebilduma iesniedzēja paskaidrojumiem pievienotajos rēķinos par enerģijas dzērienu **BURN** tirdzniecību dažādās valstīs Eiropas Savienībā, var atrast materiālus, kas tieši attiecas uz Latviju. Tomēr šo materiālu apjoms nav tāds, kas ļautu viennozīmīgi secināt par preču zīmju **BURN** un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) plašo pazīstamību Latvijā. Faktiski vienīgie skaitliskie materiāli par preču, kas marķētas ar preču zīmi **BURN**, tirdzniecību Latvijā ir ieraksts Nielsen ziņojuma tabulā, kur norādīta procentuālā tirgus daļa 2013.-2015. gadā, kā arī *Rodney C. Sacks* liecības tekstā minētie dzērienu **BURN** pārdošanas apjomi Latvijā 2016.-2018. gadā, kas savukārt nav apstiprināti ar citiem liecības pielikumos esošiem materiāliem. Daļa no iesniegtajiem rēķiniem par enerģijas dzērienu **BURN** piegādi Eiropas Savienības valstīs attiecas uz Latviju, tomēr to daļa kopējā iesniegto rēķinu masā ir neliela, turklāt skaitliskā informācija rēķinu kopijās ir aizsegta. Savukārt viens čeks par enerģijas dzēriena pirkumu kioskā Narvesen nekādā veidā nesniedz informāciju par attiecīgās tirdzniecības apjomu un ilgumu.

Apelācijas padomes ieskatā, lai pārliecinoši konstatētu attiecīgo preču zīmju plašo pazīstamību Latvijā, lietā iesniegto materiālu kopums nav atzīstams par pietiekamu. Tas, ka iebilduma iesniegumā un tā pielikumos esošajos materiālos par visu pasauli un Eiropas Savienību ir norādīta piebilde “tai skaitā Latvijā”, bez papildu pierādījumiem nedod iespēju secināt, kādā mērā šie dati ir attiecināmi uz Latviju.

No lietā iesniegtajiem materiāliem nevar secināt, ka preču zīmes **BURN** un **burn INTENSE ENERGY** (fig.) ir atzīstamas par plaši pazīstamām preču zīmēm Latvijā, kaut arī nav noliedzama preču, kas marķētas ar šīm preču zīmēm, klātesamība Latvijas tirgū, kā arī tas, ka attiecīgās preces ir atpazīstamas patērētāju vidū.

Ņemot vērā minēto, Apelācijas padome secina, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 8. panta pirmās un otrās daļas noteikumiem šīs lietas ietvaros nav atzīstama par pamatotu.

15. Iebilduma iesniedzējs savu iebildumu ir pamatojis arī ar atsaukšanos uz LPZ 6. panta otro daļu, kas nosaka, ka preču zīmes reģistrāciju var atzīt par spēkā neesošu, ja zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku.

Apelācijas padome uzskata, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā konkrētajā lietā nav pamatota, jo iebilduma iesniedzēja argumenti šīs normas piemērošanas sakarā galvenokārt attiecas uz apstrīdētās preču zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA un ar to saistīto personu komercdarbību vispār, nevis rīcību konkrētā preču zīmes pieteikuma sakarā.

Iebilduma iesniedzējs ir pievienojis materiālus par *Michael Gleissner* darbību, kas atspoguļota intelektuālā īpašuma jomas mediju publikācijās, un strīdiem, kas izskatīti citās jurisdikcijās ar *Michael*

Gleissner dalību, kā arī par judikatūrā nostiprinātiem principiem preču zīmes pieteikuma iesniegšanas negodprātīga nolūka konstatēšanai. Tomēr, izņemot šos vispārējos principus, minētā informācija nav attiecināma uz konkrēto iebilduma lietu. Savukārt vispārējo principu piemērošanai šajā gadījumā ir nepieciešami papildu pierādījumi, kas raksturotu apstrīdētās zīmes īpašnieka nolūku konkrētā reģistrācijas pieteikuma sakarā.

Iebilduma iesniedzējs min piemērus, kad Apelācijas padome, izskatot iebildumus pret GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmju reģistrācijām, ir atzinusi šo reģistrāciju pieteikumu iesniegšanas negodprātīgu nolūku. Apelācijas padome līdz šim ir atzinusi LPZ 6. panta otrās daļas noteikumu piemērošanas pamatotību gadījumos, kad apstrīdētā zīme bija identiska pretstatītajai zīmei, un negodprātīgs nolūks tika atzīts tādā apjomā, ciktāl zīmes bija reģistrētas identiskām precēm un pakalpojumiem. Savukārt iebilduma iesniedzēja minētajās iebilduma lietās pret preču zīmju **JESSICA** (reģ. Nr. M 70 050) un **NIRVAM** (reģ. Nr. M 70 165) reģistrācijām tika iesniegti pārliecinoši pierādījumi par apstrīdētās zīmes īpašnieka saistību ar darbībām pretstatīto zīmju atcelšanas lietvedībā EUIPO. Apelācijas padomes ieskatā katra iebilduma lieta ir jāskata atkarībā no konkrētās lietas apstākļiem un lietā iesniegtajiem materiāliem un pierādījumiem, un šajā iebilduma lietā, izņemot atsaukšanos uz citiem preču zīmju tiesību strīdiem un vispārīgiem principiem, citi pierādījumi par apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātību konkrētā pieteikuma sakarā nav iesniegti.

Šajā lietā salīdzināmās zīmes, kuru reģistrācijās ir ietvertas identiskas preces un pakalpojumi, nav identiskas. Savukārt identiskās preču zīmes ir reģistrētas atšķirīgām precēm un pakalpojumiem.

Likums neaizliedz nevienai personai pieteikt reģistrācijai tik daudz preču zīmju, cik tā uzskata par nepieciešamu vai lietderīgu. Turklāt ne jau visas GRIGORIUS HOLDINGS, SIA Latvijā reģistrētās preču zīmes tiek apstrīdētas iebildumu procedūrā. Savukārt apstākļi, ka Uzņēmumu reģistra datubāzē *Lursoft* nav redzami sabiedrības finanšu rādītāji vai uzņēmējdarbības aktivitātes, vēl nedod pamatu apgalvot, ka attiecīgais uzņēmums, piesakot konkrētās preču zīmes reģistrāciju, ir rīkojies negodprātīgi.

Nemot vērā minēto, Apelācijas padome uzskata, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā konkrētajā lietā nav pamatota.

Rezolutīvā daļa

Nemot 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. punktu un 39.³ panta pirmo daļu, **nolemj**:

1. daļēji apmierināt Amerikas Savienoto Valstu uzņēmējdarbības Energy Beverages LLC iebildumu pret preču zīmes **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) reģistrāciju Latvijā, atzīstot to:

1.1. par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu 9. klases preču sarakstu, proti, 9. klases preču saraksts izsakāms šādā redakcijā: "*datortehnika; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas un piederumi; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras*";

1.2. par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu visām 25. klases precēm un visiem 38. un 41. klases pakalpojumiem;

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 **BURN** (reģ. Nr. M 73 657) reģistrācijas atzīšanu par spēkā esošu attiecībā uz ierobežotu preču sarakstu saskaņā ar šī lēmuma rezolutīvās daļas 1. punktā minēto.

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 priekšsēdētājs:

J. Bērzs

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi:

D. Liberte

I. Plūme-Popova