



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/2020/M 73 990-Ie  
(OP-2019-71)

LĒMUMS

Rīgā

2020. gada 24. februārī

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

rakstveida procesā izskatīja iebildumu, kuru, pamatojoties uz likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2019. gada 5. aprīlī Šveices uzņēmēj sabiedrības OMEGA SA (OMEGA AG) (OMEGA LTD.) (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā G. Zariņa pret preču zīmes

**OMEGA**

(preču zīmes īpašnieks – Latvijas uzņēmēj sabiedrība FASHION ONE TELEVISION, SIA; pieteik. Nr. M-18-1330; pieteik. dat. 04.09.2018; reģ. Nr. M 73 990; reģ. (publ.) dat. 20.02.2019; 9. kl. preces un 35., 38. un 41. kl. pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma motivējumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) identiskumu Latvijā agrākai iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības preču zīmei (turpmāk arī – ES preču zīme) **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un līdzību Latvijā agrākām iebilduma iesniedzēja preču zīmēm **OMEGA** (figurāla preču zīme, turpmāk – fig.) (Nr. EUTM 008148892):

**OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933):

**OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639):



**OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609):



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 preču zīmē **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) ir sajaucami atveidotas, imitētas iebilduma iesniedzēja Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.), un apstrīdētās zīmes lietošanu attiecībā uz tās reģistrācijā iekļautajām precēm un pakalpojumiem patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un pakalpojumiem un plaši pazīstamo preču zīmju īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt plaši pazīstamo zīmju īpašnieka interesēm (LPZ 8. panta pirmā un otrā daļa);

- apstrīdētā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) ir identiska iebilduma iesniedzēja agrākai ES preču zīmei **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un līdzīga iebilduma iesniedzēja agrākām pretstatītajām preču zīmēm **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609), kurām ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdētās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar attiecīgajām precēm un pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, un šādu apstrīdētās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm un pakalpojumiem un Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmju (ES preču zīmju) īpašnieka interesēm (LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmā daļa);

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

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 08.04.2019 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

20.06.2019 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas papildinājumi iebilduma iesniegumam, un tie nākamajā dienā nosūtīti apstrīdētās preču zīmes īpašniekam. Tostarp 21.06.2019 iebilduma lietas pusēm paziņots, ka iebilduma lietas izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 10.01.2020.

Iebilduma iesniedzējs, veicot attiecīgo zīmju 9. klases preču sarakstu salīdzinājumu, nebija ņēmis vērā to, ka pretstatītā zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) attiecībā uz Latviju ir spēkā vienīgi 35. klases pakalpojumiem un 9. klases precēs, kuras iebilduma iesniedzējs galvenokārt bija salīdzinājis ar apstrīdētās zīmes 9. klases precēm, no preču saraksta ir izslēgtas. Apelācijas padome 10.01.2020 iebilduma iesniedzēja pārstāvei nosūtīja lūgumu iesniegt attiecīgo preču un pakalpojumu salīdzinājumu, ņemot vērā pretstatītās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) tiesību apjomu. 23.01.2020 saņemti iebilduma iesniedzēja pārstāves G. Zariņas precizējumi.

Lietas izskatīšana pēc būtības tika pabeigta 28.01.2020, par to informējot iebilduma lietas puses.

### Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā vārdiskā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrācijai pieteikta 04.09.2018 un reģistrēta 20.02.2019 šādām precēm un pakalpojumiem:

- 9. kl. – datortehnika; datorprogrammas; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; datoru daļas; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; akumulatori; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas;
- 35. kl. – konsultāciju un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai;

izstāžu organizēšana reklāmas vai komercnolūkiem; preču reklamēšana komercnolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komercnolūkiem; konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; reklāma; starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā; tirgus izpēte un mārketinga pētījumi; datubāzu pārvaldīšana; biroja darbi; konsultācijas uzņēmējdarbības risku pārvaldības jomā; nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai;

- 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;

- 41. kl. – radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot filmu tirdzniecību un raidīšanu; neļūpielādējamu 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 tiešsaistē.

2. Iebilduma iesniedzējs ir pretstatījis šādas preču zīmes:

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

Šī zīme reģistrēta šādām 14. klases precēm un 38. un 41. klases pakalpojumiem:

- 14. kl. – dārgmetāli un to sakausējumi un izstrādājumi, kas izgatavoti no vai pārklāti ar šiem materiāliem; juvelierizstrādājumi, dārgakmeņi, laika mērīšanas instrumenti, tostarp rokas pulksteņi, to daļas un rokas pulksteņu mehānismi; hronometriskie instrumenti, rokas pulksteņu dāvanu kārbīņas;

- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi;

- 41. kl. – sporta un kultūras pasākumi, izklaide;

2.2. figurālu ES preču zīmi **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892; pieteik. dat. 15.04.1996; reģ. dat. 19.06.2009; publ. dat. 18.05.2009 un 29.06.2009; reģ. atjaunošanas dat. 19.05.2016; 3., 9., 14., 16., 25. un 28. kl. preces un 35., 37., 38. un 41. kl. pakalpojumi). Šī zīme ir melniem stilizētiem burtiem veidots uzraksts "OMEGA", virs kura novietots grieķu alfabēta burts "Ω" (omega) jeb simbols, ar kuru apzīmē elektriskās pretestības mērvienību omu.

Šī zīme reģistrēta šādām 14. klases precēm un 35., 38. un 41. klases pakalpojumiem:

- 14. kl. – dārgmetāli un to sakausējumi un izstrādājumi, kas izgatavoti no vai pārklāti ar šiem materiāliem; juvelierizstrādājumi, dārgakmeņi, laika mērīšanas instrumenti, tostarp rokas pulksteņi, to daļas un rokas pulksteņu mehānismi; hronometriskie instrumenti, rokas pulksteņu dāvanu kārbīņas;

- 35. kl. – reklāmas pakalpojumi;

- 38. kl. – telesakaru pakalpojumi;

- 41. kl. – izklaide, sporta un kultūras pasākumi;

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

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

2.4. figurālu starptautiski reģistrētu un arī uz Eiropas Savienību attiecinātu preču zīmi **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639; reģ. dat. 25.06.2010; konvencijas prioritātes dati: Šveice, 31.12.2009, 599692). Šī zīme ir melniem stilizētiem burtiem veidots uzraksts "OMEGA", virs kura novietots grieķu alfabēta burts "Ω" (omega) jeb simbols, ar kuru apzīmē elektriskās pretestības mērvienību omu.

Šī zīme reģistrēta 35. klases pakalpojumiem "sporta datu ierakstīšana un apstrāde" un 38. klases pakalpojumiem "sporta datu un sporta rezultātu pārraide plašsaziņas līdzekļos (prese, radio, televīzija, Internets); sporta datu un sporta rezultātu demonstrēšana (telesakaru pakalpojumi)";

2.5. figurālu starptautiski reģistrētu un arī uz Eiropas Savienību attiecinātu preču zīmi **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609; reģ. dat. 21.04.2015). Šī zīme ir melniem stilizētiem burtiem veidots uzraksts "OMEGA", virs kura novietots grieķu alfabēta burts "Ω" (omega) jeb simbols, ar kuru apzīmē elektriskās pretestības mērvienību omu.

Šī zīme reģistrēta šādām precēm:

- 9. kl. – brilles, saulesbrilles, palielināmie stikli; briļļu un saulesbriļļu rāmji un ķēdītes; brilles ar paaugstinātu funkcionalitāti (viedbrilles) un brilles, kuras savieno ar citām ierīcēm; futrāļi brillēm, saulesbrillēm un palielināmajiem stikliem; baterijas, uzlādējamās baterijas, uzlādes ierīces, adapteri;
- 14. kl. – pulksteņi un hronometriskie instrumenti, kā arī minēto preču daļas un piederumi, pulksteņu ķēdītes, pulksteņu dāvanu kārbīņas, pulksteņu futrāļi; viedpulksteņi ar paplašinātu funkcionalitāti un rokas pulksteņi, kurus savieno ar citām ierīcēm, kā arī minēto preču daļas un piederumi.

3. Iebilduma iesniedzēja pārstāve, pamatojoties uz LPZ 7. panta pirmās daļas 1. un 2. punktu, 8. panta pirmo un otro daļu, 39.<sup>3</sup> panta pirmo daļu un 6. panta otro daļu, lūdz atzīt preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrāciju par spēkā neesošu Latvijā, argumentējot to šādi:

3.1. visas pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē. Pretstatītajām zīmēm ir šādi prioritātes vai reģistrācijas datumi: **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229; pieteik. dat. 15.04.1996) un **OMEGA** (Nr. EUTM 008148892; pieteik. dat. 15.04.1996) – saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu to prioritāti Latvijā nosaka ar 2004. gada 1. maiju; **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933; reģistrācijas attiecinājuma uz Latviju dat. – 21.12.2000), **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639; konvencijas prioritātes datums – 31.12.2009) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609; reģ. dat. 21.04.2015). Savukārt apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) pieteikuma datums ir 04.09.2018;

3.2. apstrīdētā zīme un vārdiskā pretstatītā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) ir identiskas, jo tās veido viens un tas pats vārdiskais apzīmējums, proti, "OMEGA". Salīdzināmajās zīmēs ietvertais apzīmējums "OMEGA" Latvijas patērētājiem asociēsies ar grieķu valodas burtu "omega";

3.3. apstrīdētā zīme ir vizuāli līdzīga un fonētiski un semantiski identiska pretstatītajām figurālajām zīmēm. Arī šajās salīdzināmajās zīmēs sakrīt to vārdiskais apzīmējums "OMEGA", uz kuru galvenokārt koncentrēsies patērētāju uzmanība. Apstrīdētā zīme nesatur kādus īpaši atšķirīgus grafiskos elementus, kas varētu novērst patērētāju uzmanību no zīmē iekļautā galvenā vārdiskā un centrālā elementa "OMEGA";

3.4. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām un līdzīgām precēm un pakalpojumiem:

3.4.1. apstrīdētās zīmes 9. klases preces ir vērtējamās kā līdzīgas un saistītas ar telesakaru pakalpojumiem, kuriem ir reģistrētas pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (Nr. EUTM 008148892). Apstrīdētās zīmes 9. klases preces ir nepieciešamas minēto pretstatīto zīmju pakalpojumu nodrošināšanā, tādējādi attiecīgās preces un pakalpojumi ir atzīstami par savstarpēji papildinošiem. Apstrīdētā zīme ietver preces "akumulatori", kas ir elektrības avots un uzskatāms par bateriju veidu, ko var atkārtoti uzlādēt. Tādēļ akumulatorus var uzskatīt par līdzīgiem pretstatītās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) precēm "baterijas, uzlādējamās baterijas, uzlādes ierīces";

3.4.2. gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītās zīmes **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) ir reģistrētas reklāmas pakalpojumiem, tātad identiskiem pakalpojumiem. Apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi "konsultāciju un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai; izstāžu organizēšana reklāmas vai komerciolūkiem; preču reklamēšana komerciolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komerciolūkiem; tirgus izpēte un mārketinga pētījumi" ir līdzīgi minēto agrāko zīmju reklāmas pakalpojumiem. Šie visi pakalpojumi ir saistīti ar reklāmu, kuras mērķis ir rosināt un pārliecināt patērētājus iegādāties konkrētās preces vai izmantot attiecīgos pakalpojumus, tādējādi arī veicinot preču un pakalpojumu noieta. Pārējie apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi "konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā; datubāzu pārvaldīšana; biroja darbi; konsultācijas uzņēmējdarbības risku pārvaldības jomā; nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla

atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai” ir ļoti līdzīgi pretstatītās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) pakalpojumiem “darījumu vadīšana; komerciālā pārvaldība; biroja darbi”, jo tie visi attiecas uz uzņēmējdarbības vadību un administrēšanas biroja darbiem;

3.4.3. gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) ir reģistrēta telesakaru pakalpojumiem. Apstrīdētā zīme 38. pakalpojumu klasē ir reģistrēta arī dažādiem pārraides un apraides pakalpojumiem, kuri ir līdzīgi iepriekš minētās zīmes telesakaru pakalpojumiem. Telekomunikācija ir informācijas pārraide pa sakaru līnijām no viena raidītāja uz vienu vai vairākiem uztvērējiem ar telegrāfa, telefona, radio, televīzijas, datoru tīklu u. c. sistēmu palīdzību. Līdz ar to apstrīdētās zīmes pārraides un apraides pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, to nolūks ir nodrošināt personu savstarpējo komunikāciju, nosūtot datus un informāciju, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālai un mutvārdu komunikācijai, un tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide;

3.4.4. apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi ir identiski un līdzīgi pretstatīto zīmju 41. klases pakalpojumiem “izklaide”, “sporta un kultūras pakalpojumi” un 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi” un “sporta datu un sporta rezultātu pārraide plašsaziņas līdzekļos (prese, radio, televīzija, Internets); sporta datu un sporta rezultātu demonstrēšana (telesakaru pakalpojumi)”. Visi salīdzināmie 41. klases pakalpojumi ir saistīti ar izklaidi. Papildus salīdzināmo pakalpojumu līdzības sakarā ir norādāms, ka sporta un kultūras pakalpojumi ietver izstāžu organizēšanu kultūras un izglītības nolūkiem. Savukārt, runājot par telesakaru pakalpojumu sniedzējiem, ir jāņem vērā, ka tie var nodrošināt lasītājiem piekļuvi elektroniskajām grāmatām un žurnāliem, tos publicējot, kā arī nodrošināt savas multivides platformas, kurās piedāvā iegādāties filmas, dažādas televīzijas programmas un videomateriālus, tostarp producēt un demonstrēt dažādus šovus un filmas;

3.5. par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata gan vidējais patērētājs, gan speciālists – attiecīgās jomas profesionālis. Vidusmēra patērētājs ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, savukārt speciālistu zināšanas attiecīgajās jomās ir padziļinātas. Piemēram, tādas preces kā “telefoni”, “videofilmas”, “datoru tastatūras” ir adresētas plašam patērētāju lokam, savukārt tādas preces kā “elektrodi” un “elektroniskās vadības ierīces (regulatori)” vai pakalpojumi “starpniecība preču pirksanas un pārdošanas līgumu slēgšanā”, “balss sakaru pārraide” un “radio un televīzijas šovu producēšana” galvenokārt ir adresēti attiecīgo jomu speciālistiem;

3.6. lietā ir pamats piemērot LPZ 7. panta pirmās daļas 1. punktu, jo apstrīdētā preču zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) ir identiska pretstatītajai vārdiskajai zīmei **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un arī šo zīmju pakalpojumi “telesakaru pakalpojumi” (38. klasē) un “izklaide” (41. klasē) ir identiski;

3.7. izvērtējot salīdzināmo zīmju sajaukšanas iespēju, ir nozīme relevantā patērētāja un tā uzmanības pakāpes novērtējumam. Uzmanības pakāpe attiecībā uz plaša patēriņa precēm ir zemāka, savukārt attiecībā uz specializētām precēm un pakalpojumiem – augstāka. Tomēr paaugstināta uzmanības pakāpe ne vienmēr nozīmē to, ka starp salīdzināmajām zīmēm nav konstatējama sajaukšanas iespēja. Ir jāņem vērā visi lietas apstākļi, piemēram, ja preču zīmes ir identiskas vai kopumā ļoti līdzīgas un preces ir identiskas, nevar paļauties uz to, ka attiecīgā sabiedrības daļa būs tik uzmanīga, lai nesajauktu attiecīgās preču zīmes (*Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs; EUIPO) 06.09.2010 lēmums lietā R 1419/2009-4, “Hasi” un 26.02.2010 lēmums lietā R 1562/2008-2, “victory slims”, 51. punkts*);

3.8. šajā lietā salīdzināmās zīmes ir identiskas un ļoti līdzīgas, arī preces un pakalpojumi ir identiski un līdzīgi, līdz ar to pastāv augsta iespējamība, ka vidējais patērētājs un arī attiecīgo nozaru speciālisti salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas;

3.9. Eiropas Savienības Tiesas (EST) judikatūrā ir nostiprinājies princips, ka preču zīmju sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir atkarīga arī no agrākās preču zīmes atpazīstamības pakāpes tirgū (*EST spriedums prejudiciālā nolēmuma lietā C-251/95, Sabel BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, 22. punkts*). Apstrīdētās preču zīmes sajaukšanas iespēju ar pretstatītajām zīmēm pastiprina apstākļi, ka

iebilduma iesniedzēja pretstatītās preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) Latvijas patērētājiem ir plaši pazīstamas attiecībā uz pulksteņiem;

3.10. preču zīmju **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) plašo pazīstamību Latvijā attiecībā uz rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm jau krietni pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma (04.09.2018) apliecina šādi pierādījumi:

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

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

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

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

- žurnāls “Klubs” 2011. gada jūnijā publicēja N. Špakovska speciālreportāžu no pulksteņu izstādes

“Baselworld” Šveicē, kurā minēts, ka klasiskais “Omega Speedmaster Professional” nemainīgā izskatā tiek ražots kopš 1957. gada un joprojām tas ir viens no pieprasītākajiem hronogrāfa modeļiem. **OMEGA** tiek pat pozicionēts kā zīmola **Rolex** konkurents;

- žurnāls “Privātā Dzīve” 2012. gada 30. oktobra – 5. novembra numurā publicējis informāciju par to, ka populārajā filmā “Skyfall” *Džeimss Bonds* saglabājis uzticamību Šveices pulksteņu ražotājam “OMEGA”. Rakstā arī minēts, ka tieši “Omega Seamaster” sērijas pulksteņus *Bonds* valkā jau kopš 1995. gada, kad pirmo reizi filmā “Zeltacs” (“Golden Eye”) ar to lepojās Pīrss Brosnans. Rakstā arī pieminēts, ka Daniela Kreiga varoņa filmā “Skyfall” sabiedrotais ikdienas gaitās būs “OMEGA” speciāli radītais pulksteņu modelis “Seamaster Planet Ocean 600M Skyfall”;

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

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

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

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

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

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

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

3.10.6. automobiļu **BMW** vortālā “BMW Power” 06.11.2011 publicēts raksts par leģendāriem pulksteņu modeļiem, starp tiem minēti pulksteņi **OMEGA**. Pulksteņa modelis “Omega Speedmaster Professional Moonwatch” tiek pozicionēts kā pirmais pulkstenis uz Mēness. Sākotnēji tas tika radīts kā sporta un sacīkšu hronogrāfs, taču vēlāk NASA, testējot brīvā tirdzniecībā pieejamos pulksteņus, atzina to par piemērotāko un izturīgāko pulksteni savai kosmosa programmai. Pulksteņu modelis “Omega

Seamaster” tiek slavēts kā populārs nirēju pulkstenis, kuru ikdienā nēsā arī Princis Viljams. Rakstā arī izcelts rokas pulksteņu modelis “Omega Constellation”, kas ir sporta pulkstenis (*iesniegta izdruka no minētā Interneta vortāla ar attiecīgo publikāciju*);

3.10.7. laikraksta “Neatkarīgā Rīta Avīze” Interneta portālā “nra.lv” 05.02.2014 publicēta informācija, ka viens no olimpisko spēļu sponsoriem 2014. gadā Sočos ir “OMEGA”. Olimpiskās spēles vēro daudz cilvēku visā plašajā pasaulē, tostarp Latvijā. Saskaņā ar “Viasat” aptauju, kas publicēta “Sporta Centrs” Interneta mājaslapā [www.sportacentrs.lv](http://www.sportacentrs.lv), noskaidrots, ka vairāk nekā divas trešdaļas (71%) Latvijas iedzīvotāju plānoja sekot līdz ziemas olimpiskajām spēlēm Sočos 2014. gadā (*iesniegtas izdrukas ar attiecīgajām publikācijām*);

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

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

3.12. pretstatītajām zīmēm **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229), **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) piemīt augsta reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, proti:

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

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

3.12.3. Interneta vietnē “Wikipedia” ir pieejama plaša informācija par iebilduma iesniedzēju. Tajā ir ietverta informācija, ka iebilduma iesniedzējs ir luksusa klases šveiciešu pulksteņmeistaru uzņēmums, kurš ražo pulksteņus **OMEGA**. Tostarp norādīts, ka pulksteņi **OMEGA** ir iemantojuši reputāciju un pat Britu Karaliskie Gaisa spēki 1917. gadā izvēlējās par savu kaujas vienību oficiālajiem laikrāžiem tieši pulksteņus **OMEGA**. Pulksteņi **OMEGA** bija arī NASA izvēle, un tieši “OMEGA Speedmaster” jeb “Moonwatch” bija uz Mēness 1969. gadā. **OMEGA** ir atzīta par oficiālo olimpisko spēļu laika



noteikšanas ierīci kopš 1932. gada. **OMEGA** ir arī oficiālais laikrādis videospēlē "Need for Speed I", kas ir pieejama "Microsoft Windows" un "PlayStation" 1997. gada versijā. Vietnē arī minēts, ka "OMEGA" ir saistīta ar filmām par *Džeimsu Bondu* kopš 1995. gada. Pulksteņi **OMEGA** bija oficiālie laikrāži 2006. gada ziemas olimpiādē, 2008. gada vasaras olimpiādē, 2010. gada ziemas olimpiādē, 2012. gada vasaras olimpiādē un 2014. gadā ziemas olimpiādē. Savukārt zīmols **OMEGA** bija olimpiskais partneris 2016. gada vasaras olimpiskajās spēlēs Brazīlijā (*iesniegta izdrukā no tīmekļa vietnes "Wikipedia" ar informāciju par iebilduma iesniedzēju un tās fragmentārs tulkojums latviešu valodā*);

3.12.4. olimpiskās spēles ir viens no pasaules līmeņa notikumiem, ko vēro miljardiem cilvēku visā pasaulē, tostarp arī Eiropā. Piemēram, Pekinas olimpiskās spēles visā pasaulē piesaistījušas 4,7 miljardus iedzīvotāju, savukārt Soču olimpiādi skatījās 2,1 miljards televīzijas skatītāju visā pasaulē (*iesniegtas izdrukā no tīmekļa vietnēm [www.apollo.lv](http://www.apollo.lv) un [www.lsm.lv](http://www.lsm.lv) ar publikācijām par minēto olimpisko spēļu interesentu skaitu*);

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

3.12.6. zīmols **OMEGA** ieņem augstas vietas vairākos zīmolu topos. Pasaules zīmolu aģentūras "Interbrand" veidotajā topā "Labākie Šveices zīmoli" zīmols **OMEGA** 2012. un 2013. gadā ieguva 10. pozīciju, 2014. gadā – 9. pozīciju, 2015. gadā – 11. pozīciju un 2016. gadā – 7. pozīciju (*iesniegtas izdrukā no tīmekļa vietnes [www.rankingthebrands.com](http://www.rankingthebrands.com) ar to fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

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

3.12.8. **OMEGA** tirgus daļa luksusa rokas pulksteņu tirgū pasaules mērogā 2008. gadā sasniedza 16,5%, 2009. gadā - 20%, 2010. gadā – 16,4%, 2011. gadā – 18,4% un 2012. gadā - 20% (*iesniegta izdrukā no tīmekļa vietnes [www.statista.com](http://www.statista.com) ar tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

3.12.9. ziņu portāla "CNN" Interneta mājaslapā [www.cnn.com](http://www.cnn.com) 17.03.2016 publicētajā rakstā "Baselworld 2016: pieci nepārspējami pulksteņi pasaules labāko rokas pulksteņu gadatirgū" rokas pulkstenis "OMEGA speedmaster CK2998" ierindots piektajā vietā (*iesniegta izdrukā no minētās tīmekļa vietnes ar attiecīgo publikāciju un tās fragmentāru tulkojumu latviešu valodā*);

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

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

3.12.12. iebilduma iesniedzēja preču zīmju **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) reputācija Eiropas Savienībā ir atzīta vairākos EUIPO (ITSB) nolēmumos:

- ITSB (EUIPO) Iebildumu nodaļas 29.05.2009 lēmumā lietā Nr. B 629 172 tika atzīta preču zīmes **OMEGA** (fig.) reputācija vairākās Eiropas Savienības valstīs, it īpaši Vācijā, saistībā ar precīzām laika mērīšanas ierīcēm, konkrēti – rokas pulksteņiem (profesionāliem rokas pulksteņiem) un sporta laika noteikšanas aprīkojumam;
- ITSB (EUIPO) Apelāciju padomes 05.08.2010 lēmumā lietā Nr. R 740/2009-1 tika atzīta preču zīmes **OMEGA** reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar precīzām laika mērīšanas ierīcēm, konkrēti – rokas pulksteņiem (profesionāliem rokas pulksteņiem) un sporta laika noteikšanas aprīkojumu;
- ITSB (EUIPO) Iebildumu nodaļas 17.03.2015 lēmumā lietā Nr. B 1 993 446 tika norādīts, ka, lai gan pierādījumos nav tiešās tirdzniecības skaitļu vai to izdevumu summu, kas tērēti mārketingam un reklāmai, faktisko mārketinga un reklāmas kampaņu piemēri tirgos, pasaules līmeņa notikumos skaidri norāda, ka iebilduma iesniedzēja mārketinga darbības ir bijušas pietiekami nozīmīgas, lai ļautu izdarīt secinājumu par preču zīmes **OMEGA** (fig.) reputāciju;
- EUIPO Apelāciju padomes 05.09.2017 lēmumā lietā Nr. R 45/2017-5 tika atzīta zīmola **OMEGA** reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar hronoloģiskiem un hronometriskiem instrumentiem;
- EUIPO Iebildumu nodaļas 01.12.2017 lēmumā iebilduma lietā Nr. B 2 775 057 tika atzīta zīmes **OMEGA** (fig.) reputācija Eiropas Savienībā attiecībā uz rokas pulksteņiem 14. preču klasē (*iesniegtas kopijas no attiecīgajiem nolēmumiem ar to fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

3.12.13. arī Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome 20.05.2019 lēmumā iebilduma lietā Nr. RIAP/2019/M 72 716-Ie pret preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrāciju Latvijā ir norādījusi, ka lietā iesniegtais materiālu kopums ļauj izdarīt secinājumu, ka vārdiskais apzīmējums “OMEGA” Latvijas patērētājiem ir bijis plaši pazīstams saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, kā arī attiecībā uz minētajām precēm pretstatītajai zīmei **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) piemīt laba reputācija ES (skat. minētā lēmuma 12. lpp. 10. punktu). Šajā lēmumā arī atzīts, ka preču zīmei **OMEGA** piemīt augsta atšķirtspēja, it īpaši sakarā ar pazīstamību tirgū, tādējādi tai piešķirama visplašākā aizsardzība (skat. minētā lēmuma 13. lpp. 12.1. punktu);

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

3.14. minētais secinājums attiecas arī uz gadījumiem, ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota 9. klases precēm un 35., 38. un 41. klases pakalpojumiem, jo ir pamats pieņemt, ka patērētāji to varētu asociēt ar pretstatītajām preču zīmēm. To pastiprina gan tas, ka salīdzināmie apzīmējumi ir identiski, gan tas, ka agrākās zīmes ir apveltītas ar augstu atšķirtspēju un reputāciju ES. Attiecīgo preču un pakalpojumu sakarā ir jānorāda, ka iebilduma iesniedzējs ilgus gadus ir pazīstams kā olimpisko spēļu oficiālo laikrāžu nodrošinātājs un sponsors, savukārt olimpisko spēļu translācija tiek nodrošināta ar telesakaru vai satelītu sakaru pakalpojumu starpniecību, kuriem ir reģistrēta apstrīdētā zīme. Situācijā, ja olimpisko spēļu translācija tiktu nodrošināta ar preču zīmi **OMEGA**, tas noteikti samulsinātu attiecīgos patērētājus, proti, tie noteikti varētu pieņemt, ka iebilduma iesniedzējs bez laikrāžu nodrošināšanas olimpiskajām spēlēm ir iesaistījies arī olimpisko spēļu apraides pakalpojumu nodrošināšanā. Arī apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumu sakarā ir norādāms, ka slavenie pulksteņi **OMEGA** ir uzņemti un demonstrēti skatītāju iemīļotajās kinofilmās par *Džeimsu Bondu*, tādējādi, piedāvājot ar apstrīdēto zīmi, piemēram, filmu demonstrēšanu, apstrīdētās zīmes īpašnieks varētu iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmju augstās reputācijas. Līdz ar to apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu raksturs ļauj pieņemt, ka var tikt nodarīts būtisks kaitējums iebilduma iesniedzēja interesēm, kurš savas ilgās darbības rezultātā ir panācis, ka tā preces ir atzītas par elitārām;

3.15. apstrīdētās preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku:

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

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

- preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme šai pašā vai citā valstī pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai;

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

- attiecīgā preču zīme ir Latvijā plaši pazīstamas preču zīmes nepārprotams atveidojums, imitācija, tulkojums vai transliterācija, pat tad, ja apstrīdētā zīme ir pieteikta reģistrācijai citām precēm vai pakalpojumiem, nevis tām precēm vai pakalpojumiem, saistībā ar kuriem lieto plaši pazīstamo preču zīmi;
- attiecīgais preču zīmes pieteikums nav vienīgais šīs personas ar līdzīgu mērķi veiktais pieteikums, bet tāda rīcība attiecīgajai personai atkārtojas, ir raksturīga;

3.15.3. lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir jānovērtē, vai preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai. Nav šaubu, ka apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, piesakot 04.09.2018 reģistrācijai preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990), vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēja agrākajām preču zīmēm, it īpaši tāpēc, ka iebilduma iesniedzēja preču zīmes **OMEGA** un **OMEGA** (fig.) ir plaši pazīstamas zīmes Latvijā un tām piemīt augsta reputācija ES. Iebilduma iesniedzēja agrāko preču zīmju ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar negodīgiem paņēmieniem;

3.15.4. apstrīdētās preču zīmes īpašnieka - uzņēmuma FASHION ONE TELEVISION, SIA (Latvija) dalībnieku sarakstā ir norādīta persona *Michael Gerhard Johannes Gleissner* (iesniegta 08.11.2018 veikta izdruka no *Lursoft datubāzes par uzņēmumu FASHION ONE TELEVISION, SIA*). Šī persona ir saistīta ar uzņēmumu GRIGORIUS HOLDINGS, SIA (Latvija), kuram ir tā pati juridiskā adrese, kāda ir arī uzņēmumam FASHION ONE TELEVISION, SIA. Par minēto uzņēmumu saistību un *Michael Gleissner* iesaisti abos uzņēmumos liecina 08.09.2016 publikācija “*Michael Gleissner* UDRP izsekotājs – reversā domēna vārdu nolaupīšana” vietnē <http://onlinedomain.com>, kurā minēts, ka *Michael Gleissner* pieder vairāki uzņēmumi, piemēram, “Bigfoot”, “CKL Holdings” un šajā strīdā apstrīdētās zīmes īpašnieks – “FASHION ONE TELEVISION” (iesniegta minētā publikācija ar fragmentu tulkojumu latviešu valodā). Savukārt *Michael Gleissner* saistību ar GRIGORIUS HOLDINGS, SIA apliecina viņa kā pārstāvja statuss ES preču zīmes **Netopia** (Nr. EUTM 013679352) reģistrācijā (iesniegta izdruka no *EUIPO preču zīmju datu bāzes ar datiem par minēto preču zīmi*);

3.15.5. ar apstrīdētās preču zīmes īpašnieku saistītais uzņēmums GRIGORIUS HOLDINGS, SIA jau 26.09.2017 bija pieteicis preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716; 14., 25. un 26. kl. preces un 38. kl. pakalpojumi). Šīs preču zīmes reģistrāciju Latvijā iebilduma iesniedzējs apstrīdēja, un Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome ar 20.05.2019 lēmumu šo iebildumu apmierināja;

3.15.6. apstrīdētās zīmes īpašnieka - FASHION ONE TELEVISION, SIA un ar to saistītā uzņēmuma GRIGORIUS HOLDINGS, 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 ir divi uzņēmumi, kas ir cieši saistīti ar *Michael Gleissner*, tie ir: GRIGORIUS HOLDINGS, SIA un FASHION ONE TELEVISION, SIA. Šajā rakstā 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 pret GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmju reģistrācijām un vienu pret FASHION ONE TELEVISION, SIA preču zīmes reģistrāciju. Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome vismaz 10 lietās ir atzinusi GRIGORIUS HOLDINGS, SIA negodprātīgu nolūku gadījumos, kad apstrīdētā zīme un attiecīgās preces un pakalpojumi ir identiski agrākajai zīmei un tās precēm un pakalpojumiem (*iesniegts minētais raksts ar tulkojumu latviešu valodā*);

3.15.7. 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 iesniegumi par tehnoloģiju giganta preču zīmju atcelšanu jānoraida 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 “ļāunprātīgos nolūkos” (*iesniegts minētais raksts ar tulkojumu latviešu valodā*);

3.15.8. Apvienotās Karalistes Intelektuālā īpašuma biroja 18.01.2017 lēmumā lietā O-015-17 (“68 *Michael Gleissner kontrolētu personu pieteikumi atcelt 68 APPLE INC. preču zīmes neizmantošanas dēļ un APPLE INC. pieteikums atcelšanas pieteikumu noraidīšanai ļāunprātīga nolūka dēļ*”) īpaši uzsvērts, ka attiecīgie atcelšanas pieteikumi ir iesniegti ar kādu slēptu nolūku, kas ir neatbilstošs tādēļ, ka šādi atcelšanas pieteikumi ir procesa ļāunprātīga izmantošana un tādi ir attiecīgi noraidāmi (*iesniegts minētais lēmums ar tulkojumu latviešu valodā*);

3.15.9. piesakot reģistrācijai preču zīmi, ir jābūt ieinteresētībai zīmi lietot komercdarbībā. Tāda rīcība nav un netiek konstatēta neviņā no *Michael Gleissner* uzņēmumiem citās valstīs un arī Latvijā, tai skaitā apstrīdētās zīmes īpašnieka rīcībā, kas pēc būtības ir dibināts kā “čāulas uzņēmums” bez faktiskas komerciālas darbības (*iesniegtas izdrukas no tīmekļa vietnes www.lursoft.lv par uzņēmumiem FASHION ONE TELEVISION, SIA un GRIGORIUS HOLDINGS, SIA*);

3.15.10. minētie apstākļi pierāda, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka mēģinājums reģistrēt identisku preču zīmi nav nejaušs gadījums, bet tā ir apzināta, daudzkārt atkārtota starptautiska operācija ar noteiktu mērķi – piesavināties citām personām piederošas preču zīmes un pēc tam gūt peļņu uz šo preču zīmju rēķina un radīt preču zīmju īpašniekiem šķēršļus komercdarbībā. Pie šādiem apstākļiem identiskas preču zīmes **OMEGA** pieteikšana reģistrācijai, turklāt atkārtoti, tikai ar cita, taču saistīta uzņēmuma starpniecību, uzskatāma par acīmredzami negodprātīgu rīcību.

### Motīvu daļa

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

2. LPZ 7. panta pirmās daļas 1. punkts paredz, ka preču zīmi var atzīt par spēkā neesošu, ja šī preču zīme ir identiska agrākai preču zīmei un preces vai pakalpojumi, kuriem tā reģistrēta, ir identiski precēm vai pakalpojumiem, kuriem ir reģistrēta agrākā zīme.

3. 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.

4. No iebilduma lietas materiāliem konstatējams, ka pretstatītā starptautiski reģistrētā preču zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) ir vēlāk attiecināta uz Latviju 21.12.2000. Pretstatītās ES preču

zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) reģistrācijai pieteiktas 15.04.1996, un saskaņā ar LPZ Pārejas noteikumu 6. punktu, ja Kopienas preču zīme (ES preču zīme) ir reģistrēta vai pieteikta reģistrācijai pirms 2004. gada 1. maija, tās prioritāti Latvijā nosaka ar 2004. gada 1. maiju. Pretstatītās starptautiski reģistrētās un arī uz Eiropas Savienību attiecinātās preču zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639) konvencijas prioritātes datums ir 31.12.2009. Pretstatītā preču zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) starptautiski reģistrēta un arī uz Eiropas Savienību attiecināta 21.04.2015. Savukārt apstrīdētā zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrācijai pieteikta 04.09.2018. Tātad pretstatītās zīmes ir agrākas preču zīmes LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

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

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

7. Gan apstrīdētā zīme **OMEGA**, gan pretstatītā zīme **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) ir reģistrēta 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi” un 41. klases pakalpojumiem “izklaides pakalpojumi”, tātad šajā apjomā zīmes ir reģistrētas identiskiem pakalpojumiem.

8. Ievērojot to, ka apstrīdētā zīme **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) ir identiska agrākajai preču zīmei **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un šo zīmju pakalpojumu saraksti ietver identiskus 38. un 41. klases pakalpojumus, Apelācijas padome atzīst, ka, ciktāl apstrīdētā zīme ir reģistrēta 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi” un 41. klases pakalpojumiem “izklaides pakalpojumi”, tiktāl šajā lietā ir pamats piemērot LPZ 7. panta pirmās daļas 1. punkta nosacījumus. Proti, identisku zīmju un identisku pakalpojumu gadījumā agrākās preču zīmes aizsardzība ir absolūta (bez papildu nosacījumiem), un nav nepieciešams analizēt, vai pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji šīs preču zīmes var sajaukt vai savstarpēji asociēt, kā tas paredzēts 7. panta pirmās daļas 2. punkta gadījumā.

9. Salīdzinot pārējās apstrīdētās zīmes preces un pakalpojumus ar pretstatīto zīmju precēm un pakalpojumiem, Apelācijas padome secina:

9.1. apstrīdētā zīme 9. klasē ir reģistrēta precēm “akumulatori”, kas ir ierīces noteikta veida enerģijas uzkrāšanai. Pretstatītā zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) 9. klasē ir reģistrēta precēm “baterijas, uzlādējamās baterijas, uzlādes ierīces”. Visas šīs preces ir atzīstamas par līdzīgām, jo gan akumulatori, gan baterijas kalpo kā elektrības avots, tās visas ir saistītas ar elektrības uzkrāšanu vai uzlādi. Bez minētajām precēm agrākā zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) ir reģistrēta arī adapteriem, ar kuriem primāri saprot ierīces, kas nodrošina sadarbību starp atšķirīgām iekārtām vai sistēmām, kuru konstruktīvās un funkcionālās īpatnības neļauj izmantot tiešu savienojumu (*skat. [www.tezaurs.lv](http://www.tezaurs.lv)*). Ir adapteri, kas paredzēti strāvas pārveidošanai, vai ir, piemēram, bezvadu tīkla adapteri,

kas lielākajā daļā portatīvo datoru un arī daļā galddatoru var būt jau uzstādīti, lai savienotu datorus ar bezvadu tīklu. Līdz ar to apstrīdētās zīmes preces “datoru daļas” var atzīt par līdzīgām pretstatītās zīmes precēm “baterijas” un “adapteri”.

Pārējā apstrīdētās zīmes 9. klases preču apjomā (datortehnika; datorprogrammas; datoru perifērijas ierīces; elektroniskās datu apstrādes iekārtas; datortīklu un datu pārraides iekārtas; elektroniskās atmiņas ierīces; elektroniskās vadības ierīces (regulatori); ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas; sakaru tīklu vadi; elektrodi; telefoni; antenas; mikroprocesori; datoru tastatūras; videofilmas) Apelācijas padome konstatē, ka agrākās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) 9. klases preču saraksts ir pārāk šaurs, lai attiektos uz tik plašu informācijas tehnoloģiju preču klāstu kā, piemēram, datortehnika, datorprogrammas un ieprogrammētas datu nesēju elektroniskās shēmas. Tomēr zināma saistība un tāpat arī līdzība, kā to norāda arī iebilduma iesniedzējs, ir atzīstama starp minētajām apstrīdētās zīmes 9. klases precēm un agrāko zīmju telesakaru pakalpojumiem. Apstrīdētās zīmes preces, vispārīgi runājot, var būt nepieciešamas telekomunikāciju pakalpojumu nodrošināšanā, kā arī ir tieši attiecināmas uz digitālo un Interneta vidi. Turklāt pastāv jau stabila prakse, ka, nodrošinot telesakarus (piem., telekomunikāciju uzņēmumi “tet”, “baltcom”), tiek piedāvāts papildu tehniskais nodrošinājums – dekoderi, pultis un bezvadu rūteri;

9.2. gan apstrīdētā zīme, gan pretstatītā zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 614 933) 35. klasē ir reģistrētas vispārīgi nosauktiem pakalpojumiem “reklāma” un “biroja darbi”, tāpat šajā apjomā identiskiem pakalpojumiem.

Pārējie apstrīdētās zīmes 35. klases pakalpojumi, kaut detalizētāk nosaukti (konsultāciju un informācijas sniegšana par precēm un to izvēli tirdzniecības veicināšanai; izstāžu organizēšana reklāmas vai komerciolūkiem; preču reklamēšana komerciolūkiem; publicitātes un preču noieta veicināšanas pakalpojumi; nodrošināšana ar informāciju uzņēmējdarbības veikšanai un komerciolūkiem; konsultācijas biznesa jomā; konsultācijas uzņēmējdarbības organizācijas un vadības jomā; starpniecība preču pirkšanas un pārdošanas līgumu slēgšanā; tirgus izpēte un mārketinga pētījumi; datubāzu pārvaldīšana; konsultācijas uzņēmējdarbības risku pārvaldības jomā; nodarbinātības aģentūru pakalpojumi; personāla atlases pakalpojumi; personālvadības pakalpojumi īstermiņa darbinieku nodrošināšanai), ir uzskatāmi par līdzīgiem minētās pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “reklāma; darījumu vadīšana; komerciālā pārvaldība; biroja darbi”, jo kā vieni, tā otri attiecas uz tirdzniecības un preču noieta veicināšanas pakalpojumiem, konsultācijām šajā jomā, kā arī uzņēmējdarbības vadību un ar to saistītām konsultācijām, personālvadības pakalpojumiem un konsultācijām;

9.3. apstrīdētā zīme 38. pakalpojumu klasē ir reģistrēta arī dažādiem pārraides un apraides pakalpojumiem, proti, “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”. Pretstatītās zīmes **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) 38. klasē ir reģistrētas vispārīgi nosauktiem pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi”, savukārt agrākā zīme **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639) 38. klasē ir reģistrēta pakalpojumiem “sporta datu un sporta rezultātu pārraide plašsaziņas līdzekļos (prese, radio, televīzija, Internets); sporta datu un sporta rezultātu demonstrēšana (telekomunikāciju pakalpojumi)”.

Telekomunikācija ir informācijas pārraide pa sakaru līnijām no viena raidītāja uz vienu vai vairākiem uztvērējiem ar telegrāfa, telefona, radio, televīzijas, datoru tīklu u. c. sistēmu palīdzību.

Līdz ar to minētie apstrīdētās zīmes pārraides un apraides pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, to nolūks ir nodrošināt personu savstarpējo komunikāciju, nosūtot datus un informāciju, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālai un mutvārdu komunikācijai, un tos vieno tehnoloģijas, digitālais raksturs un Interneta vide. Tādējādi nav šaubu, ka šos apstrīdētās zīmes pakalpojumus var atzīt par ļoti līdzīgiem un savstarpēji cieši saistītiem ar telesakaru pakalpojumiem, kuriem ir reģistrētas minētās agrākās preču zīmes;

9.4. apstrīdētā zīme 41. pakalpojumu klasē ir reģistrēta lielai daļai tādu pakalpojumu, kuru mērķis ir izklaide un atpūta (radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot filmu tirdzniecību un raidīšanu; nelejupielādējamu filmu un televīzijas programmu nodrošināšana; videomateriālu nodrošināšana pēc pieprasījuma; elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistē). Apelācijas padomes ieskatā tos var atzīt par līdzīgiem un savstarpēji cieši

saistītiem ar pretstatīto zīmju **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) 41. klasē ietvertajiem un vispārīgi nosauktajiem pakalpojumiem “izklaides pakalpojumi”. Tāpat var piekrist iebilduma iesniedzēja pārstāvei, ka daļa šo apstrīdētās zīmes pakalpojumu var saistīties ar minēto agrāko zīmju 38. klases pakalpojumiem “telekomunikāciju pakalpojumi” un agrākās zīmes **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 044 639) 38. klases pakalpojumiem “sporta datu un sporta rezultātu pārraide plašsaziņas līdzekļos (prese, radio, televīzija, Internets); sporta datu un sporta rezultātu demonstrēšana (telekomunikāciju pakalpojumi)”. Mūsdienās ir ierasti, ka telekomunikāciju uzņēmumi, to skaitā radio, televīzijas kanāli un straumēšanas platformas, nodrošina savas multivides platformas (Latvijā, piemēram, <https://skaties.lv>, <https://straume.lmt.lv>, <https://shortcut.lv>), kurās pārraida šovus, koncertus, filmas, seriālus, kā arī paši var producēt un demonstrēt, piemēram, savus televīzijas šovus un seriālus. Līdz ar to minētie pakalpojumi ir atzīstami par līdzīgiem un saistītiem.

Līdzība ir atzīstama arī starp apstrīdētās zīmes pakalpojumiem “apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem” un agrāko zīmju pakalpojumiem “sporta un kultūras pasākumi” un “izklaides pakalpojumi”, jo agrāko zīmju pakalpojumu ievirze zināmā mērā var būt arī ar izglītojošu raksturu.

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

11. Ņemot vērā iepriekšminēto, it īpaši to, ka apstrīdētā zīme **OMEGA** ir identiska vienai no pretstatītajām zīmēm, proti, **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) un ļoti līdzīga pārējām pretstatītajām figurālajām zīmēm, Apelācijas padome uzskata, ka attiecīgie Latvijas patērētāji šīs salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas, vienam un tam pašam uzņēmumam piederošas preču zīmes. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem ir pamatota.

12. Iebilduma iesniedzējs atsaucas arī uz LPZ 8. panta pirmo un otro daļu, kā arī 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumiem.

12.1. Lai piemērotu LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumus, ir jākonstatē, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaukami atveidota, imitēta, tulkota vai transliterēta tāda preču zīme, kas, kaut arī nebūtu reģistrēta, ir Latvijā plaši pazīstama preču zīme attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. LPZ 8. panta otrā daļa papildina pirmās daļas noteikumus 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.

12.2. Savukārt LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumi nosaka, ka iebildumu pret vēlāku preču zīmes reģistrāciju var pamatot ar agrāku identisku vai līdzīgu Kopienas preču zīmi (Eiropas Savienības preču zīmi), kurai ir laba reputācija Eiropas Kopienā (Eiropas Savienībā), bet ar nosacījumu, ka vēlākās preču zīmes lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar precēm vai pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu vai ka šādu vēlākās preču zīmes lietošanu patērētāji var uztvert kā norādi uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un minētās Kopienas preču zīmes īpašnieku un šāda lietošana var kaitēt Kopienas preču zīmes (Eiropas Savienības preču zīmes) īpašnieka interesēm.

13. Apelācijas padome uzskata, ka lietas materiālu kopums ļauj izdarīt secinājumu, ka vārdiskais apzīmējums “OMEGA” attiecīgajiem Latvijas patērētājiem ir bijis plaši pazīstams saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm jau pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma

datuma (04.09.2018) un ka pretstatītajām ES spēkā esošajām preču zīmēm **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229), **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) attiecībā uz minētajām precēm piemīt arī laba reputācija Eiropas Savienībā. To it īpaši apliecina šādi fakti un pierādījumi:

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

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

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

13.4. zīmola **OMEGA** atpazīstamību un reputāciju apliecina kompānijas *Interbrand* dažādi pētījumi, kuros tas tiek sistemātiski ierindots gan starp labākajiem Šveices zīmoliem, gan starp vērtīgākajiem Šveices rokas pulksteņu zīmoliem. Rokas pulksteņu **OMEGA** ekskluzivitāti 2016. gadā ir atzinis pasaulē slavenais ziņu kanāls “CNN”, kurš tos ir iekļāvis starp pieciem nepārspējamiem pulksteņiem pasaulē. Apelācijas padomes ieskatā augsta preču zīmes atpazīstamības pakāpe citās valstīs mūsdienu apstākļos nevar neatstāt iespaidu uz šīs zīmes atpazīstamību arī Latvijā. It sevišķi tas attiecas uz precēm, kuru prestižais raksturs vai iespaids uz dzīvesstilu un paradumiem izraisa pastiprinātu sabiedrības interesi, jo, kaut arī tikai neliela daļa patērētāju iegādājas par vidusmēra precēm stipri dārgākas, elitāras preces, tomēr šādas preces zina sabiedrības lielākā daļa, jo tās tiek īpašā veidā popularizētas presē, dzīvesstila žurnālos, daiļliteratūrā, televīzijā, filmās. Arī šajā gadījumā lietā iesniegto publikāciju raksturs un citi fakti par zīmola **OMEGA** popularitāti veicinošām aktivitātēm ļauj atzīt, ka iebilduma iesniedzēja pulksteņiem **OMEGA** piemīt prestižs raksturs un tie ir uzskatāmi par luksusa precēm;

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

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

13.7. iepriekš minētos faktus un lietā iesniegtos pierādījumus Apelācijas padome pavisam nesen atzina par tādiem, kas apliecina gan apzīmējuma “OMEGA” plašo pazīstamību Latvijā saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, gan tās pašas pretstatītās zīmes, kas arī šajā lietā ir pretstatītā zīme, proti, **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229), labu reputāciju Eiropas Savienībā attiecībā uz minētajām precēm. Tas izriet no Apelācijas padomes 20.05.2019 lēmuma, kas tika pieņemts Šveices uzņēmēj sabiedrības OMEGA SA (OMEGA AG) (OMEGA LTD.) iesniegtā iebilduma lietā pret



uzņēmēj sabiedrības GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrāciju Latvijā. Šis lēmums nav apstrīdēts un ir stājies spēkā.

14. Ņemot vērā, ka apstrīdētā zīme **OMEGA** pilnībā atkārtoti iebilduma iesniedzēja pulksteņu zīmolu **OMEGA**, var nešaubīgi apgalvot, ka apstrīdētajā zīmē ir sajaucami atveidota, imitēta iebilduma iesniedzēja Latvijā plaši pazīstamā preču zīme.

15. Neraugoties uz iepriekš izdarīto atzinumu, lietas apstākļi neatbilst LPZ 8. panta pirmās daļas noteikumiem. Apelācijas padome atzīmē, ka šī norma attiecas uz gadījumu, kad apstrīdētās zīmes preces vai pakalpojumi ir identiski vai līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir plaši pazīstama agrākā preču zīme. Apelācijas padome uzskata, ka šāda līdzība nav saskatāma starp apstrīdētās zīmes 9. klases precēm un 35., 38. un 41. klases pakalpojumiem, no vienas puses, un rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, no otras puses.

16. Taču Apelācijas padome atzīst, ka lietas apstākļi atbilst LPZ 8. panta otrās daļas noteikumiem vismaz tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta attiecībā uz 9. klases precēm, izņemot "videofilmas", un 38. klases pakalpojumiem.

Minētās apstrīdētās zīmes preces ir sasaistāmas ar iebilduma iesniedzēja darbības jomu, proti, pulksteņu nozari, bet visvairāk ar sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm. No lietas materiāliem izriet, ka iebilduma iesniedzējs kopš 1932. gada ar laika noteikšanas ierīcēm nodrošina olimpiskās spēles, līdz ar to attiecīgās ierīces noteikti ir cieši saistītas gan ar informācijas tehnoloģiju ierīcēm, piemēram, datortehniku un datorprogrammām, gan ar informācijas pārraidi, piemēram, uz stadionos uzstādītiem displejiem, kas atspoguļo attiecīgo sporta disciplīnu rezultātus. Līdz ar to Apelācijas padome šajā lietā saskata, ka pretstatīto zīmju augstā reputācija minētajā jomā var piešķirt negodīgas priekšrocības apstrīdētās zīmes īpašniekam vai nodarīt kaitējumu iebilduma iesniedzēja interesēm tad, ja apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota attiecībā uz 9. klases precēm (izņemot "videofilmas") un telesakaru pakalpojumiem un citiem pārraides un apraides pakalpojumiem, kas ietverti apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu sarakstā.

Savukārt pārējā apstrīdētās zīmes preču un pakalpojumu apjomā, proti, attiecībā uz 9. klases precēm "videofilmas", 35. un 41. klases pakalpojumiem, maz ticams, ka kaitējums varētu būt būtisks, jo gan videofilmas, gan filmu producēšana un citi izklaides pakalpojumi ir visai attālas uzņēmējdarbības nozares no pulksteņu nozares vai sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm, attiecībā uz kurām tika atzīta pretstatīto zīmju plaša pazīstamība Latvijā.

17. Minētie secinājumi lielā mērā atbilst tam, lai konstatētu, ka iebilduma iesniedzējs šajā lietā pamatoti atsaucas arī uz LPZ 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas noteikumiem vismaz tiktāl, ciktāl apstrīdētā zīme reģistrēta attiecībā uz 9. klases precēm, izņemot "videofilmas", un 38. klases pakalpojumiem:

17.1. pretstatīto preču zīmju **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229), **OMEGA** (fig.) (Nr. EUTM 008148892) un **OMEGA** (fig.) (reģ. Nr. WO 1 255 609) reģistrācijas ir spēkā attiecībā uz Eiropas Savienību. Jau iepriekš šajā lēmumā tika secināts, ka tās salīdzinājumā ar apstrīdēto zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 930) ir agrākas preču zīmes. Tāpat iepriekš tika atzīts šo preču zīmju identiskums un augstā līdzība. Turklāt tika konstatēts, ka agrākajām zīmēm piemīt reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar rokas pulksteņiem un sportam paredzētām laika noteikšanas ierīcēm;

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

17.3. Apelācijas padome jau iepriekš konstatēja, ka vismaz apstrīdētās zīmes 9. klases preču, (izņemot "videofilmas") un 38. klases pakalpojumu raksturs ļauj pieņemt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks varētu iegūt negodīgas priekšrocības vai izdevīgumu tirgū no iebilduma iesniedzēja preču zīmju augstās reputācijas (skat. šā lēmuma motīvu daļas 16. punktu). Tai pašā laikā kaitējums ir visai niecīgs, ja ir runa

par apstrīdētās zīmes 9. klases precēm “videofilmas” un 35., 41. klases pakalpojumiem, jo, kā jau iepriekš secināts, attiecīgie komercdarbības virzieni ir atšķirīgi un starp tiem saistība nav konstatējama (skat. šā lēmuma motīvu daļas 16. punktu).

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

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

18.2. lai konstatētu preču zīmes pieteicēja negodprātību, ir jānovērtē, vai preču zīmes pieteicējs zināja vai tam vajadzēja zināt, ka attiecīgā preču zīme pieder citai personai vai ka citai personai acīmredzami ir pamatotākas tiesības uz šādas zīmes pieteikšanu, reģistrāciju un attiecīgi iegūto izņēmuma tiesību izmantošanu savas komercdarbības nodrošināšanai un veicināšanai;

18.3. iebilduma iesniedzējs ir norādījis, ka apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, piesakot 04.09.2018 reģistrācijai preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990), vajadzēja zināt par iebilduma iesniedzēja agrākajām preču zīmēm. Šis apgalvojums pamatots ar to, ka ar apstrīdētās preču zīmes īpašnieku saistītais uzņēmums, proti, GRIGORIUS HOLDINGS, SIA, jau 26.09.2017 bija pieteicis preču zīmi **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716; 14., 25. un 26. kl. preces un 38. kl. pakalpojumi). Šīs preču zīmes reģistrāciju Latvijā iebilduma iesniedzējs bija apstrīdējis, un Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome ar 20.05.2019 lēmumu šo iebildumu apmierināja;

18.4. minētais arguments tomēr nevar tikt ņemts vērā. Apelācijas padome neapšaubā, ka Latvijas uzņēmums FASHION ONE TELEVISION, SIA ir saistīts ar uzņēmumu GRIGORIUS HOLDINGS, SIA. Par šo uzņēmumu saistību liecina gan tas, ka minētajiem uzņēmumiem ir viena un tā pati juridiskā adrese, gan tas, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka dalībnieku sarakstā ir norādīta persona *Michael Gerhard Johannes Gleissner*, kas tostarp kā uzņēmuma GRIGORIUS HOLDINGS, SIA pārstāvis ir norādīts ES preču zīmes **Netopia** (Nr. EUTM 013679352) reģistrācijā. Šo faktu papildina arī iebilduma iesniedzēja iesniegtās vairākas publikācijas (08.09.2016 publikācija “*Michael Gleissner* UDRP izsekotājs – reversā domēna vārdu nolaušana” vietnē <http://onlinedomain.com> un izdevumā World Trademark Review (WTR) 25.02.2019 raksts “*Gleissner* faili 2019: IP birojs atklāj pārsteidzoši lielu preču zīmju pieteikumu skaitu”). Tomēr ir jāņem vērā, ka negodprātīgā nolūka pastāvēšana ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus atbilstošos lietas faktus reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, proti, visus faktorus, kuriem ir nozīme izskatāmajā lietā un kuri pastāvēja reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī. Apstrīdētās zīmes pieteikuma brīdī, proti, 04.09.2018, apstrīdētās zīmes īpašniekam nevarēja būt zināms lietas rezultāts iebilduma lietā pret ar to saistītā uzņēmuma preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 72 716) reģistrāciju Latvijā. Minētais agrākais strīds tika izskatīts rakstveida procesā, un Apelācijas padomes rakstveida lēmums tika sagatavots 20.05.2019, kas ir vēlāk par apstrīdētās zīmes pieteikuma datumu (04.09.2018);

18.5. šajā lietā pastāv arī cits būtisks apstāklis, proti, apstrīdētās zīmes īpašnieks ir pieteicis pretstatītajai zīmei **OMEGA** (Nr. EUTM 007320229) identisku preču zīmi citastarp arī attiecībā uz identiskiem pakalpojumiem, proti, 38. klases pakalpojumiem “telesakaru pakalpojumi” un 41. klases pakalpojumiem “izklaides pakalpojumi”. Minētā agrākā zīme attiecībā uz Latviju ir spēkā no 01.05.2004, tātad vairākus gadus pirms apstrīdētās zīmes pieteikuma datuma. Ņemot to vērā, Apelācijas padome uzskata, ka apstrīdētās zīmes īpašniekam vajadzēja zināt par faktu, ka citai personai pieder identiska zīme, kas reģistrēta identiskiem pakalpojumiem. Preču zīmi reģistrē, lai iegūtu izņēmuma tiesības uz apzīmējumu, kas palīdz patērētājiem identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, un neviens komersants nemēģina ienākt tirgū, kaut kādā līmenī neizpētot nozarē darbojošos uzņēmumus un to preču zīmes. Šādas informācijas ignorēšana var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu ar iebilduma iesniegumā izklāstītajiem paņēmieniem;

18.6. ņemot vērā minēto un vērtējot to kopsakarā ar iebilduma iesniegumā norādītajiem faktiem par apstrīdētās zīmes īpašnieku, ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētā zīme ir pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku, ciktāl tas attiecas uz identiskiem pakalpojumiem, proti, telesakaru un izklaides

pakalpojumiem. Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā lietā ir pamatota daļēji.

### Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 7. panta pirmās daļas 1. un 2. punkta, 8. panta otrās daļas, 39.<sup>3</sup> panta pirmās daļas un 6. panta otrās daļas noteikumiem, **nolemj**:

1. apmierināt Šveices uzņēmēj sabiedrības OMEGA SA (OMEGA AG) (OMEGA LTD.) iebildumu pret preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrāciju Latvijā, atzīstot minēto preču zīmi par spēkā neesošu ar tās reģistrācijas dienu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam, pamatojoties uz šo lēmumu, Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 100. pantā noteiktajā kārtībā izdarīt Preču zīmju reģistrā, kā arī citā Patentu valdes dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **OMEGA** (reģ. Nr. M 73 990) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu.

Lietas dalībnieks, kas nepiekrīt šim lēmumam, var triju mēnešu laikā no šā lēmuma paziņošanas dienas (Paziņošanas likums, 5. līdz 9. pants) vērsties tiesā saistībā ar šo lēmumu atbilstoši Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 98. pantā un Civilprocesa likuma 30.<sup>3</sup> nodaļā noteiktajai kārtībai.

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

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

Lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja: /personiskais paraksts/

I. Plūme-Popova

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi:

/personiskais paraksts/

J. Bērzs

/personiskais paraksts/

D. Liberte