



## Patentu valde

### RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Juridiskā adrese: Citadeles 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 74 096-Ie  
(OP-2019-101)

### LĒMUMS

Rīgā

2020. gada 31. jūlijā

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk - Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:

priekšsēdētāja – D. Liberte,  
locekļi – I. Plūme-Popova un J. Bērzs,  
sekretāre – Z. Gavare,

2020. gada 5. jūnijā Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumu, kuru, vadoties no 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 20. maijā ASV uzņēmēj sabiedrības Eminent, Inc. (turpmāk arī – iebilduma iesniedzējs) vārdā iesniegusi profesionālā patentpilnvariece ar specializāciju preču zīmju jomā G. Zariņa pret preču zīmes **REVOLVO**

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība GRIGORIUS HOLDINGS, SIA (Latvija); pieteik. Nr. M-18-1536; pieteik. dat. 24.10.2018; reģ. Nr. M 74 096; reģ. (publ.) dat. 20.02.2019; 9. un 25. klases preces un 38. un 41. klases pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebilduma pamatojumi:

- sakarā ar apstrīdētās preču zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) līdzību Latvijā agrākajai iebilduma iesniedzēja Eiropas Savienības preču zīmei **REVOLVE** (Nr. EUTM 012299087) un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas (LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkts);
- apstrīdētā preču zīme **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrācijai pieteikta ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa).

Iebilduma iesnieguma kopija saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 21.05.2019 tika nosūtīta apstrīdētās preču zīmes īpašniekam, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbilde uz iebildumu nav saņemta.

Apmierinot iebilduma iesniedzēja pārstāves patentpilnvarnieces ar specializāciju preču zīmju jomā K. Ostrovskas 22.07.2019 izteikto lūgumu, 06.09.2019 lietai noteikta izskatīšana mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē.

01.06.2020 Apelācijas padomē saņemti iebilduma iesniedzēja puses papildu paskaidrojumi, kuri 02.06.2020 nosūtīti apstrīdētās zīmes īpašniekam.

Uz Apelācijas padomes sēdi neieradās neviena no pusēm.

Iebilduma iesniedzēja pārstāvis patentpilnvarnieks ar specializāciju preču zīmju jomā G. Meržvinskis 01.06.2020 paziņojis Apelācijas padomei, ka iebilduma iesniedzējs ir devis instrukcijas savam pārstāvim šajā iebilduma lietā nepārstāvēt viņu Apelācijas padomes sēdē.

Apstrīdētās preču zīmes īpašniekam ir pienācīgi paziņots par Apelācijas padomes sēdes laiku un vietu, un nav ziņu par zīmes īpašnieka vai viņa pārstāvja neierašanās iemesliem.

Līdz ar to Apelācijas padome nolēma izskatīt lietu bez pušu klātbūtnes, ņemot vērā lietā esošos materiālus.

### Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrēta kā vārdiska zīme šādām precēm un pakalpojumiem:

- 9. klasē: “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”;

- 25. klasē: “apģērbi, apavi, galvassegas; peldkostīmi; sporta apģērbi; brīvā laika apģērbi”;

- 38. klasē: “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. klasē: “radio un televīzijas šovu producēšana; filmu producēšana; apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; izklaides pakalpojumi; filmu demonstrēšana; filmu izplatīšana, izņemot tirdzniecību un raidīšanu; neļūpīlādējamu 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 iesniedzējs ir pretstatījis vārdisku Eiropas Savienības preču zīmi **REVOLVE** (Nr. EUTM 012299087; pieteik. dat. 11.11.2013; reģ. dat. 11.04.2014; publ. dat. 15.04.2014; 14., 18. un 25. klases preces un 35. klases pakalpojumi), kas citastarp reģistrēta šādām precēm un pakalpojumiem:

- 25. klasē: “apģērbi; apavi; galvassegas; [...] peldbikses; pludmales tērpi; pludmales apavi; [...] vingrošanas apģērbi; [...] riteņbraucēju apģērbi; [...] zvejnieku un maksšķerņieku vestes; [...] sporta krekli (formas); slēpju zābaki; slēpošanas cimdi; [...] sporta apavi; [...] peldkostīmi; [...] mitrumizturīgs apģērbs ūdensslēpošanai”;

- 35. klasē: “reklāma; [...] padomu sniegšana darījumu vadīšanā; [...] telekomunikācijas pakalpojumu abonēšanas organizēšana citu personu labā; [...] darījumu informācijas sniegšana; [...] konsultāciju sniegšana darījumu vadīšanā un organizēšanā; [...] uzņēmējdarbības vadības konsultēšana; [...] konsultācijas saistībā ar uzņēmējdarbības organizēšanu; [...] komerciāla informācija un padomi patērētājiem; [...] informācijas vākšana datoru datu bāzēs; [...] datorizēta datņu (failu) pārvaldība; [...] datu meklēšana datoru datnēs (failos) trešajām personām; preču demonstrēšanas pakalpojumi; [...] reklāmas izplatīšana; [...] dokumentu pavairošana; [...] maketēšanas pakalpojumi reklāmas vajadzībām; [...] biroja aparātu un ierīču iznomāšana; reklāma tiešsaistes režīmā, izmantojot datortīklus; [...] izstādes komerciālos vai reklāmas nolūkos; modes skašu rīkošana reklāmas nolūkos; gadatirgu organizēšana komerciāliem un reklāmas nolūkiem; [...] konsultāciju sniegšana personālvadībā; [...] fotokopēšana; preču demonstrēšana komunikācijas līdzekļos mazumtirdzniecības vajadzībām; [...] reklāmfilmu ražošana; uzņēmējdarbības konsultāciju pakalpojumi; [...] reklāmas tekstu publicēšana; [...] radioreklāmas; [...] reklāmas laika iznomāšana masu komunikācijas līdzekļos; kopēšanas iekārtu iznomāšana, tirdzniecības automātu iznomāšana; [...] informācijas sistematizēšana datoru datubāzēs; [...] televīzijas reklāmas; [...] mašīnrakstīšanas pakalpojumi; reklāmas materiālu aktualizēšana; [...] mazumtirdzniecības veikalu un tiešsaistes mazumtirdzniecības veikalu pakalpojumi saistībā ar šādu preču tirdzniecību, proti, apģērbi, apavi, galvassegas un apģērba aksesuāri vīriešiem un sievietēm, kā arī citas dzīvesveida un kultūras dizaina preces, proti, mājas dekorī, kosmētika, juvelierizstrādājumi, rokas pulksteņi, rokassomas, somas, skaistumkopšanas produkti, ceļošanas priekšmeti un fotogrāfiskie, skaņas un elektronikas piederumi”.

3. Iebilduma iesniedzējs lūdz atzīt preču zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrāciju Latvijā par spēkā neesošu, iebilduma iesniegumā un papildinājumos pie iebilduma argumentējot to šādi:

### 3.1. apstrīdētās zīmes reģistrācija ir pretrunā LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem:

3.1.1. apstrīdētā zīme **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) pieteikta reģistrācijai 24.10.2018, bet pretstatītā zīme **REVOLVE** (Nr. EUTM 012299087) - 11.11.2013. No tā izriet, ka pretstatītā zīme ir agrāka zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;

#### 3.1.2. salīdzināmās zīmes ir reģistrētas identiskām un līdzīgām precēm un pakalpojumiem:

- apstrīdētā zīme 25. klasē ir reģistrēta vispārīgi nosauktai preču grupai "apģērbi, apavi, galvassegas", kā arī dažiem konkrēta pielietojuma apģērbu veidiem - peldkostīmiem, sporta apģērbiem, brīvā laika apģērbiem. Savukārt pretstatītās zīmes 25. klases preču saraksts ietver ne tikai apģērbus, apavus, galvassegas un peldkostīmus jeb tās pašas preces, kas ietvertas apstrīdētās zīmes 25. klases preču sarakstā, bet arī citus apģērbu veidus, kas paredzēti dažādam pielietojumam, piemēram, ikdienas valkāšanai, sportam un citām nodarbēm. Tātad salīdzināmo zīmju 25. klases preces kalpo vienam un tam pašam nolūkam, ar tām patērētāji var saskarties vienā un tajā pašā iegādes vietā, un tādējādi tās ir uzskatāmas par identiskām;

- apstrīdētās zīmes 9. klases preces ir uzskatāmas par līdzīgām tādiem pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem kā informācijas vākšana datoru datu bāzēs, datorizēta datņu (failu) pārvaldība, datu meklēšana datoru datnēs (failos) trešajām personām, dokumentu pavairošana, biroja aparātu un ierīču iznomāšana, fotokopēšana, kopēšanas iekārtu iznomāšana, tirdzniecības automātu iznomāšana, informācijas sistematizēšana datoru datubāzēs, mašīnrakstīšanas pakalpojumi. Visas šīs preces un pakalpojumi attiecas uz vai ir saistīti ar datoriem, informācijas tehnoloģijas ierīcēm, iekārtām, to daļām vai sastāvdaļām, ir izmantojami informācijas tehnoloģijas procesu darbībā un nodrošināšanā. Šīm precēm un pakalpojumiem var būt tie paši ražotāji un pakalpojumu sniedzēji, sakrītīga patērētāju mērķauditorija un tirdzniecības un izplatīšanas kanāli, un tie viens otru papildina;

- apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, un to nolūks ir iespējot personu savstarpējo komunikāciju, datu un informācijas apmaiņu, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālai un mutvārdu komunikācijai. Ir konstatējama būtiska līdzība starp šiem apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumiem un pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem "reklāma, telekomunikācijas pakalpojumu abonēšanas organizēšana citu personu labā, preču demonstrēšanas pakalpojumi, reklāmas izplatīšana, maketēšanas pakalpojumi reklāmas vajadzībām, reklāma tiešsaistes režīmā, izmantojot datortīklus, preču demonstrēšana komunikācijas līdzekļos mazumtirdzniecības vajadzībām, reklāmas tekstu publicēšana, radioreklāmas, reklāmas laika iznomāšana masu komunikācijas līdzekļos, televīzijas reklāmas, reklāmas materiālu aktualizēšana". Pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumi aptver saturu, kura nodošana patērētājiem notiek ar apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu pielietošanu, proti, šie pakalpojumi viens otru papildina. Turklāt mūsdienās ievērojama daļa reklāmas sabiedrībai tiek piegādāta elektroniski uz patērētāju viedierīcēm. Attiecīgi šie salīdzināmo zīmju pakalpojumi ir cieši savstarpēji saistīti, tos var sniegt viens un tas pats komersants, un šiem pakalpojumiem var būt viena un tā pati mērķauditorija;

- apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi "apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi; semināru un kongresu organizēšana un vadīšana; izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem" ir identiski pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem "padomu sniegšana darījumu vadīšanā; darījumu informācijas sniegšana; konsultāciju sniegšana darījumu vadīšanā un organizēšanā; uzņēmējdarbības vadības konsultēšana; konsultācijas saistībā ar uzņēmējdarbības organizēšanu; komerciāla informācija un padomi patērētājiem; izstādes komerciālos vai reklāmas nolūkos; modes skašu rīkošana reklāmas nolūkos; gadatirgu organizēšana komerciāliem un reklāmas nolūkiem; konsultāciju sniegšana personālvadībā; uzņēmējdarbības konsultāciju pakalpojumi", jo visi šie pakalpojumi aptver pasākumus un darbības, kuru būtība ir informēt sabiedrību;

- apstrīdētajā reģistrācijā ietvertie izklaides pakalpojumi ir uzskatāmi par līdzīgiem pretstatītās reģistrācijas izstāžu, modes skašu un gadatirgu organizēšanas pakalpojumiem, jo izstādes un, it īpaši, modes skates ir ne tikai informatīvas to apmeklētājiem, bet ietver arī elementus, kuru mērķis ir cilvēkus izklaidēt;

- tādi apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi kā "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 saistīti ar dažādiem plašsaziņas līdzekļu veidiem, kuros ir iespējama reklāmas izvietošana. Tādēļ komersanti, kas nodarbojas ar plašsaziņas līdzekļu satura izveidi, daļēji nodarbojas arī ar reklāmu, piemēram, tirgojot reklāmas vietu

vai laiku, kas ir būtisks šādu uzņēmumu ienākumu avots. Tādēļ šie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi ir uzskatāmi par saistītiem ar pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “reklāma; preču demonstrēšanas pakalpojumi; reklāmas izplatīšana; preču demonstrēšana komunikācijas līdzekļos mazumtirdzniecības vajadzībām; reklāmfilmu ražošana; radioreklāmas”, un šādus pakalpojumus var sniegt viens un tas pats komersants. Šie pakalpojumi ir savstarpēji papildinoši, tādēļ līdzīgi;

3.1.3. par attiecīgajiem patērētājiem šīs lietas sakarā var uzskatīt diezgan plašu patērētāju loku, kas ietver vidusmēra patērētājus, bet tai pašā laikā arī speciālistus. Apstrīdētā zīme ir reģistrēta gan ikdienā lietojamām, piemēram, 25. klases precēm, arī datortehnikai un telefoniem, gan specifiskām precēm, piemēram, elektroniskās vadības ierīcēm (regulatoriem), elektrodiem un mikroprocesoriem. Tādi apstrīdētās zīmes pakalpojumi kā apmācība, izpriecās, sporta un kultūras pasākumi, telesakaru pakalpojumi ir adresēti plašam patērētāju lokam, savukārt apraides pakalpojumi un filmu, televīzijas un radio šovu veidošana galvenokārt adresēta attiecīgo jomu speciālistiem.

Salīdzināmo zīmju savstarpējās sajaukšanas iespējamība ir jāvērtē attiecībā pret tās sabiedrības daļas uztveri, kuras uzmanības pakāpe ir zemāka, jo tā pakļauta lielākai iespējai sajaukt (*skat. Vispārējās Tiesas (turpmāk – VT) spriedumu lietā T-220/09, Ergo Versicherungsgruppe AG v Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (ITSB; tagad – Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs, turpmāk - EUIPO), 21. punktu*). Tātad sajaukšanas iespējamība ir jāvērtē attiecībā pret vidusmēra patērētāju;

3.1.4. starp salīdzināmajām zīmēm pastāv būtiska vizuāla un fonētiska līdzība:

- salīdzināmās zīmes ir vārdiskas, un katra sastāv no viena vārdiska apzīmējuma – apstrīdētās gadījumā tas ir “REVOLVO”, bet pretstatītās gadījumā – “REVOLVE”;

- salīdzināmās zīmes atšķiras tikai ar to pēdējiem burtiem “-o” un “-e”. VT ir atzinusi, ka vārdiskajās preču zīmēs vai zīmēs, kuras satur vārdisku apzīmējumu, apzīmējuma sākumdaļa parasti ir tā, kas galvenokārt piesaistīs patērētāju uzmanību, tādēļ patērētāji to atcerēsies skaidrāk nekā zīmes pārējo daļu. Tas nozīmē, ka kopumā zīmes sākumdaļa atstāj būtisku ietekmi uz preču zīmes kopiespaidu (*skat. VT sprieduma lietā T 412/08, Trubion Pharmaceuticals, Inc. v EUIPO, 40. punktu*). Ievērojot šo atziņu, salīdzināmo zīmju pēdējo burtu atšķirība ir uzskatāma par šo zīmju kopiespaidu neietekmējošu un līdz ar to nespēj novērst zīmju savstarpējās sajaukšanas risku, kā arī iespējamību, ka attiecīgie patērētāji apzīmējumu “REVOLVO” asociēs kā izrietošu no apzīmējuma “REVOLVE”;

- pretstatītās zīmes vārdiskajam apzīmējumam piemīt semantiska nozīme, proti, angļu valodā vārds “revolve” apraksta griešanās kustību. Tomēr šis vārds nav uzskatāms par attiecīgās preces un pakalpojumu aprakstošu, tātad tam piemīt atšķirtspēja, kas piemīt arī apstrīdētajai zīmei, lai arī vārdam “revolve” nav semantiskas nozīmes. Tomēr nav iemesla uzskatīt, ka iepriekšminēto apstākļu dēļ salīdzināmo zīmju kopiespaids ir tik atšķirīgs, lai jebkādā veidā pietiekami samazinātu šo zīmju savstarpējās sajaukšanas iespējamību. Tieši pretēji – apzinoties, ka salīdzināmo zīmju sākumdaļas nosaka to, kā patērētāji tās uztver, pastāv iespēja, ka, saskaroties ar abu zīmju identiskajām sākumdaļām, patērētājiem šie apzīmējumi šķitīs identiski vai pat asociēsies ar vārdu “revolveris”;

3.1.5. sajaukšanas iespējas pastāvēšanas visaptverošs novērtējums ietver relevanto faktoru savstarpēju atkarību, it īpaši zīmju līdzības un preču un pakalpojumu līdzības savstarpēju atkarību. Tas nozīmē, ka preču vai pakalpojumu zemāka līdzības pakāpe var tikt kompensēta ar zīmju līdzības augstāku pakāpi un *vice versa* (*skat. Eiropas Savienības tiesas (turpmāk - EST) prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc, 17. punktu*);

3.1.6. tātad sakarā ar apstrīdētās zīmes līdzību pretstatītajai zīmei un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu un līdzību pastāv iespēja, ka patērētāji šīs preču zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas;

3.2. apstrīdētās preču zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrācijas pieteikums ir iesniegts ar acīmredzami negodprātīgu nolūku (LPZ 6. panta otrā daļa):

3.2.1. LPZ 6. panta otrajā daļā ietvertā norma atbilst civiltiesību pamatprincipam, ka jebkuras personas tiesības izlietojamas un pienākumi pildāmi pēc labas ticības (Civillikuma 1. pants).

EST ir skaidrojusi, ka negodprātības jeb ļaunticības (angliski - *bad faith*) jēdziens ir autonomas Eiropas Savienības tiesību jēdziens, kurš tiesību aktos nav definēts, bet kuru Eiropas Savienībā ir jāinterpretē vienveidīgi. EST ir norādījusi, ka preču zīmes pieteikuma iesniedzēja ļaunticības 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 (*skat., piemēram, EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocodafabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH, 37., 53. punktu*). Šādi faktori var būt:

- apstākļi, ka pieteicējs zināja vai tam bija jāzina, ka trešā persona vismaz vienā dalībvalstī izmanto identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz identisku vai līdzīgu precī, kas var izraisīt sajaukšanas iespēju ar apzīmējumu, kura reģistrācija tiek lūgta,
- pieteikuma iesniedzēja nodoms liegt šai trešajai personai turpināt izmantot šādu apzīmējumu,
- juridiskās aizsardzības apmērs, kāds ir trešās personas apzīmējumam un apzīmējumam, kura reģistrācija tiek lūgta;

3.2.2. arī Latvijas tiesu praksē ir nostiprinājies apsvērumu kopums, uz kuru pamata tiek izvērtēta preču zīmes pieteicēja negodprātība (*skat. Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumu "Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi", 2007./2008., 104.-105. lpp.; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi>*). Starp apstākļiem, kas var liecināt par preču zīmes pieteicēja negodprātību, izceļami šādi:

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

3.2.3. par apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātīgo nolūku, piesakot reģistrācijai preču zīmi **REVOLVO**, liecina šādu apstākļu kopums:

- ir konstatējama saistība starp apstrīdētās zīmes īpašnieku un sliktu slavu iemantojušo preču zīmju magnātu Mihaēlu Gleisneru (*Michael Gleissner*), kas pasaules mērogā ir pazīstams kā tūkstošiem uzņēmumu, preču zīmju un domēna vārdu īpašnieks, – to apliecina Eiropas Savienības preču zīme **Netopia** (Nr. EUTM 013679352), kura identificē *Michael Gleissner* kā šīs preču zīmes īpašnieka pārstāvi (*lietai pievienota izdruka ar šīs preču zīmes datiem no EUIPO preču zīmju datubāzes eSearchPlus*);

- ir pamats uzskatīt, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks ļaunprātīgi izmanto preču zīmju reģistrācijas specifiku Latvijā, lai nevis ar godprātīgu nolūku izmantotu pieteiktās preču zīmes komercdarbībā, kas ir preču zīmju tiesību tiesiskais mērķis, bet gan ar mērķi apgrūtināt vai liegt agrāko tiesību īpašniekiem īstenot un nostiprināt savas tiesības. Vairākos pētījumos ir secināts, ka ar *Michael Gleissner* saistīti uzņēmumi piesaka identiskas un līdzīgas preču zīmes nolūkā mākslīgi radīt dažādus, t. sk. finansiālus šķēršļus šo preču zīmju īstajiem īpašniekiem, un viņa darbības ar preču zīmju pieteikumiem un domēniem, izmantojot čaulas kompānijas visā pasaulē, izraisa plašas diskusijas par šīs personas negodprātīgo nolūku (*skat., piemēram, vietnē <http://onlinedomain.com> 08.09.2016 publicēto apskatu "Michael Gleissner UDRP izsekojums: Reversā domēna vārda zādzība"*). Šajās diskusijās ir minēti ar *Michael Gleissner* saistīto uzņēmumu centieni Latvijā reģistrēt trešajām personām piederošas preču zīmes, piemēram, **Lehman Brothers** (pieteik. Nr. M-15-250);

- līdz 11.09.2019 apstrīdētās zīmes īpašnieks reģistrācijai Latvijā ir pieteicis 1123 preču zīmes, un līdz 26.10.2018 pret uzņēmuma GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmēm Latvijā bija iesniegti 89 iebildumi, no kuriem 9 gadījumos iebildumu iesniedzēju atsaukšanos uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem Apelācijas padome bija atzinusi par pamatotu. Pēc šī datuma negodprātība ir konstatēta vēl attiecībā uz citām zīmēm, kuras reģistrācijai pieteicis apstrīdētās zīmes īpašnieks GRIGORIUS HOLDINGS, SIA – skat., piemēram, Apelācijas padomes lēmumus lietās RIAP/2020/M 73 600-Ie (05.05.2020) un RIAP/2020/M 73 401-Ie (18.03.2020). Tātad vairāk nekā deviņos gadījumos viena un tā paša komersanta pieteiktās preču zīmes ir atzītas par kaut kādā mērā iesniegtām ar negodprātīgu nolūku.

Tā ir nepārprotama norāde, ka apstrīdētās zīmes īpašnieks nerīkojas nejausi, bet gan sistemātiski ļaunprātīgi attiecībā uz citu komersantu agrākajām preču zīmju tiesībām;

- GRIGORIUS HOLDINGS, SIA reģistrācijai Latvijā pieteikto preču zīmju atbilstību LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem ir vērtējusi ne tikai Apelācijas padome, bet vairākos gadījumos arī tiesa, kas ir apstiprinājusi apstrīdētās zīmes īpašnieka īstenoto apzināto un daudzkārt atkārtoto starptautisko operāciju ar mērķi piesavināties citām personām piederošas preču zīmes un domēnu vārdus un pēc tam gūt peļņu uz šo preču zīmju un domēna vārdu rēķina un radīt preču zīmju īpašniekiem šķēršļus komercdarbībai, ko GRIGORIUS HOLDINGS, SIA vispār nav mēģinājis attaisnot. Šī apstrīdētās zīmes īpašnieka operācija nav nedz vērsta uz faktisku vēlmi izmantot preču zīmes komercdarbībā, nedz arī darbojas sabiedrības interesēs vai arī savās komercdarbības interesēs, “iztīrot” preču zīmju reģistru no nelietotām zīmēm (*lietai pievienoti Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesas spriedumi civillietās Nr. C30622918 (28.02.2020), Nr. C30511019 (15.11.2019) un Nr. C304778017 (11.12.2017)*);

- ja GRIGORIUS HOLDINGS, SIA būtu patiesi ieinteresēts savā rīcībā iegūt apstrīdēto preču zīmi, tad tas izrādītu kādu interesi panākt šīs zīmes saglabāšanu kā spēkā esošu. Taču tā vietā apstrīdētās zīmes īpašnieks nav pat mēģinājis likt iebilduma iesniedzējam pierādīt pretstatītās zīmes faktiski lietojumu;

- salīdzināmās zīmes būtībā ir identiskas (atšķiras tikai to pēdējie burti), un preces un pakalpojumi ir identiski un augstā pakāpē līdzīgi. Ņemot vērā apstrīdētās zīmes īpašnieka tendenci piesavināties agrākās reģistrētās zīmēs ietvertus apzīmējumus, nevis pašam radīt savus, ir pamats uzskatīt, ka arī šajā gadījumā viņš ir rīkojies pēc ierastās prakses – iesniedzis reģistrācijai zīmi, kas būtiskā daļā atdarina pretstatīto;

- godprātīgs komersants pirms preču zīmes reģistrācijas pārlicinās, vai kādam citam komersantam jau nepieder tāds apzīmējums. Informācijas ignorēšana par agrākām preču zīmēm var liecināt par apzinātu vēlmi iegūt citam komersantam piederošu apzīmējumu;

- EST praksē negodprātīgs nolūks tiek raksturots arī kā “rīcība, kas atkāpjas no pieņemtajiem ētiskas uzvedības vai godīgas komerciālās un uzņēmējdarbības prakses principiem” (*skat. ģenerāladvokātes E. Šarpstones 12.03.2009 secinājumus EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-529/07, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v Franz Hauswirth GmbH*). Tādēļ, lai īstenotu uzņēmējdarbības vispārējo interešu aizsardzību un labas ticības normu ievērošanu, būtu loģiski un attaisnojami atzīt apstrīdēto zīmi par spēkā neesošu arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir atšķirīgi no pretstatītās zīmes precēm un pakalpojumiem, ja attiecībā uz apstrīdēto zīmi tiek konstatēts negodprātīgs nolūks;

- tādējādi ir nepieciešams likt uzsvāru uz to, ka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA negodprātīgais nolūks nav vērtējams tikai apstrīdētās zīmes un pretstatītās zīmes savstarpēji saucamās līdzības vakuumā, bet visu apstākļu, kas attiecas uz lietu, kontekstā. Apstākļi, ka apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātīga rīcība, piesakot reģistrācijai Latvijā preču zīmi, ir vairākkārt atzīta gan Apelācijas padomes, gan tiesas ieskatā, kalpo par ļoti būtisku norādi apstrīdētās zīmes īpašnieka negodprātīgajiem motīviem;

3.2.4. tādad apstrīdētās zīmes īpašnieka izvērsto darbību apjoms gan ilgumā, gan to teritoriālajā tvērumā nevar tikt skaidrots nekā citādi kā darbību kopums ar nodomu, kas vērsts pret trešajām personām jeb agrāku zīmju īpašniekiem, labi apzinoties, ka šīm trešajām personām ir pamatotākas izņēmuma tiesības uz konkrētajiem apzīmējumiem. Apstrīdētās zīmes īpašnieka preču zīmju pieteikumus vieno tendence piesavināties jau reģistrētās zīmēs ietvertus apzīmējumus, nevis pašam izdomāt savus, un ir pamats uzskatīt, ka arī šajā gadījumā viņš ir rīkojies pēc ierastās prakses;

3.3. pieļaujot apstrīdētās zīmes reģistrāciju, tiktu negatīvi ietekmēti ar pretstatīto zīmi saistīto preču un pakalpojumu potenciālie pārdošanas apjomi un samazināta zīmola **REVOLVE** vērtība. Tādējādi tiktu nodarīts kaitējums iebilduma iesniedzēja interesēm. Nav mazsvarīgi, ka apstrīdētās zīmes pastāvēšana var traucēt un apdraudēt zīmola **REVOLVE** turpmāku licencēšanu Eiropas Savienības robežās, tai skaitā atstāt negatīvu iespaidu uz iebilduma iesniedzēja jau agrāk noslēgtajiem licences līgumiem. Tāpat apstrīdētās zīmes pastāvēšana var būtiski ierobežot iebilduma iesniedzēja tiesības piedāvāt patērētājiem jaunu preču un pakalpojumu klāstu ar zīmolu **REVOLVE**.

### Motīvu daļa

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka iebildums ir iesniegts saskaņā ar LPZ un RIPL paredzēto kārtību, tādējādi nav šķēršļu, lai to izskatītu pēc būtības.

2. Iebilduma iesniedzējs iebildumu pret preču zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrāciju balsta uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem, kas 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.

Tātad, lai šajā iebilduma lietā piemērotu LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumus, jākonstatē:

- pretstatītā zīme ir agrāka preču zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē;
- preces un pakalpojumi, kuriem reģistrēta apstrīdētā zīme, ir identiski vai līdzīgi precēm un pakalpojumiem, kuriem reģistrēta pretstatītā zīme;
- salīdzināmās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas;
- sakarā ar preču zīmju identiskumu vai līdzību un attiecīgo preču un pakalpojumu identiskumu vai līdzību pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji salīdzināmās zīmes sajauc vai uztver kā savstarpēji saistītas.

2.1. Apstrīdētā zīme **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) pieteikta reģistrācijai 24.10.2018, bet pretstatītā zīme **REVOLVE** (Nr. EUTM 012299087) – 11.11.2013. No tā var secināt, ka pretstatītā zīme ir agrāka zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē.

2.2. Salīdzināmās vārdiskās zīmes **REVOLVO** un **REVOLVE** ir fonētiski un vizuāli līdzīgas, jo tās atšķiras tikai ar pēdējiem burtiem - patskaņiem “-o” un “-e”. Zīmes veidojošie apzīmējumi ir samērā gari (katru no tiem veido septiņi burti), tādēļ atšķirību pēdējā burtā patērētāji var neatcerēties vai pat nepamanīt.

Zīmēs, kuras satur vārdisku apzīmējumu, apzīmējuma sākumdaļa parasti ir tā, kas galvenokārt piesaistīs patērētāju uzmanību, tādēļ patērētāji to atcerēsies skaidrāk nekā zīmes pārējo daļu. Tas nozīmē, ka kopumā zīmes sākumdaļa atstāj būtisku ietekmi uz preču zīmes kopiespaidu (*skat. VT sprieduma lietā T 412/08, Trubion Pharmaceuticals, Inc. v EUIPO, 40. punktu*). Apstākļi, ka sakrīt pirmie seši no septiņiem salīdzināmo apzīmējumu burtiem, ir pietiekams pamats apgalvojumam, ka šie apzīmējumi ir fonētiski un vizuāli līdzīgi.

Kas attiecas uz salīdzināmo apzīmējumu “revolvo” un “revolve” jēdzienisko nozīmi, tad Apelācijas padomes ieskatā Latvijas patērētāji abus šos vārdus uztvers kā fantāzijas radītus apzīmējumus. Lai gan vārds “revolve” tulkojumā no angļu valodas nozīmē “griezt apkārt; rotēt; griezties; periodiski atkārtoties; apsvērt, pārdomāt” (*skat. Tildes datorvārdnīcu*), šī vārda nozīmi lielākā Latvijas patērētāju daļa, visticamāk, nezina, jo tas nepieder pie biežāk lietotajiem angļu valodas vārdiem un jēdzieniem “griezt apkārt”, “rotēt”, “periodiski atkārtoties”, “apsvērt” vidusmēra patērētājs ikdienā nelieto pārāk bieži. Ticamāka šķiet iebilduma iesniedzēja pārstāvja norādītā iespēja, ka vismaz pretstatītais apzīmējums patērētājiem varētu asociēties ar vārdu “revolveris”.

2.3. Salīdzinot apstrīdētās zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) preču un pakalpojumu sarakstu ar pretstatītās zīmes **REVOLVE** (Nr. EUTM 012299087) preču un pakalpojumu sarakstu, Apelācijas padomes secinājumi ir šādi:

2.3.1. apstrīdētā zīme 25. klasē ir reģistrēta apģērbiem, apaviem, galvassegām, kā arī dažiem konkrētiem apģērbu veidiem - peldkostīmiem, sporta apģērbiem un brīvā laika apģērbiem. Arī pretstatītā zīme 25. klasē ir reģistrēta apģērbiem, apaviem, galvassegām, kā arī dažiem konkrētiem apģērbu veidiem, to skaitā peldkostīmiem, vingrošanas apģērbiem, arī brīvā laika apģērbiem, piemēram, pludmales tērpiem un makšķernieku vestēm. Tātad salīdzināmo zīmju 25. klases preces ir identiskas;

2.3.2. apstrīdētā zīme 41. klasē citastarp ir reģistrēta izstāžu organizēšanai kultūras un izglītības nolūkiem. Apelācijas padome uzskata, ka šie pakalpojumi ir līdzīgi pretstatītās zīmes 35. klasē ietvertajiem pakalpojumiem “izstādes komerciālos vai reklāmas nolūkos; gadatirgu organizēšana komerciāliem un reklāmas nolūkiem”. Gan vienā, gan otrā gadījumā runa ir par izstāžu organizēšanu, un, lai gan vienā gadījumā izstāžu mērķis ir reklāma un preču noieta veicināšana, bet otrā – izklaide un izglītošana, tomēr uzņēmējs, kas var noorganizēt izstādi vieniem mērķiem, visticamāk, var to noorganizēt arī citiem mērķiem un ar citai auditorijai domātu saturu. Turklāt komerciālos nolūkos tiek rīkotas, piemēram, mākslas darbu izstādes – izsoles.

Apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi “apmācība; izglītības un mācību pakalpojumi” ir orientēti uz cilvēku intelektuālo spēju attīstīšanu. Šādiem nolūkiem paredzētu pakalpojumu nav pretstatītās zīmes

pakalpojumu sarakstā. Iebilduma iesniedzējs uzskata, ka šie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi ir identiski pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “padomu sniegšana darījumu vadīšanā; darījumu informācijas sniegšana; konsultāciju sniegšana darījumu vadīšanā un organizēšanā; uzņēmējdarbības vadības konsultēšana; konsultācijas saistībā ar uzņēmējdarbības organizēšanu; komerciāla informācija un padomi patērētājiem; konsultāciju sniegšana personālvadībā; uzņēmējdarbības konsultāciju pakalpojumi”, taču Apelācijas padome tam nevar piekrist. Katrs pakalpojumu sniedzējs vai preču ražotājs sniedz arī konsultācijas, informāciju un padomus par savām precēm vai pakalpojumiem, taču tos nevar uzskatīt par pakalpojumiem, kuru mērķis būtu cilvēku intelektuālo spēju attīstīšana. Konsultāciju, padomu un informācijas par precēm vai pakalpojumiem sniegšanas mērķis ir šo preču un pakalpojumu noieta veicināšana. Tātad šie salīdzināmo zīmju pakalpojumi nav līdzīgi.

Atšķirīgo nolūku dēļ iepriekšminētajiem pretstatītās zīmes pakalpojumiem nav līdzīgi arī apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi “semināru un kongresu organizēšana un vadīšana”, jo pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumi galvenokārt saistīti ar informācijas un ziņojumu sniegšanu sabiedrībai par visu veidu precēm un pakalpojumiem, savukārt semināru un kongresu organizēšana un vadīšana attiecas uz apmācību un aktuālu jautājumu apspriešanu un izlemšanu.

Pārējie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi ir saistīti ar izpniecām, izklaidi un atpūtu. Iebilduma iesniedzējs norāda, ka apstrīdētajā reģistrācijā ietvertie izklaides pakalpojumi ir uzskatāmi par līdzīgiem pretstatītās zīmes izstāžu, modes skašu un gadatirgu organizēšanas pakalpojumiem, jo izstādes un, it īpaši, modes skates ir ne tikai informatīvas to apmeklētājiem, bet ietver arī elementus, kuru mērķis ir cilvēkus izklaidēt. Šim iebilduma iesniedzēja apgalvojumam varētu piekrist, ja vien pretstatītās zīmes reģistrācijā ietvertajiem izstāžu, modes skašu un gadatirgu organizēšanas pakalpojumiem nebūtu pievienota piebilde, ka tie paredzēti komerciāliem un reklāmas nolūkiem, nevis izklādei vai atpūtai. Apelācijas padome nevar piekrist arī tam, ka apstrīdētās 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 uzskatāmi par saistītiem ar pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “reklāma; preču demonstrēšanas pakalpojumi; reklāmas izplatīšana; preču demonstrēšana komunikācijas līdzekļos mazumtirdzniecības vajadzībām; reklāmfilmu ražošana; radioreklāmas”. Ja attiecīgos apstrīdētās zīmes pakalpojumus pamatā piedāvā radio, televīzijas un filmu producentu kompānijas vai izdevniecības, tad ar reklāmu saistītie pakalpojumi parasti ir reklāmas aģentūru kompetencē. Tātad šie apstrīdētās zīmes 41. klases pakalpojumi nav līdzīgi nevienam no pretstatītās zīmes pakalpojumiem vai arī precēm;

2.3.3. apstrīdētā zīme 9. klasē reģistrēta datorprogrammām, dažādām elektroniskām datu apstrādes un pārraides iekārtām un ierīcēm un to piederumiem, sakaru tīklu vadiem, atsevišķām ierīcēm, kuras tiek izmantotas elektriskos procesos, un videofilmām. Pretstatītā zīme nav reģistrēta nevienai no šīm precēm. Apelācijas padome nevar piekrist iebilduma iesniedzējam, ka elektroniskās datu apstrādes un pārraides iekārtas un ierīces un to piederumi būtu līdzīgi biroja aparātu un ierīču iznomāšanai, fotokopēšanai, dokumentu pavairošanai, kopēšanas iekārtu iznomāšanai, tirdzniecības automātu iznomāšanai vai mašīnrakstīšanas pakalpojumiem. Tie, kas ražo elektroniskās datu apstrādes un pārraides ierīces, mēdz tās arī iznomāt, taču uzņēmēji, kuru pamatnodarbošanās ir dažādas biroja tehnikas iznomāšana vai, piemēram, fotokopēšana, parasti nav šo ierīču ražotāji.

Pretstatītā zīme 35. klasē ir reģistrēta mazumtirdzniecības veikalu un tiešsaistes mazumtirdzniecības veikalu pakalpojumiem saistībā ar dažādu preču, to skaitā arī fotogrāfisko, skaņas un elektronikas piederumu, tirdzniecību. Apstrīdētās zīmes 9. klasē ietvertās elektroniskās datu apstrādes un pārraides iekārtas un ierīces un to piederumus nevar uzskatīt par līdzīgiem minētajiem mazumtirdzniecības veikalu pakalpojumiem, jo veikalnieki, kuri tirgo daudz un dažādas preces, paši parasti neko neražo, tie tirgo citu uzņēmumu ražoto produkciju.

Savukārt datorprogrammas nav līdzīgas ne informācijas vākšanai datoru datu bāzēs, ne datorizētai datņu (failu) pārvaldībai, ne datu meklēšanai datoru datnēs (failos) trešajām personām, ne arī informācijas sistematizēšanai datoru datubāzēs, jo šo pretstatītās zīmes pakalpojumu mērķis ir palīdzēt komercuzņēmumu darbībā vai pārvaldībā, bet datorprogrammas nodrošina datora darbību. Attiecīgo preču un pakalpojumu līdzības konstatēšanai nepietiek tikai ar to, ka gan preces, gan pakalpojumi attiecas uz vai ir saistīti ar datoriem vai citām informācijas tehnoloģijas ierīcēm, jo ar informācijas tehnoloģijas ierīču starpniecību mūsdienās tiek nodrošināti ļoti daudzi procesi dažādās dzīves jomās;



2.3.4. apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumi kopumā attiecas uz telesakariem, un to nolūks ir iespējot personu savstarpējo komunikāciju, datu un informācijas apmaiņu, kā arī nodrošināt personām piekļuvi vizuālai un mutvārdu komunikācijai, taču šie pakalpojumi neietver komunikācijas saturu vai materiālus. Tātad, kaut arī pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumi “reklāma, reklāma tiešsaistes režīmā, izmantojot datortīklus, preču demonstrēšana komunikācijas līdzekļos mazumtirdzniecības vajadzībām, reklāmas tekstu publicēšana, radioreklāmas, televīzijas reklāmas, reklāmas materiālu aktualizēšana” aptver saturu, kura nodošana patērētājiem var notikt ar apstrīdētās zīmes 38. klases pakalpojumu pielietošanu, šie pakalpojumi tomēr nav līdzīgi, jo ar telesakaru starpniecību komunikācija var notikt par ļoti daudzām un dažādām tēmām – gan izklaides, gan sporta, gan zinātnes, gan izglītības, gan arī komercdarbības jomās, taču tāpēc vien tie tomēr nav līdzīgi pakalpojumi. Attiecīgo pakalpojumu līdzību nenodrošina arī fakts, ka mūsdienās ievērojama daļa reklāmas sabiedrībai tiek piegādāta elektroniski uz patērētāju viedierīcēm, jo šodien elektroniski uz patērētāju viedierīcēm tiek piegādāta liela daļa jebkuras informācijas. Apstrīdētās zīmes 38. klases telesakaru pakalpojumi nav līdzīgi arī pretstatītās zīmes 35. klases pakalpojumiem “telekomunikācijas pakalpojumu abonēšanas organizēšana citu personu labā, reklāmas laika iznomāšana masu komunikācijas līdzekļos”, jo šādus pakalpojumus tradicionāli piedāvā nevis telekomunikācijas pakalpojumu sniedzēji, bet gan citi komersanti.

2.4. Apstrīdētā zīme reģistrēta precēm un pakalpojumiem, kas adresēti ļoti plašam patērētāju lokam. Līdz ar to par attiecīgo patērētāju šīs lietas sakarā ir jāuzskata vidusmēra patērētājs, kas ir samērā labi informēts, vērtīgs un piesardzīgs.

Atsevišķas preces un atsevišķi pakalpojumi (piemēram, elektroniskās vadības ierīces, datortīklu iekārtas, apraides pakalpojumi, kongresu organizēšana un vadīšana) to komplicētā un sarežģītā rakstura dēļ ir tādi, ar kuriem saskarē faktiski nonāk tikai attiecīgo jomu speciālisti, kuru zināšanas šajās jomās ir padziļinātas.

2.5. Ņemot vērā visu iepriekš minēto, Apelācijas padome uzskata, ka relevantie Latvijas patērētāji salīdzināmās zīmes var sajaukt vai uztvert kā savstarpēji saistītas tiktāl, ciktāl preču zīmes ir reģistrētas identiskām precēm un līdzīgiem pakalpojumiem. Patērētāji varētu uzskatīt, ka attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsme ir no viena un tā paša vai ekonomiski saistītiem uzņēmumiem.

3. Iebilduma iesniedzējs iebildumu ir pamatojis arī ar 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.

3.1. Apelācijas padome uzskata, ka iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 6. panta otrās daļas noteikumiem šajā konkrētajā lietā nav pamatota, jo iebilduma iesniedzējs apstrīdētās preču zīmes īpašnieka GRIGORIUS HOLDINGS, SIA negodprātību galvenokārt pamato ar faktu, ka ir konstatējama saistība starp apstrīdētās zīmes īpašnieku un sliktu slavu iemantojušo preču zīmju magnātu Mihaēlu Gleisneru (*Michael Gleissner*), kas pasaules mērogā ir pazīstams kā tūkstošiem uzņēmumu, preču zīmju un domēna vārdu īpašnieks. Taču iebilduma iesniedzējs nav norādījis, kā izpaužas apstrīdētās preču zīmes īpašnieka negodprātīga rīcība tieši šī konkrētā preču zīmes pieteikuma sakarā.

Likums neaizliedz nevienai personai pieteikt reģistrācijai tik daudz preču zīmju, cik tā uzskata par nepieciešamu vai lietderīgu. Ne jau visas GRIGORIUS HOLDINGS, SIA Latvijā reģistrētās preču zīmes tiek apstrīdētas iebildumu procedūrā.

3.2. Iebilduma iesniedzējs min vairākus piemērus, kad Apelācijas padome, izskatot iebildumus pret GRIGORIUS HOLDINGS, SIA preču zīmju reģistrācijām, ir atzinusi šo reģistrācijas pieteikumu iesniegšanas negodprātīgu nolūku. Tomēr minētajos gadījumos apstrīdētā zīme bija identiska pretstatītajai zīmei, un negodprātīgs nolūks tika atzīts tikai tāda apjomā, ciktāl zīmes bija reģistrētas identiskām precēm vai pakalpojumiem. Apelācijas padomes ieskatā katra iebilduma lieta ir jāskata atkarībā no konkrētās lietas apstākļiem un lietā iesniegtajiem materiāliem un pierādījumiem.

Šajā lietā salīdzināmās zīmes nav identiskas, un nav arī pierādījumu tam, ka pretstatītā zīme būtu plaši pazīstama Latvijā vai tai piemistu reputācija Eiropas Savienībā. Tādējādi šajā gadījumā nevar runāt par plaši pazīstamas preču zīmes vai zīmes ar reputāciju atdarinājumu apstrīdētajā zīmē. Fakts, ka persona par savu preču zīmi izvēlējusies apzīmējumu, kurš ir līdzīgs citai personai piederošai preču zīmei, viens pats vēl nav uzskatāms par acīmredzami negodprātīgu nolūku.

## 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 1999. gada 16. jūnija likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem (kas šajā lietā piemērojami saskaņā ar 2020. gada 6. marta Preču zīmju likuma Pārejas noteikumu 2. punktu), **nolemj**:

1. daļēji apmierināt ASV uzņēmēj sabiedrības Eminent, Inc. iebildumu pret preču zīmes **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrāciju Latvijā un atzīt to par spēkā neesošu no tās reģistrācijas dienas visām 25. klases precēm, kā arī 41. klases pakalpojumiem “izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem”;

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 **REVOLVO** (reģ. Nr. M 74 096) reģistrācijas atzīšanu par spēkā neesošu visām tās reģistrācijā ietvertajām 25. klases precēm, kā arī 41. klases pakalpojumiem “izstāžu organizēšana kultūras un izglītības nolūkiem”.

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/ D. Liberte

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova

/personiskais paraksts/ J. Bērzs