



Latvijas Republikas Patentu valde

RŪPNIECISKĀ ĪPAŠUMA APELĀCIJAS PADOME

Raiņa bulvāris 15, Rīga, LV-1050, tālr. 67099637, e-pasts pasts@lrpv.gov.lv, www.lrpv.gov.lv

Iebildumu lietu šifri:
RIAP/2024/M 74 245-Ie un
RIAP/2024/M 74 250-Ie
(OP-2019-135 un OP-2019-136)

LĒMUMS

Rīgā

2024. gada 27. decembrī

Rūpnieciskā īpašuma apelācijas padome (turpmāk - Apelācijas padome) šādā lietas izskatīšanas sastāvā:
priekšsēdētāja – I. Bukina,
locekļi – D. Liberte un I. Plūme-Popova,
sekretāre – E. M. Ozolante,

2024. gada 22. novembrī Apelācijas padomes sēdē izskatīja iebildumus, kurus, pamatojoties uz 1999. gada 16. jūnija likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (turpmāk – LPZ) 18. panta pirmās daļas un Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk – RIIPL) 60. panta noteikumiem, 2019. gada 17. jūlijā Francijas uzņēmēj sabiedrības GROUPE CANAL+ (turpmāk arī – iebildumu iesniedzējs) vārdā iesniegusi profesionāla patentpilnvariece ar specializāciju preču zīmju jomā R. Olmane pret preču zīmju

TV Play+

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība AS TV PLAY BALTICS LATVIJAS FILIĀLE (Latvija); pieteik. Nr. M-18-389; reģ. Nr. M 74 245; pieteik. dat. 08.03.2018; reģ. (publ.) dat. 20.04.2019; 35., 38. un 41. klases pakalpojumi) un

TV Play Plus

(preču zīmes īpašnieks – uzņēmēj sabiedrība AS TV PLAY BALTICS LATVIJAS FILIĀLE (Latvija); pieteik. Nr. M-18-394; reģ. Nr. M 74 250; pieteik. dat. 08.03.2018; reģ. (publ.) dat. 20.04.2019; 35., 38. un 41. klases pakalpojumi)

reģistrāciju Latvijā.

Iebildumu motivējumi:

- sakarā ar preču zīmju **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) līdzību iebildumu iesniedzēja agrākai starptautiski reģistrētai un uz Eiropas Savienību attiecinātai **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864)



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

- apstrīdētās zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) ir līdzīgas iebilduma iesniedzēja agrākai **grafiskai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864), kurai ir laba reputācija Kopienā (Eiropas Savienībā), un apstrīdēto zīmju lietošana bez pienācīga attaisnojuma saistībā ar pakalpojumiem dod iespēju negodīgi izmantot šīs preču zīmes atšķirtspēju vai reputāciju vai nodarīt tām kaitējumu, vai šādu vēlāku preču zīmju lietošanu patērētāji var uzvert kā norādi uz saistību starp šiem pakalpojumiem un minētās agrākās preču zīmes īpašnieku, un šāda lietošana var kaitēt tā interesēm (LPZ 39.³ panta pirmā daļa).

Iebildumu iesniegumu kopijas saskaņā ar RIIPL 68. panta pirmās daļas noteikumiem 18.07.2019 tika nosūtītas apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāvei I. Azandai, norādot atbildes iesniegšanas termiņu un kārtību. Atbildes uz iebildumiem saņemtas 17.09.2019, un 18.09.2019 tās nosūtītas iebildumu iesniedzēja pārstāvei.

Apelācijas padomē 15.10.2019 saņemti iebildumu iesniedzēja pārstāves papildinājumi pie iebildumiem, un tajā pašā dienā tie nosūtīti apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāvei.

Iepazīstoties ar lietu materiāliem, Apelācijas padome konstatēja, ka Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojā (turpmāk – EUIPO) pret vienīgo šajās lietās pretstatīto grafisko zīmi ir iesniegts atcelšanas iesniegums. Uzklusot pušu viedokli, ar lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētājas 12.11.2019 lēmumu lietvedība iebilduma lietās apturēta, līdz ir skaidrs pretstatītās **grafiskās preču zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) tiesiskais statuss Eiropas Savienībā.

Lietvedība iebilduma lietās atjaunota 15.02.2022, vienlaikus nosakot, ka iebildumu izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 18.03.2022.

Apelācijas padomē 01.03.2022 saņemts iebilduma iesniedzēja puses pakalpojumu salīdzinājuma precizējums.

Sagatavojot lietas izskatīšanai, Apelācijas padome konstatēja, ka EUIPO birojā pret pretstatīto **grafisko zīmi** ir iesniegts vēl viens atcelšanas iesniegums. Tādējādi, ar lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētājas 15.03.2022 lēmumu lietvedība iebilduma lietās atkārtoti apturēta, līdz ir skaidrs pretstatītās **grafiskās preču zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) tiesiskais statuss Eiropas Savienībā.

Lietvedība iebilduma lietās atjaunota 10.06.2024.

Pusēm 04.07.2024 paziņots, ka iebildumu izskatīšana pēc būtības tiks pabeigta 20.09.2024.

Apelācijas padomē 19.09.2024 saņemti iebildumu iesniedzēja pārstāves papildus pierādījumi pie iebildumiem, kā arī vienlaikus lūgts atlikt lietu izskatīšanu uz trīs mēnešiem, jo nepieciešams laiks, lai šos iesniegtos materiālus iztulkotu. Apstrīdēto zīmju īpašnieka pārstāve 30.09.2024 paziņojusi, ka lietu izskatīšanas atlikšanai nepiekrīt, jo iebildumu iesniedzēja pusei ir bijis pietiekami laika sagatavot savu argumentāciju. Izvērtējot lietas apstākļus saistībā ar lietu izskatīšanas atlikšanu un abu pušu argumentāciju, lietas izskatīšanas sastāva priekšsēdētāja nolēma atlikt lietu izskatīšanu uz 22.11.2024. Vienlaikus uzskatot, ka šo lietu izskatīšana mutvārdu procesā ļaus objektīvāk noskaidrot lietu patiesos apstākļus, saskaņā ar Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma (turpmāk - RIIPL) 32. panta ceturto daļu Apelācijas padome pēc sava ieskata lietām noteica izskatīšanu mutvārdu procesā Apelācijas padomes sēdē 22.11.2024.

07.11.2024 un 08.11.2024 Apelācijas padomē saņemti iebildumu iesniedzēja puses papildinājumi pie iebildumiem, un tie attiecīgi 08.11.2024 nosūtīti un 15.11.2024 nodoti apstrīdēto zīmju īpašnieka pusei.

Apelācijas padomes sēdē piedalījās:

- no iebildumu iesniedzēja puses - profesionāla patentpilnvarniece ar specializāciju preču zīmju jomā R. Olmane;
- no apstrīdēto zīmju īpašnieka puses - pārstāve E. Jaunzeme.

Aprakstošā daļa

1. Apstrīdētā preču zīme **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) ir Latvijā nacionālajā procedūrā reģistrēta vārdiska zīme. Tā reģistrēta šādiem pakalpojumiem:

- 35. klase – “reklāma; reklāmas materiālu publicēšana; reklāmas materiālu izplatīšana; datu vākšana, apkopošana, formatēšana, kompilēšana un apstrāde; tekstu apstrāde”;
- 38. klase – “televīzijas apraide, televīzijas programmu pārraide, televīzijas straumēšana internetā”;
- 41. klase – “televīzijas programmu un raidījumu veidošana un producēšana”.

2. Apstrīdētā preču zīme **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) ir Latvijā nacionālajā procedūrā reģistrēta vārdiska zīme. Tā reģistrēta šādiem pakalpojumiem:

- 35. klase – “reklāma; reklāmas materiālu publicēšana; reklāmas materiālu izplatīšana; datu vākšana, apkopošana, formatēšana, kompilēšana un apstrāde; tekstu apstrāde”;
- 38. klase – “televīzijas apraide, televīzijas programmu pārraide, televīzijas straumēšana internetā”;
- 41. klase – “televīzijas programmu un raidījumu veidošana un producēšana”.

3. Iebildumu iesniedzējs pretstatījis starptautiski reģistrētu un uz Eiropas Savienību attiecinātu **grafisku preču zīmi** (reģ. Nr. WO 1 025 864; reģ. dat. 15.09.2009; konvencijas prioritātes dati no zīmes pieteikuma Francijā: 16.03.2009, 09 3 636 873; paziņojuma par starptautisko reģistrāciju publ. dat. biļetenā “Gazette OMPI des marques internationales” – 04.02.2010; reģ. atjaunošanas dat. 15.09.2019), kas reģistrēta kā grafiska zīme – melnas krāsas kvadrāta centrā novietots baltas krāsas simbols “+”. Zīme citstarp reģistrēta šādiem pakalpojumiem:

- 35. klase – “reklāma; reklāmas laukumu noma; reklāmas izplatīšana; reklāmas tekstu publicēšana; datu ievades un apstrādes pakalpojumi, proti, datu ievadīšana, apkopošana un sistematizēšana”;
- 38. klase – “televīzijas apraide; programmu apraide, izmantojot satelītu, kabeļus, datortīklus (jo īpaši internetu), bezvadu tīklus”;
- 41. klase – “televīzijas programmu, filmu, televīzijas filmu, televīzijas programmu, reportāžu, debašu, videoierakstu producēšana; televīzijas šovu, filmu, audiovizuālo un multivides programmu producēšana”.

4. Iebildumu iesniedzēja puse lūdz atzīt preču zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) reģistrācijas par spēkā neesošu, argumentējot to šādi:

4.1. apstrīdētās preču zīmes ir pieteiktas reģistrācijai 08.03.2018, savukārt pretstatītās preču zīmes prioritātes datums ir 16.03.2009. Līdz ar to tā ir uzskatāma par agrāku preču zīmi LPZ/99 7. panta otrās daļas izpratnē;

4.2. izvērtējot pakalpojumus, kas ir ietverti salīdzināmo preču zīmju sarakstos, var konstatēt, ka pakalpojumi ir daļēji identiski, daļēji līdzīgi un saistīti. Pat ja kāds pakalpojums nav identisks literāri, tos var uzskatīt par identiskiem jēdzieniski, jo daļa no agrākās preču zīmes pakalpojumu sarakstā ietvertajiem terminiem ir jēdzieniski plašāki nekā apstrīdēto preču zīmju pakalpojumu sarakstos minētie pakalpojumi. Tāpat daļu no pakalpojumiem var uzskatīt par radnieciskiem, jo to izplatīšanas kanāli un lietošanas mērķis ir vienādi vai saistīti. Pakalpojumus var atzīt par līdzīgiem arī tad, ja to raksturs un izmantošanas mērķis ir līdzīgs vai tie ir konkurējoši savā starpā vai var papildināt viens otru;

4.3. pakalpojumi, kas ietverti salīdzināmo preču zīmju sarakstos, var tikt attiecināti gan uz gala patērētāju, gan uz attiecīgās jomas profesionāli, tādējādi attiecīgie patērētāji šajā strīdā ir sabiedrība tās visplašākajā nozīmē;

4.4. agrākā preču zīme ir grafiska preču zīme, kurā attēlota gaiša plus zīme, kura izvietota uz tumša fona. Zīmei nav vārdiskās daļas. Apstrīdētā preču zīme **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) sastāv no vārdiem “TV Play” un zīmes “+”, savukārt apstrīdētā preču zīme **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) - no vārdiem “TV Play Plus”. Ņemot vērā pakalpojumus, uz kuriem ir reģistrētas apstrīdētās zīmes, vārdiskie elementi “TV” un “Play” ir atzīstami par aprakstošiem, tādēļ atšķirtspējīgais elements ir tieši zīme “+” vai vārdiskais elements “Plus”. Tā kā zīme “+” vai vārds “Plus” pilnībā atkārto agrākās preču zīmes attēlu, tad šie elementi ir atzīstami par tuvu līdzīgiem;

4.5. ja Latvijas tirgū parādās jaunas preču zīmes, kas tiek lietotas uz tādiem pašiem pakalpojumiem un kurās pilnībā ietverta agrākā preču zīme, tas viennozīmīgi rada asociācijas ar agrāko preču zīmi, un rodas iespēja, ka attiecīgie patērētāji minētās zīmes sajauc vai uztver tās kā savstarpēji saistītas. Apstrīdētās preču zīmes mēģina izveidot saikni ar agrākās preču zīmes tēlu, lai izmantotu tās atpazīstamību un iegūtu

nepamatotas priekšrocības tirgū;

4.6. Eiropas Savienības Tiesas (turpmāk – EST) praksē ir nostiprināts princips, ka vidusmēra patērētājam reti ir dota iespēja tieši blakus salīdzināt preču zīmes, parasti tam jāpaļaujas uz atmiņā palikušu nepilnīgu priekšstatu par kādu zīmi un, visticamāk, patērētājs atcerēsies asociācijas, kas paliek atmiņā, ieraugot konkrētu zīmi. Tādējādi iespēja sajaukt līdzīgas zīmes ievērojami palielinās (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, 26. punkts*);

4.7. novērtējot zīmju sajaukšanas iespēju, jāņem vērā savstarpēja saistība starp būtiskiem faktoriem, īpaši līdzību starp zīmēm un starp pakalpojumiem, kuri aizsargāti ar zīmēm. Preču vai pakalpojumu mazāku līdzības pakāpi var kompensēt lielāka līdzība starp zīmēm un otrādi (*EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwin-Mayer Inc., 17. punkts*). Šajā lietā pakalpojumi, kuriem reģistrētas salīdzināmās preču zīmes, ir identiski vai ļoti līdzīgi, tādēļ tas var kompensēt atšķirības starp zīmēm;

4.8. uzņēmēj sabiedrība GROUPE CANAL+ ir Francijas audiovizuālo mediju grupa, viena no līderiem televīzijas un tematisko kanālu veidošanā, kā arī maksas televīzijas pakalpojumu izplatīšanā. Uzņēmums darbojas visā pasaulē, tostarp Āfrikā, kur tam ir 4,1 miljons abonentu. Tas ir līderis maksas televīzijas pakalpojumu sniegšanā Polijā ar gandrīz 2,2 miljoniem abonentu. Kopumā iebildumu iesniedzējam ir 16,2 miljoni abonentu. Francijā bez maksas kanāliem ir pieejami arī trīs bezmaksas kanāli: CANAL8 (C8), CANALSTAR (CSTAR) un CANALNEWS (CNEWS) (*iesniegta informācija no Interneta vietnes www.vivendi.com ar tulkojumu latviešu valodā*);

4.9. iebildumu iesniedzējs lieto **grafisko preču zīmi** (reģ. Nr. WO 1 025 864) gan sava uzņēmuma nosaukumā, gan savu kanālu nosaukumos, piemēram:



Iebildumu iesniedzējam pieder arī virkne reģistrētu preču zīmju, kurās visās vienojošais elements ir plus zīme (*iesniegta informācija par iebildumu iesniedzējam piederošām preču zīmju reģistrācijām no EUIPO preču zīmju datubāzes “eSearch plus”*);

4.10. no 2014. gada 27. maija līdz 2. jūnijam Francijā tika aptaujāti 200 respondenti vecumā no 18 līdz 69 gadiem par figurālā simbola “+” asociāciju ar iebildumu iesniedzēju un tā piedāvātajiem pakalpojumiem. Aptaujas rezultāti liecina, ka 10% no visiem respondentiem spontāni asociē simbolu “+” ar zīmolu CANAL+. Spontāni 15% no respondentiem asociē logo, kas atbilst **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864), ar zīmolu CANAL+, un 31% šīs televīzijas abonentu dara to pašu. Intervētāja vadīti 62% no visiem respondentiem asociē logo, kas atbilst **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864), ar zīmolu CANAL+ (*iesniegti aptaujas dati ar fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

4.11. no 2017. gada 14. līdz 25. aprīlim Francijā tika aptaujāti apmēram 1000 respondenti. Aptaujas rezultāti liecina, ka bez palīdzības zīme “+” vai termins “PLUS” galvenokārt tiek saistīts ar vispārīgu definīciju. Ja ir norāde par to, ka zīme “+” ir ar kādu zīmolu saistīta, tad zīmolu CANAL+ min 4% respondentu. Baltais krusts uz melna fona (kas atbilst pretstatītajai **grafiskajai preču zīmei**) liek respondentiem vispirms domāt par Sarkano Krustu un pēc tam par zīmolu CANAL+ (*iesniegti aptaujas dati ar fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

4.12. 2018. gada pirmajā ceturksnī uzņēmēj sabiedrības GROUPE CANAL+ ieņēmumi sasniedza 1,298 miljardus eiro, kas ir par 2,1% vairāk nekā 2017. gada pirmajā ceturksnī (+2,5% pie nemainīga valūtas kursa un struktūras). Šo pieaugumu veicināja būtisks abonentu skaita pieaugums, sasniedzot kopējo skaitu

15,3 miljoni, kas gada laikā palielinājās par 620 000 abonentu. Ieņēmumu pieaugums ārpus Francijas turpināja spēcīgu augšupeju, galvenokārt pateicoties Āfrikas reģionam, kur tas, saglabājoties nemainīgam valūtas kursam ar struktūrai, palielinājās par 12,3% (*iesniegta uzņēmuma "Vivendi" 2018. gada 17. maija preses relīze ar fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

4.13. logo, kas atbilst pretstatītajai **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864), vairākkārt Francijā ir atzīts par zīmi ar noteiktu atpazīstamības līmeni (*iesniegti minēto nolēmumu atvasinājumi no 2014., 2015. un 2016. gada ar fragmentu tulkojumu latviešu valodā*);

4.14. pretstatītās **grafiskās preču zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) augstu reputāciju Eiropas Savienībā apliecina virkne citu pierādījumu, piemēram, preses relīzes par uzņēmuma ienākumiem, izdrukas no sociālajiem tīkliem, kurās redzams zīmes lietojums, aptaujas par atpazīstamākajiem zīmoliem Francijā, prezentācijas par sociālo tīklu lietojumu un reitingiem (*kopā iesniegti 74 faili franču vai angļu valodā, kas viena daļa datēti pēc 2018. gada*);

4.15. viss iepriekšminētais liecina, ka agrākajai **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864) piemīt reputācija Eiropas Savienībā saistībā ar televīzijas pakalpojumiem. Ņemot vērā, ka apstrīdētās zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) ietver iebildumu iesniedzēja preču zīmi, var konstatēt, ka apstrīdētajās zīmēs ir sajaukami atveidota, imitēta iebildumu iesniedzēja preču zīme ar reputāciju. Apstrīdēto zīmju lietošana attiecībā uz to reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem var kaitēt agrākās preču zīmes īpašnieka interesēm. Kaitējums var izpausties, piemēram, kā preču zīmes ar reputāciju atšķirtspējas vājināšana patērētāju uztverē, un apstrīdēto zīmju esamība tirgū apdraud agrākās preču zīmes ekskluzivitāti.

EST ir skaidrojusi, ka kaitējums agrākas preču zīmes atšķirtspējai rodas it īpaši tādā gadījumā, kad agrākā preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (*EST prejudiciālā nolēmuma lietā C-252/07, Intel Corporation Inc. v CPM United Kingdom Ltd., 29. punkts*).

5. Apstrīdēto zīmju īpašnieks iesniegtajās atbildēs uz iebildumiem, kā arī Apelācijas padomes sēdē norāda, ka iebildumi ir nepamatoti un noraidāmi, šo viedokli pamatojot ar šādiem argumentiem:

5.1. no lietu materiāliem var secināt, ka pretstatītā zīme ir agrāka zīme nekā apstrīdētās zīmes, tāpat tā ir reģistrēta tajās pašās pakalpojumu klasēs kā apstrīdētās zīmes. Taču nevar piekrist, ka apstrīdētās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas pretstatītajai zīmei;

5.2. vienīgais salīdzināmās zīmes vienojošais elements ir simbols "+" vai tā vārdisks atveidojums, proti, elements "Plus", kas ir vispārpieņemti apzīmējumi "kaut kā pozitīvam lielumam". Latvijas Republikas Augstākā tiesa norāda, ka, piešķirot vienam komersantam ekskluzīvas tiesības izmantot reģistrējamo preču zīmi, citam komersantam attiecīgajā darbības jomā nav liegts izmantot atsevišķi nozari raksturojošus elementus, kurus satur preču zīme, piemēram, "TV", "Play" vai "+". Trešajām personām būtu aizliegts izmantot preču zīmi visu elementu kombinācijā. To apstiprina arī apstākļi, ka šobrīd reģistrētas tādas preču zīmes kā **Mix TV**, **izklaide TV**, **TV 24**, **SWH+**, **FOX+**, **4G4G+**. Līdz ar to fakts, ka kāda preču zīme satur konkrētajam pakalpojumam raksturīgu elementu vai citu vispārlietojamu simbolu kā, piemēram, "+" vai "Plus", nav pamats apgalvojumam, ka tas aizskar citu komersantu tiesības;

5.3. LPZ 4. panta sestajā daļā norādītās ekskluzīvās tiesības, kuras iegūst komersants attiecībā uz zīmi, nenorāda uz to, ka tiek aizsargāts katrs zīmes elements atsevišķi vai kā citādi tiek radītas ekskluzīvas tiesības izmantot kādu apzīmējumu, nepamatoti un nesamērīgi ierobežojot citu personu tiesības. Šo priekšrocību mērķis ir: 1) aizsargāt komersantu pret citu komersantu negodprātīgu rīcību, piesavinoties aizsargātās zīmes īpašnieka tiesības tikt asociētam ar šo preču zīmi, tās kvalitātes rādītājiem; 2) pasargāt patērētāju no riska tikt maldinātam attiecībā uz preces/pakalpojuma izcelsmi, kvalitāti un citiem rādītājiem;

5.4. nevar piekrist, ka tieši apzīmējums "+" vai "plus" būtu apstrīdēto zīmju dominējošais elements, pēc kura patērētāji identificētu ar šīm zīmēm marķētos pakalpojumus. Atšķirībā no pretstatītās zīmes, kas sastāv tikai no elementa "+" figurālā izpildījumā, apstrīdētajās zīmēs ietverts arī vārdiskais elements "TV Play", kas ir šo zīmju pirmais un dominējošais elements, kuru patērētāji atcerēsies spilgtāk nekā sekojošos apzīmējumus;

5.5. iebildumu iesniedzējs ir reģistrējis vairākas preču zīmes ar vienojošo vārdu "CANAL", kā arī citiem vārdiskiem apzīmējumiem (CANAL+, CANAL+DIRECT, CANAL+GROUPE), no kuriem neviens nesatur elementu "TV Play". Savukārt apstrīdēto zīmju īpašniekam pieder preču zīmju saime, kuru vieno vārdiskais elements "TV Play", proti, **TV Play, TV Play Plus, TV Play Premium, TV Play Home, TV Play Sports, TV Play Sports+**, kas reģistrētas gan kā vārdiskās, gan figurālās zīmes. Tas nozīmē, ka attiecīgais patērētājs vispirms apstrīdēto zīmju īpašnieka piedāvātos pakalpojumus asociēs ar vārdisko elementu "TV Play" un tikai sekundāri uztvers apstrīdēto zīmju aprakstošo raksturu;

5.6. Vispārējā tiesa, piemēram, atzinusi, ka vārdu salikumā „artesa napa valley” vārdu salikumam „napa valley”, salīdzinot to ar vārdu „artesa”, ir pakārtota nozīme, jo to kā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes pakārtoto elementu konkrētā sabiedrības daļa minētās preču zīmes izrunāšanas brīdī nepieminēs (*Vispārējās tiesas (turpmāk – VT) sprieduma lietā T-35/08, Codorniu Napa v EUIPO, 49., 62. punkts*). Tāpat apzīmējums “+” vai “Plus” nav iebildumu iesniedzēja radīts objekts, tas ir simbolisks apzīmējums, kas norāda uz kaut kā “pozitīvu lielumu” un ir pastāvējis sen pirms iebildumu iesniedzēja un pretstatītās zīmes rašanās;

5.7. attiecīgo sabiedrības daļu veido personas, kas varētu lietot attiecīgās preces vai pakalpojumus, tostarp pašreizējie un potenciālie patērētāji. Tas ir patērētājs, kurš ir pietiekami ziņošs un labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Vērtējumā, vai vidusmēra patērētājs preču zīmi varētu uzlūkot kā daļu no preču zīmju saimes vai sērijas, nepieciešams identificēt to elementu, kas preču zīmju saimē vai sērijā norāda uz piederību tai. Savukārt pēc tam jāpārbauda, vai preču zīmju saimei raksturīgais elements lietots arī apstrīdētajā preču zīmē un attiecīgi, vai tā lietojums konkrētajos apstākļos rada pamatu uzskatam, ka konkrēta preču zīme pieder konkrētajai preču zīmju saimei (*VT sprieduma lietā T-518/13, Future Enterprises v EUIPO, 42.-46. punkts*). Novērtējot sajaukšanas iespējas esamību, kas izriet no preču zīmes asociācijas ar preču zīmju sēriju, preču zīmju sērijas vai saimes faktors ir nozīmīgs tikai tad, ja konfliktējošo preču zīmju kopējais elements ir atšķirtspējīgs. Ja šis elements ir aprakstošs, tas nav piemērots, lai radītu sajaukšanas iespēju (*VT sprieduma apvienotajās lietās T-303/06 un T-337/06, UniCredito Italiano v EUIPO, 45. punkts*). Konkrētajā gadījumā elementi “+” vai “Plus”, kas ir salīdzināmo zīmju vienojošais elements, apstrīdēto zīmju kontekstā ir aprakstoši, ar papildu nozīmi, līdz ar to tie nerada sajaukšanas iespēju;

5.8. apstrīdēto zīmju īpašnieks neapšaubā pretstatītās preču zīmes reputāciju Eiropas Savienībā, ņemot vērā iebildumos norādīto atpazīstamību Francijas maksas televīzijas pakalpojumu jomā, tomēr attiecīgās normas pārkāpuma konstatēšanai attiecībā uz apstrīdētajām zīmēm nepieciešams konstatēt vēl citus priekšnoteikumus. Kaitējums varētu rasties tādēļ, ka tiek vājināta pretstatītās zīmes spēja identificēt pakalpojumus, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta un izmantota, kā tādus, ko piegādā šīs preču zīmes īpašnieks. Ņemot vērā to, ka apstrīdēto zīmju dominējošā daļa norāda uz apstrīdēto zīmju īpašnieku, tā nevar radīt kaitējumu iebildumu iesniedzējam, jo nesatur nekādu norādi uz pretstatītās zīmes atšķirtspējīgo daļu vai iebildumu iesniedzēju, kas būtu pamats secinājumam par iespējamu kaitējumu;

5.9. vārdisks apzīmējums nav reģistrējams, ja vismaz viena no tā iespējamām nozīmēm apzīmē kādu no attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašībām. Līdz ar to preču zīmes elementam nav atšķirtspējas, ja tas apraksta precīzi vai pakalpojumu (tā kvalitāti, vērtību, mērķi, izcelsmi u.tml.), un secīgi - šāds elements pats par sevi nevar aizskart iebildumu iesniedzēja tiesības un radīt tam kaitējumu. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana uz simbolu “+” vai vārdu “Plus” pārkāptu samērīguma principu, kā arī citus tiesību principus, jo šādu ekskluzīvu tiesību baudīšana liegtu jebkurai personai turpmāk izmantot vispārlietojamu apzīmējumu ar norādi uz papildinātu vērtību, kvalitāti. Līdz ar to nav pamatojuma pieņēmumam, ka patērētāji šādu apzīmējumu saistīs tikai ar vienu uzņēmumu, un šāda aprakstoša apzīmējuma reģistrācija savienojumā ar pārējo apstrīdēto zīmju (dominējošo) daļu nevar radīt kaitējumu iebildumu iesniedzējam.

6. Iebildumu iesniedzējs iesniegtajos papildinājumos pie iebildumiem un Apelācijas padomes sēdē vēl norāda:

6.1. attiecībā uz apstrīdēto zīmju īpašnieka argumentu, ka kopīgais elements - simbols “+” vai vārds “Plus” - ir vispārpieņemts apzīmējums, kura lietošanu komercdarbībā nevar aizliegt, jānorāda, ka pretstatītā preču zīme ir pilnībā spēkā esoša, turklāt tās ilgstošās un intensīvās lietošanas rezultātā tā ir ne tikai ieguvusi savu atšķirtspēju, bet pat reputāciju Eiropas Savienībā;

6.2. Eiropas Savienības Vienotā prakse “Relatīvie pamatojumi — sajaukšanas iespēja (to elementu ietekme, kuriem nav atšķirtspējas vai ir zema atšķirtspēja)” nosaka, ka sajaukšanas iespēja starp zīmēm ar sakrītīgu vāju elementu var pastāvēt, ja pārējo elementu atšķirtspējas pakāpe ir zemāka (vai vienlīdz zema) vai to vizuālā ietekme ir maznozīmīga un preču zīmju radītais kopiespāids ir līdzīgs. Apstrīdēto preču zīmju vārdiskie elementi “TV” un “Play” ir aprakstoši attiecībā uz pakalpojumiem, kuriem ir reģistrētas šīs preču zīmes, tādēļ attiecīgie patērētāji, redzot vai dzirdot šos vārdiskos elementus, neuztvers tos kā dominējošos elementus, jo apzīmējums “TV” ir vispārpieņemts saīsinājums vārdam “televīzija”, savukārt vārds “Play” ir angļu vārds, kas nozīmē “spēle, spēlēt”, un ir uzskatāms par plaši lietotu apzīmējumu jomā, kurā ir reģistrētas apstrīdētās preču zīmes, tādēļ šis vārds būs saprotams attiecīgajam patērētājam;

6.3. šāda dominējošo elementu novērtēšana atbilst nostiprinātajai judikatūrai, proti, VT ir secinājusi, ka gadījumos, kad preču zīmē ir daži elementi, kuri ir aprakstoši vai bez atšķirtspējas, sabiedrība tos parasti neuzskata kā dominējošos kopiespāidā, ko rada šī preču zīme, ja vien sava īpašā stāvokļa vai izmēra dēļ nešķiet, ka viņi varētu radīt tādu iespaidu vai palikt atmiņā” (*VT sprieduma lietā T-54/12, K2 Sports Europe GmbH v EUIPO, 24. punkts*). Tā kā apstrīdētajās preču zīmēs ne vārds “TV”, ne vārds “Play” nav speciāli izcelti, tad nav pamats uzskatīt, ka tos varētu uztvert kā dominējošos elementus šajās preču zīmēs;

6.4. apstrīdēto zīmju īpašnieka puse savos paskaidrojumos norāda, ka neapšaubā pretstatītās preču zīmes reputāciju Eiropas Savienībā. Turklāt savos paskaidrojumos tā nav minējusi nekādu leģitīmu iemeslu tam, kādēļ apstrīdētajās preču zīmēs tiek izmantots apzīmējums “+” vai vārds “Plus”, bet tikai skaidro, kādēļ preču zīmē ir iekļauta daļa “TV Play”. Nav nozīmes, vai apzīmējums “+” vai vārds “Plus” iekļauts preču zīmēs nejauši vai apzināti, bet nepārprotami sekas var būt tādas, ka attiecīgie patērētāji var pamanīt šī elementa klātbūtni un to apziņā var veidoties saikne ar Eiropas Savienībā labi zināmo agrāko preču zīmi. Šāda rīcība rada kaitējumu preču zīmei ar reputāciju un arī “atšķaida” tās atšķirspēju, jo apstrīdētās preču zīmes tiek lietotas tieši tajā pašā jomā, kurā tiek lietota pretstatītā preču zīme;

6.5. saskaņā ar EST judikatūru PZL 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumu piemērošanā vai LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumu piemērošanā paredzētā līdzības pakāpe starp zīmēm ir atšķirīga. Ja LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanā preču zīmju līdzības pakāpe ir tāda, ka konkrētās sabiedrības daļas apziņā eksistē šo preču zīmju sajaukšanas iespēja, tad aizsardzībai, kas piešķirta ar 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem, tādas iespējas esamība nav vajadzīga. Saskaņā ar EST, jo ātrāk un spēcīgāk agrākā zīme tiek atsaukta prātā ar vēlāko apzīmējumu, jo lielāka ir iespējamība, ka apzīmējuma pašreizējā vai turpmākā izmantošanā tiek vai tiks netaisnīgi gūts labums no zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai arī tai tiek vai tiks nodarīts kaitējums (*EST sprieduma prejudiciālā nolēmuma lietā C-252/07 Intel Corporation Inc. v CPM United Kingdom Ltd., 41. un 42. punkts*). Šāda nepieciešamā zīmju līdzība konstatēta, piemēram, lietās T-480/12 (CocaCola/ Master), T-105/16 (Marlboro/Raquel), T-398/16 (STARBUCKS COFFEE/COFFEE ROCKS);

6.6. “MacCoffee/McDonald's” lietā VT konstatēja, ka “Mc” preču zīmju saimes pastāvēšana bija galvenais faktors, kas jāņem vērā, novērtējot, vai pastāv agrākās zīmes negodīga izmantošana (*VT sprieduma lietā T-518/13, Future Enterprises Pte Ltd v EUIPO, 103. punkts*). Arī šajā lietā zīmju saimes pastāvēšana ir nozīmīgs faktors, kas ir jāņem vērā, jo šajā saimē ietilpst virkne preču zīmju, kurās simbols “+” tiek kombinēts ar citiem vārdiskiem elementiem.

Motīvu daļa

1. Iebildumi ir iesniegti saskaņā ar PZL un RIPL noteikto kārtību, tātad ir pamats tos izskatīt pēc būtības.

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

3. Apstrīdētās preču zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) ir pieteiktas reģistrācijai 08.03.2018. Pretstatītā **grafiskā preču zīme** (reģ. Nr. WO 1 025 864) starptautiski reģistrēta un uz Eiropas Savienību attiecināta ar konvencijas prioritāti no 16.03.2009. Tādējādi pretstatītā zīme LPZ 7. panta otrās daļas izpratnē ir agrāka nekā apstrīdētās zīmes.

4. Novērtējot salīdzināmo zīmju reģistrācijās ietvertos pakalpojumus, Apelācijas padome var piekrist iebildumu iesniedzēja pusei, ka tie visi ir vērtējami kā identiski un līdzīgi.

Salīdzināmās zīmes 35. klasē reģistrētas pakalpojumiem saistībā ar reklāmu, kā arī pakalpojumiem saistībā ar datu ievadi un apstrādi.

Gan apstrīdētās zīmes, gan pretstatītā zīme reģistrētas 38. klases pakalpojumiem saistībā ar televīzijas apraidi, televīzijas programmu pārraidi, tostarp ar Interneta starpniecību.

Līdzīgi arī 41. klasē gan apstrīdētās zīmes, gan pretstatītā zīme reģistrētas pakalpojumiem saistībā ar televīzijas programmu veidošanu un producēšanu.

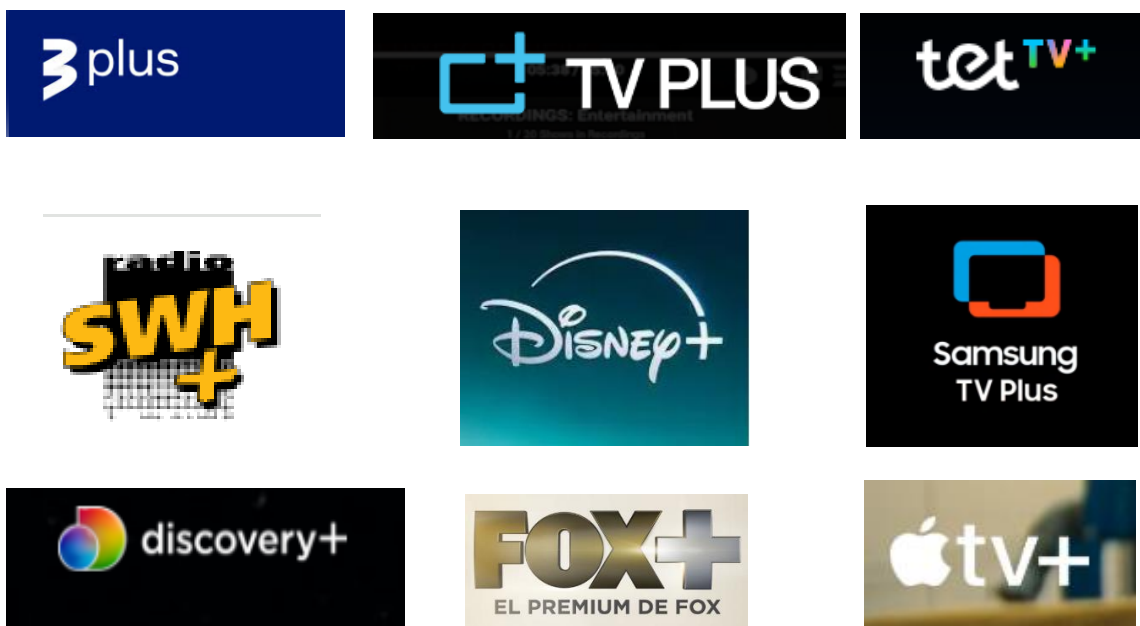
5. Patērētāju loks šajā lietā ir gana plašs. Tie būs vidusmēra patērētāji, kas skatīsies televīziju un izvēlēsies pakalpojumu sniedzēju atbilstoši saviem skatīšanās paradumiem un interesēm. Tāpat tie būs arī speciālisti, piemēram, citi komersanti, kas gribēs izvietot sava uzņēmuma reklāmas konkrētajā televīzijas kanālā.

6. Iebildumu iesniedzēja puses argumenti par salīdzināmo zīmju līdzību galvenokārt balstīti uz to, ka apstrīdētajās zīmēs ir pilnībā ietverta pretstatītā **grafiskā preču zīme**, proti, kā simbols “+” apstrīdētajā zīmē **TV Play+** vai kā vārds “Plus” apstrīdētajā zīmē **TV Play Plus**. Savukārt apstrīdētās zīmes īpašnieka puse uzskata, ka šis motīvs kalpo kā vispārpieņemts apzīmējums, tas ir attiecīgajā nozarē plaši lietots, lai norādītu uz pakalpojumu pievienoto vērtību. Līdz ar to šajā lietā ir svarīgi novērtēt zīmēs ietvertā motīva (simbola “+” vai vārda “Plus”) atšķirtspēju un lomu izskatāmajās zīmēs.

7. Apstrīdētās zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) reģistrētas kā vārdiskas zīmes. Apzīmējums “TV” ir vispārpieņemts un patērētājiem visnotaļ labi zināms saīsinājums no vārda “televīzija”. Vārds “play” no angļu valodas nozīmē “rotaļa, spēle, spēlēt”, kā viena no nozīmēm ir arī “iedarbināt, laist darbā” (skat. www.letonika.lv, *Angļu-latviešu valodas vārdnīca*). Kāda daļa patērētāju noteikti varētu uztvert šo apzīmējumu tieši saistībā ar darbības vārdu “iedarbināt”, jo vārdu “play” praksē mēdz izmantot saistībā ar iekārtu, programmu ieslēgšanu, palaišanu. Savukārt simbols “+” vai vārds “Plus” (latviešu valodā rakstāms ar diviem “s”) ir vispārpieņemts simbols, apzīmējums, ar ko apzīmē saskaitīšanu, pozitīvu parādību, vēlamu īpašību (skat. www.tezaurs.lv šķirklā “pluss” skaidrojumu). Tādējādi jāsecina, ka visi apstrīdētajās zīmēs ietvertie apzīmējumi ir ar vāju atšķirtspēju, jo tie vai nu kaut kādā mērā norāda uz zīmju reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem, vai arī ir ļoti vispārīgi, daudzās nozarēs izmantoti apzīmējumi. Tādējādi Apelācijas padomes ieskatā apstrīdētajās zīmēs nav viena izteikta elementa, kas dominē pār pārējiem, bet gan tās tiek aizsargātas kopumā.

8. Pretstatītā **grafiskā preču zīme** (reģ. Nr. WO 1 025 864) ir reģistrēta kā balts simbols “+” uz melna kvadrāta fona, tā nesatur vārdiskus apzīmējumus. Kā norādīts Latvijas Republikas Augstākās tiesas tiesu prakses apkopojumā “Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” (2007./2008.), apzīmējumam trūkst jebkādas atšķirtspējas, ja tas ir vienkāršs (elementārs). Kā piemēri tiek minēti grafiski apzīmējumi (aplis, svītra, taisnstūra etiķetes rāmītis), kā arī citi indiferenti apzīmējumi, kas patērētājam nevar izraisīt priekšstatu, ka tie identificē preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. EUIPO pamatnostādņēs starp indiferentiem apzīmējumiem, kuriem pašiem par sevi trūkst atšķirtspējas, citstarp ir minēts apzīmējums “Plus” (skat. EUIPO preču zīmju pamatnostādņu B sadaļu “Ekspertīze”, 4. daļu “Absolūtie atteikuma pamati”, 3. apakšnodaļu “Preču zīmes bez atšķirtspējas”). Līdz ar to Apelācijas padomes ieskatā tieši pretstatītās zīmes grafiskais izpildījums piešķir tai nepieciešamo atšķirtspēju un ir tas, pēc kura patērētāji identificēs ar pretstatīto zīmi marķētos pakalpojumus.

9. Izvērtējot zīmju līdzības aspektu LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta piemērošanas kontekstā, būtiska nozīme ir arī pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem zīmes ir reģistrētas, un tam, kāda loma katrā no zīmēm motīvam (simbolam “+” vai vārdam “Plus”) ir. Par to, ka pastāv prakse izmantot simbolu “+” vai vārdu “PLUS” multimediju jomā, liecina virkne tirgū esošu piemēru:



Līdz ar to Apelācijas padome uzskata, ka patērētāji, kas ir pieraduši pie šādas komersantu prakses, simbolu “+” vai vārdu “Plus” savienojumā ar citiem vārdiem, turklāt novietotu apzīmējuma beigās, uztvers kā attiecīgos pakalpojumus raksturojošu elementu, piemēram, ka tiek piedāvāta augstākas klases pakalpojumu pakete, pamatpakalpojumu pakete ar papildu kanāliem vai ka tiek piedāvāta ne tikai televīzija, bet arī filmu noma. Lai arī elementiem “TV” un “Play” ir zema atšķirtspēja attiecībā uz apstrīdēto zīmju reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem, tiem ir sava loma apstrīdētajās preču zīmēs, jo Latvijas patērētāji tos var viegli uztvert un tie patērētājiem sniedz noteiktu informāciju par piedāvātajiem pakalpojumiem.

10. Tādēļ gadījumos, kad zīmju elementiem ir vāja atšķirtspēja, tiem nav liela īpatsvara zīmju sajaukšanas iespējas izvērtējumā. Ja zīmju kopīgajam elementam piemīt zema atšķirtspēja, tad jebkuras atšķirības pārējos salīdzināmo zīmju elementos spēlē nozīmīgu, izšķirīgu lomu, nosakot attiecīgo preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi (*VT sprieduma lietā T-602/19 Eugène Perma France v EUIPO, 44. punkts*).

Pie šādiem apstākļiem Apelācijas padome apšauba, ka patērētāji attiecībā uz salīdzināmo zīmju reģistrācijās ietvertajiem pakalpojumiem tās sajauks vai uztvers kā savstarpēji saistītas. Pretstatītā **grafiskā preču zīme** (reģ. Nr. WO 1 025 864) sastāv tikai no simbola “+” un Apelācijas padomes ieskatā tikai pateicoties savam grafiskajam izpildījumam spēj identificēt konkrētu komersantu. Savukārt, lai arī apstrīdētās zīmes ietver to pašu motīvu (simbolu “+” vai vārdu “Plus”), tam ir cita, pakārtota loma to kopuztvērē. Attiecīgajiem patērētājiem tas vairāk norāda uz pakalpojumiem ar uzlabotu kvalitāti vai pievienotiem bonusiem.

Līdz ar to iebilduma iesniedzēja atsaukšanās uz LPZ 7. panta pirmās daļas 2. punkta noteikumiem šo lietu ietvaros nav atzīstama par pamatotu.

11. Iebildumu iesniedzējs atsaucas arī uz LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem.

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

12. LPZ 39.³ panta pirmās daļas kontekstā vispirms ir jābūt izpildītam nosacījumam, ka attiecīgi pretstatītajai **grafiskajai preču zīmei** (reģ. Nr. WO 1 025 864) uz apstrīdēto zīmju pieteikuma datumu,

proti, 08.03.2018, jāpiemīt labai reputācijai Eiropas Savienībā.

Lai arī iebildumu iesniedzēja puse uzsver, ka apstrīdēto zīmju īpašnieks piekrīt, ka pretstatītā **grafiskā preču zīme** (reģ. Nr. WO 1 025 864) ir ar augstu reputāciju Eiropas Savienībā, Apelācijas padome tomēr uzskata, ka tas ir vērtējams jautājums. Arī EST judikatūrā ir norādīts, ka “pārbaudot, vai šis nosacījums ir izpildīts, valsts tiesai ir jāņem vērā visi atbilstošie lietas apstākļi, it īpaši tirgus daļa, ko aptver preču zīme, tās izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskais mērogs un ilgums, kā arī uzņēmuma veikto ieguldījumu apmērs tās veicināšanā” (*EST sprieduma lietā C-375/97, General Motors v Yplon SA, 25. un 27. punkts*).

Izvērtējot iesniegtos pierādījumus par pretstatītās **grafiskās preču zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) atpazīstamību Eiropas Savienībā, Apelācijas padome konstatē šādus trūkumus:

- viena daļa no 08.11.2024 iesniegtajiem materiāliem ir datēti un attiecas uz laika periodu pēc apstrīdēto zīmju pieteikuma datuma, proti, pēc 08.03.2018, tas ir, datuma, attiecībā uz kuru jāvērtē pretstatītās zīmes reputācija;
- praktiski visos iesniegtajos uzskates materiālos dominē iebildumu iesniedzēja nosaukums GROUPE CANAL+ vai figurāla preču zīme **CANAL+** (fig.), kas atbilst citai iebildumu iesniedzēja reģistrētai preču zīmei ar numuru WO 919 196. Neskatoties uz to, ka vārds “CANAL” attiecībā televīzijas pakalpojumiem ir vājš, tā klātbūtne tomēr atstāj zināmu ietekmi uz zīmes kopuztveri gan vizuāli, gan fonētiski;
- iesniegtie aptauju dati par 2014. un 2017. gadu uzskatāmi ilustrē, ka respondenti vienu pašu simbolu “+” saista ar tā vispārīgo definīciju, organizāciju Sarkanais Krusts vai Šveices karogu. Lielākā daļa spēj sasaistīt pretstatīto **grafisko zīmi** (reģ. Nr. WO 1 025 864) ar iebildumu iesniedzēju tikai tad, kad respondenti tiek intervētāja vadīti un tiek nodemonstrēts tās grafiskais izpildījums;
- secinājumi no iesniegtajiem lēmumiem, kuros atzīta pretstatītās **grafiskās zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) plaša pazīstamība Francijā, nevar tikt automātiski attiecināti uz šīm lietām, kur jākonstatē zīmes augsta reputācija būtiskā Eiropas Savienības daļā. Tie var kalpot kā viens no pierādījumu veidiem, kuru apstiprina citi fakti un materiāli;
- no iesniegtās preses relīzes par uzņēmuma kopējiem ienākumiem 2018. gada pirmajā ceturksnī salīdzinājumā ar 2017. gadu, jāsecina, ka kopējais ieņēmumu pieaugums audzis, pateicoties uzņēmuma darbībai Āfrikas valstīs, tātad nav konstatējams, cik no tā attiecas tieši uz Franciju, Poliju vai Eiropas Savienības dalībvalstīm kopumā.

13. Taču par izšķirošo LPZ 39.³ panta pirmās daļas kontekstā Apelācijas padome tomēr uzskata apstākli, ka nevar konstatēt līdzību starp apstrīdētajām zīmēm **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) un pretstatīto **grafisko zīmi** (reģ. Nr. WO 1 025 864) pietiekamā apjomā, lai patērētāju uztverē veidotos saikne starp salīdzināmajām zīmēm. Apelācijas padome apšaubā, ka tieši simbols “+” vai vārds “Plus” ir apstrīdēto zīmju elements, pēc kura patērētāji identificēs ar šīm zīmēm marķētos pakalpojumus, vai ka šie apstrīdēto zīmju elementi atsauks atmiņā iebildumu iesniedzēju un tā pretstatīto **grafisko zīmi** (reģ. Nr. WO 1 025 864) noteiktajā izpildījumā. Apelācijas padomes ieskatā un kā tas redzams arī no lietu materiāliem, simbolu “+” vai vārdu “Plus” patērētāji vispirms saista ar tā vispārīgo definīciju, un tikai konkrētais pretstatītās zīmes grafiskais izpildījums veido saikni ar iebildumu iesniedzēju.

14. Līdz ar to, pat ja varētu atzīt pretstatītās **grafiskās preču zīmes** (reģ. Nr. WO 1 025 864) augstu reputāciju Eiropas Savienībā, LPZ 39.³ panta pirmās daļas noteikumus šajās lietās piemērot nevar.

15. Iebildumu iesniedzēja puse min vairākus piemērus no prakses, kad Eiropas Savienības tiesu praksē konstatēta zīmju līdzība, kaut vārdiskie elementi atšķiras. Apelācijas padomes ieskatā tajās lietās izšķirošais bija līdzība zīmju vizuālajā kopiespaidā, grafisko elementu atdarinājumā, kas nav šo lietu gadījums.

Rezolutīvā daļa

Nemot vērā šā lēmuma aprakstošajā un motīvu daļā minētos paskaidrojumus un secinājumus, Apelācijas padome, vadoties no Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likuma 93. panta noteikumiem un pamatojoties uz likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 7. panta pirmās daļas 2. punkta un 39.³ panta pirmās daļas noteikumiem (kas šajā lietā piemērojami saskaņā ar 2020. gada 6. februāra Preču zīmju likuma Pārejas noteikumu 2. punktu), **nolemj**:

1. noraidīt Francijas uzņēmēj sabiedrības GROUPE CANAL+ iebildumu pret preču zīmes **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) reģistrāciju Latvijā;

2. noraidīt Francijas uzņēmēj sabiedrības GROUPE CANAL+ iebildumu pret preču zīmes **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) reģistrāciju Latvijā;

3. 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 iebildumu pret preču zīmju **TV Play+** (reģ. Nr. M 74 245) un **TV Play Plus** (reģ. Nr. M 74 250) reģistrācijām Latvijā noraidīšanu.

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

Prasības pieteikums iesniedzams Rīgas pilsētas 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. Bukina

Lietas izskatīšanas sastāva locekļi: /personiskais paraksts/ D. Liberte

/personiskais paraksts/ I. Plūme-Popova