

LATVIJAS REPUBLIKAS PATENTU VALDE

APELĀCIJAS PADOME

Citadeles ielā 7/70, Rīgā, LV-1010; tālruni: 67 099 600, 67099 637, 67099610
fakss: 67 099 650; e-pasts: valde@lrpv.gov.lv; http://www.lrpv.gov.lv

Apelācijas lietas šifrs:
ApP/2006/M-05-156

Lēmums

Rīga

2011.gada 8.februārī

Apelācijas padome (turpmāk ApP):

ApP sēdes priekšsēdētājs – J.Ancītis,
ApP sēdes locekļi – K.Krūmiņš, A.Pāže,
ApP sekretāre – I.Riža (I.Bukina),

2006.gada 17.novembrī izskatīja apelāciju, kuru, vadoties no 1999.g. likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* (turpmāk – LPZ/99) 17.¹ panta pirmās daļas noteikumiem, 2006.gada 21.augustā iesniegusi patentpilnvarotā A.Fortūna preču zīmes pieteicēja – uzņēmēj sabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsioneroe obschestvo (Krievijas Federācija; – vēlāk šā preču zīmes pieteicēja tiesības pārņēmusi uzņēmēj sabiedrība BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu, Krievijas Federācija) vārdā par Patentu valdes (turpmāk – LPV) 2006.gada 11.jūlijā pieņemto lēmumu par preču zīmes **садовник** (figurāla zīme, turpmāk - fig.):

садовник

(pieteik. Nr. M-05-156; pieteik. datums – 08.02.2005; 16.kl. preces, 35., 40., 41. un 42.kl. pakalpojumi)

reģistrāciju ierobežotam preču/pakalpojumu sarakstam, proti, tikai noteiktām preču pozīcijām 16.klasē un noteiktām pakalpojumu pozīcijām 40. un 42.klasē.

Apelācijas iesniedzējs nepiekrīt LPV lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt lēmumu par šīs zīmes reģistrāciju ierobežotam preču/pakalpojumu sarakstam (atcelt lēmumu daļā, ar kuru reģistrācija atteikta pārējām pieteiktajām precēm un pakalpojumiem) un atzīt pieteikto apzīmējumu par reģistrējamu attiecībā uz visu pieteikumā ietvertu 16., 35., 40., 41. un 42.kl. preču/pakalpojumu sarakstu.

ApP sēdē piedalījās preču zīmes pieteicēja (apelācijas iesniedzēja) - uzņēmēj sabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsioneroe obschestvo (Krievijas Federācija) - pārstāvis, patentpilnvarotais J.Fortūna, kā arī LPV pārstāve, Preču zīmju un dizainparaugu departamenta vecākā eksperte I.Korte.

I. Izskatot apelācijas iesniegumu un lietas materiālus un uzklusot apelācijas iesniedzēja pārstāvja un LPV pārstāves paskaidrojumus, Apelācijas padome **konstatēja**:

1. Preču zīmes **садовник** (fig.) reģistrācijas pieteikumu Nr. M-05-156 attiecībā uz 16.kl. precēm un 35., 40., 41. un 42. kl. pakalpojumiem 2005.gada 8.februārī iesniegusi uzņēmēj sabiedrība IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsioneroe obschestvo (Krievijas Federācija).

Minētās preču zīmes pieteikums pēc preču/pakalpojumu saraksta precizēšanas ir 17.01.2006 akceptēts šādām precēm/pakalpojumiem:

- 16.klasē - tintes pildspalvas; gadagrāmatas; piezīmju grāmatiņas; brošūras; bukleti; iesaiņojamais papīrs; informatīvi izdevumi; izkārtnes no papīra vai kartona; avīzes; iespiestas publikācijas, arī žurnāli; iesaiņojuma materiāli no papīra vai plastmasas (aploksnes, maisiņi); kartona izstrādājumi; kalendāri, noplēšamie kalendāri; attēli; katalogi; grāmatas; aploksnes (vēstulēm); grafiski iespaiddarbi; rakstāmlietas; apvākojumi (kancelejas piederumiem); apsveikuma kartītes; pastkartes; konusveida papīra

somiņas; dokumentu mapes; periodiskie izdevumi; tintnīcas ar piederumiem; rakstāmpiederumi; iespiedprodukcija; prospekti; kancelejas preces; papīra karodziņi;

- 35.klasē - sludinājumu pakalpojumi; reklāmas materiāla atjaunošanas pakalpojumi; tekstu apstrāde; izstāžu organizēšana komerciālos vai reklāmas nolūkos; lielveikalu tirdzniecības pakalpojumi; reklāmas tekstu publicēšana; reklāmas materiālu izplatīšana; reklāma ar pasta starpniecību; reklāma; dažādu preču atlase un izvietošana (izņemot to transportu) citu personu labā, lai dotu patērētājiem iespēju šīs preces ērti aplūkot un iegādāties; reklāmas sleju sagatavošana; laikrakstu abonēšanas pakalpojumi;

- 40.klasē - materiālu apdruka; fotogrāfiju drukāšana; ofsetspectives pakalpojumi; drukāšanas pakalpojumi; krāsu dalīšanas pakalpojumi;

- 41.klasē - grāmatu izdošana; audzināšana; sporta un kultūras pasākumi; informācijas sniegšana par izpriecām; izstāžu organizēšana kultūras un audzināšanas nolūkos; atpūtas iespēju organizēšana; kolokviju organizēšana un vadīšana; kongresu organizēšana un vadīšana; konferenču organizēšana un vadīšana; mācību semināru organizēšana un vadīšana; semināru organizēšana un vadīšana; simpoziju organizēšana un vadīšana; mācību vai izklaides sacensību organizēšana; izložu vadīšana; ieteikumi profesionālās orientācijas izvēlē, saistībā ar izglītību vai apmācību; tiešsaistē pieejamu grāmatu un žurnālu publicēšana; tekstu publicēšana (izņemot reklāmas tekstus); izpriecu pakalpojumi; tulkošanas pakalpojumi; fotografēšanas pakalpojumi; fotoreportāžu pakalpojumi;

- 42.klasē - grafiskā dizaina pakalpojumi; zinātniskā izpēte un rūpnieciskās izstrādes; rūpnieciskā dizaina pakalpojumi; iesaiņojuma dizaina pakalpojumi.

2. Jau pēc ApP sēdes ir notikusi tiesību uz izskatāmo preču zīmi (preču zīmes pieteikuma) nodošana citai personai - BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ogranichennoy otvetstvennosty (Krievijas Federācija). 17.02.2009 LPV paziņojusi pārstāvei, ka īpašumtiesību pāreja ņemta vērā.

3. LPV 11.07.2006 pieņēmusi lēmumu preču zīmi **садовник** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-158) reģistrēt tikai ierobežotam preču/pakalpojumu sarakstam, proti:

- 16.kl. precēm 'tintes pildspalvas; iesaiņojamais papīrs; iesaiņojuma materiāli no papīra vai plastmasas (aploksnes, maisiņi); aploksnes (vēstulēm); rakstāmlietas; apvākojumi (kancelejas piederumiem); apsveikuma kartītes; pastkartes; konusveida papīra somiņas; tintnīcas ar piederumiem; rakstāmpiederumi; kancelejas preces; papīra karodziņi';

- 40.kl. pakalpojumiem 'materiālu apdruka; fotogrāfiju drukāšana; ofsetspectives pakalpojumi; drukāšanas pakalpojumi; krāsu dalīšanas pakalpojumi';

- 42.kl. pakalpojumiem 'grafiskā dizaina pakalpojumi; rūpnieciskā dizaina pakalpojumi; iesaiņojuma dizaina pakalpojumi', –

un atteikt reģistrāciju attiecībā uz pārējām pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem. Šis lēmums ir pieņemts ar atsauci uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumiem un balstās uz atzinumu, ka reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam attiecībā uz pārējām pieteiktajām precēm un pakalpojumiem trūkst atšķirtspējas.

4. LPV viedokli paskaidro atteikuma lēmumā ietvertā šā apzīmējuma analīze, preču zīmes pieteikuma lietā esošie materiāli un LPV pārstāves paskaidrojumi ApP sēdē.

4.1. Vārds 'садовник' tulkojumā no krievu valodas nozīmē – 'dārznieks'. Latviešu literārās valodas vārdnīca skaidro, ka dārznieks ir cilvēks, kas pārzina dārzu kultūras, to kopšanu, vada darbus dārzā vai dārzniecībā; dārzkopības speciālists (*Latviešu literārās valodas vārdnīca*, 2.sēj., izd. „Zinātne”, R., 1973; 268.lpp.).

4.2. Tā kā lielākā daļa Latvijas patērētāju vienlīdz labi pārvalda gan latviešu, gan krievu valodu, var apgalvot, ka apzīmējums **садовник** (fig.) attiecībā uz iespiedprodukciju (16.klase), izstāžu organizēšanas pakalpojumiem (35. un 41.klase), tirdzniecības, reklāmas materiālu sagatavošanas pakalpojumiem (35.klase), izglītošanas, apmācības, semināru un kongresu organizēšanas pakalpojumiem (41.klase), kā arī zinātniskās izpētes pakalpojumiem (42.klase) tiks uztverts kā aprakstošs apzīmējums, kas norāda uz minēto preču un pakalpojumu tematisko jomu, proti, dārzkopību. 16.klasē pieteikto preču (piemēram, gadagrāmatu, informatīvu izdevumu, iespiestu publikāciju, kalendāru, katalogu, periodisko izdevumu) nosaukumos bieži izmanto profesiju nosaukumus, piemēram, Latvijā var nopirkt vai abonēt laikrakstus *Мājas Дактерис, Домашний доктор, Зубной техник, Коммерсантъ, Юный художник*, un žurnālus *Бишкopsis, Latvijas Ekonomists, Latvijas Tirgotājs, Mazajam Floristam, Skolotājs, Ветеринар. Для практикующих врачей, Крестьянка, Моделист-конструктор, Новый садовод и фермер, Работница, Рыболов, Солдат удачи/Soldier of Fortune, Юный натуралист, Юный техник, American Artist, The Economist, Guitar Player, Guitarist*. Profesiju nosaukumi var būt arī grāmatu,

prospektu un dažādu 16.klases papīra izstrādājumu preču, kā arī izstāžu un semināru nosaukumos. Noteikts profesijas nosaukums norāda uz to, ka attiecīgās preces vai, piemēram, izstāde, seminārs ir domāts noteiktas profesijas pārstāvjiem, kā arī patērētājiem, kas par šo profesiju interesējas hobijs līmenī. Latvijā ar dārzkopību nodarbojas un par to interesējas ne tikai profesionāļi, bet arī cilvēki, kam pieder neliels piemājas dārzs vai tikai istabas puķes.

4.3. Saistībā ar iepriekš minētajām precēm un pakalpojumiem patērētāji pieteikto apzīmējumu neuztvers kā vienu konkrētu uzņēmumu identificējošu apzīmējumu. No patērētāju uztveres viedokļa apzīmējumam 'садовник' attiecībā uz atteiktajām precēm un pakalpojumiem piemīt tikai aprakstošs raksturs un līdz ar to trūkst preču zīmei nepieciešamās atšķirtspējas LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē.

4.4. Tā kā vārdu 'dārznieks' (dažādās valodās) bieži izmanto dārzkopībai veltītu žurnālu nosaukumos (LPV lēmumam pievienotas Interneta materiālu izdrukas, kurās ir norādes uz žurnāliem *Country Living Gardener, Tennessee Gardener, Louisiana Gardener, Новый садовод и фермер, BBC Gardeners' World, Practical Gardener, Professional Gardener, Мир садовода, Gardener For The Prairies, Fruit Gardener, New Zealand Gardener* u.c.), arī pieteiktais apzīmējums LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē ir vērtējams kā apzīmējums, kuru var izmantot komercdarbībā jebkurš izdevējs, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, un šo apzīmējumu nevar reģistrēt kā preču vai pakalpojumu zīmi attiecībā uz reģistrācijai atteiktajām precēm un pakalpojumiem.

4.5. Pieteiktā apzīmējuma figurativitāte irniecīga – tikai zaļā krāsa. Apzīmējumā kopumā neapšaubāmi dominē vārdiskais elements, turklāt zaļā krāsa ir augu valsts krāsa – krāsa, kas asociējas ar dārzkopību.

4.6. Atbildot uz ekspertīzes pieprasījumu, zīmes pieteicējs iesniedza savus pretargumentus, norādot, ka pieteiktais apzīmējums patērētāju apziņā ar pieteikumā ietvertajām precēm var saistīties vienīgi netieši, izraisot zināmas asociācijas. Ekspertīze šim uzskatam nepiekrīt, uzsverot, ka patērētāji uztvers precī kopā ar tās nosaukumu kā vienu veselu, piemēram, 'žurnāls *Dārznieks*', 'izstāde *Dārznieks*' u.tml. Pieteiktais apzīmējums 'садовник' patērētājiem asociēties ar dārzkopību, tai veltītām precēm un pakalpojumiem, nevis ar preču zīmi. Patērētāji uztvers apzīmējuma aprakstošo raksturu. Asociatīvu nozīmi šis apzīmējums var iegūt vienīgi kopā ar kādu citu apzīmējumu, kuram atšķirīgums piemīt.

4.7. Attiecībā uz pieteicēja minētajiem faktiem par citām Latvijā iespiedprodukcijai un citām 16.klases precēm, kā arī 35., 40., 41. vai 42.klases pakalpojumiem spēkā esošām līdzīga rakstura preču zīmēm ekspertīze norāda, ka daļa no tām ir reģistrētas, pamatojoties uz lietošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju, savukārt dažām citām zīmēm to figurālais attēlojums vai vārdu salikums ir pietiekami izteiksmīgs, lai patērētāji tās varētu uztvert kā preču zīmi. Ekspertīze norāda uz citām atteiktām preču zīmēm (lēmuma pielikumā – izdrukas no pieteikumiem: **ОФИС** (fig.) M-95-2034; **LATVIJAS REKORDU GRĀMATA** M-96-1208; **Latvijas Reklāma** (fig.) M-98-423; **АПТИЕКА Журналы аптеки апмеклētājiem** (fig.) M-98-873; **Garšīgi mājas ēdieni** (fig.) M-98-1326; **auto KATALOGS** (fig.) M-98-2739; **med KATALOGS** (fig.) M-98-2741; **КОММЕРСАНТ** M-99-1449; **SuperBingo** (fig.) M-02-170), kuras pēc būtības ir līdzīgas apzīmējumam **садовник** (fig.), bet atzītas par aprakstošām, un kuru figurālais attēlojums ir neizteiksmīgs.

4.8. Iesniegtie papildu materiāli neļauj pārliecinoši konstatēt, ka apzīmējums **садовник** (fig.) tā lietošanas rezultātā Latvijas patērētāju uztverē būtu ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. Tādēļ uz to nevar attiecināt LPZ/99 6.panta trešās daļas noteikumus par to, ka preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt uz 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumu pamata, ja zīmes lietošanas dēļ tā attiecīgo patērētāju uztverē ieguvusi atšķirtspēju. Iesniegtie materiāli tikai liecina par to, ka kopš 01.01.2006 Latvijā tiek izplatīts žurnāls *Садовник*. Nav iesniegti nedz materiāli par žurnāla pārdošanas apjomu, nedz reklāmas materiāli.

5. Preču zīmes pieteicēja pārstāvji atbildē uz LPV 09.02.2006 pieprasījumu, apelācijas iesniegumā, kā arī paskaidrojumos sēdes gaitā nepiekrīt LPV argumentiem un lēmuma pamatojumiem, lūdz atcelt šo lēmumu un atzīt pieteikto preču zīmi par reģistrējamu visam pieteikumā ietvertajam preču/pakalpojumu sarakstam, minot šādus pretargumentus.

5.1. Pieteikto apzīmējumu **садовник** (fig.), kas tulkojumā no krievu valodas nozīmē – 'dārznieks', saistībā ar pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem patērētāji uztvers kā tēlainu apzīmējumu. Var piekrist LPV lēmumā paustajam viedoklim, ka vārds 'садовник' patērētājiem izraisīs asociācijas ar cilvēku, kas pārzina dārza kultūras un dārza darbus vai vada darbus dārzā vai dārzniecībā, ir dārzkopības

speciālists, tomēr, lietots žurnāla nosaukumā, šis apzīmējums nav aprakstošs attiecībā uz iespiedprodukciju vai kādām citām 16.klases precēm. Apzīmējums 'садовник' vārda tiešajā nozīmē nenosauc un neapraksta arī pieteikumā ietvertos 35., 40., 41. vai 42.klases pakalpojumus, piemēram, sludinājumu pakalpojumus, tekstu apstrādi, izstāžu organizēšanu, grāmatu izdošanu, sporta un kultūras pasākumus.

5.2. Izskatāmais apzīmējums patērētāju apziņā ar pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem saistās vienīgi netieši, izraisot tikai zināmas ar dārzu, dārza kultūrām vai dārza darbiem saistītas asociācijas. Pat ja pieņem, ka patērētāji šo apzīmējumu uztvers kā norādi uz iespējamo žurnāla saturu, tas vēl nedod pamatu apgalvot, ka tas pats par sevi nosauc vai apraksta pieteikumā ietvertās 16.klases preces vai 35., 40., 41. vai 42.klases pakalpojumus. Šajā gadījumā svarīgs ir jautājums par jēdziena 'aprakstošs apzīmējums' traktējumu. Saistībā ar dārza tematikai veltītu iespiedprodukciju par aprakstošu varētu atzīt, piemēram, apzīmējumu 'Žurnāls par dārzu'. Pat ja būtu pieteikts apzīmējums 'Dārzs', kas pēc savas jēgas būtu daudz tuvāks dārza tematikai nekā apzīmējums 'садовник', arī tad tas nav atzīstams par aprakstošu, jo nenosauc un neapzīmē ne preces, ne pakalpojumus.

5.3. LPV minējusi argumentu, ka pieteiktais apzīmējums sastāv vienīgi no apzīmējuma vai norādes, kas izmantojama komercdarbībā un ir nepieciešama citiem uzņēmējiem. Uzskatām, ka apzīmējums 'садовник', ņemot vērā tā jēgu, nav komercdarbībā izmantojams apzīmējums, jo tas pirmkārt un galvenokārt ir saistīts ar dārzu un dārza darbiem, nevis komercdarbības jomu. Nav pamatots LPV secinājums, ka LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē tas ir vērtējams kā ikvienam izdevējam izmantojams apzīmējums. Ir starpība starp preču un pakalpojumu tiešajiem nosaukumiem jeb sugasvārdiem, kas nav reģistrējami kā preču zīmes, jo ir nepieciešami citiem uzņēmējiem preču un pakalpojumu apzīmēšanai, un asociatīvu apzīmējumu, kas preces un pakalpojumus nenosauc, bet saistās ar tiem tikai uz asociāciju pamata. Latvijā tiek izdoti arī citi dārza tematikai veltīti periodiskie izdevumi, piemēram, *Dārza Pasaule, Agro, Dārzs un Drava, Floristika, Māja un Dārzs, Mazdārziņš, Puķudobe, Biškopis*. No minētajiem nosaukumiem redzams, ka citiem izdevējiem apzīmējums 'садовник' nav nepieciešams. Tātad šis apzīmējums neatbilst LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punktā paredzētajam.

5.4. Attiecīgs preses izdevums Latvijā tiek izplatīts jau kopš 2006.gada 1.janvāra (pievienota sabiedrības ar ierobežotu atbildību TK PRESSEKSPLO (Krievijas Federācija) izziņa un līgums par iespiedprodukcijas piegādi).

5.5. Šā apzīmējuma reģistrējamības sakarā jāņem vērā arī pastāvošā prakse. Attiecībā uz iespiedprodukciju un citām 16.klases precēm, kā arī 35., 40., 41. vai 42.klases pakalpojumiem Latvijā ir spēkā vairākas līdzīga rakstura preču zīmes, salīdzinājumā ar kurām pieteiktais apzīmējums nav lielākā mērā aprakstošs, piemēram:

- **KRIMINĀLĀ LATVIJA** (reģ. Nr. M 49 368) – 16.kl.;
- **SLAVENĪBU DŽĪVE** (reģ. Nr. M 49 392) – 16., 35.kl.;
- **KRUSTVĀRDU AVĪZE** (reģ. Nr. M 49 393) – 16., 35.kl.;
- **VAKARA AVĪZE VAKARA ZIŅAS** (reģ. Nr. M 48 766) – 16., 35.kl.;
- **SPORTA AVĪZE** (reģ. Nr. M 48 769) – 16., 35.kl.;
- **газета для тех, кто умеет читать** (reģ. Nr. M 42 080) – 16., 35., 41., 42.kl.

Kaut arī vairākās no šīm zīmēm ir tieši ietverts preču nosaukums – 'avīze', tās ir atzītas par reģistrējamām. Savukārt zīmes **KRIMINĀLĀ LATVIJA** un **SLAVENĪBU DŽĪVE** nevienu no precēm vai pakalpojumiem nenosauc, tām ir vairāk vai mazāk tēlaina apzīmējuma raksturs. Nepārlicina tēze LPV lēmumā, ka šīs zīmes reģistrētas, pateicoties lietojumā iegūtai atšķirtspējai, – šis apgalvojums ir nekonkrēts un nav pierādīts. Arī apgalvojums, ka, atšķirībā no izskatāmās preču zīmes, šais piemēros minētās reģistrētās zīmes patērētāji neuztver kā aprakstošas, jo tās asociējas ar noteiktu īpašnieku, nav argumentēts un ir neloģisks. Nav skaidrojuma, kāpēc piemēros minētās zīmes patērētāji neuztver kā aprakstošas, bet pieteikto apzīmējumu tā uztvers, un kāpēc tās asociējas ar noteiktu īpašnieku, bet pieteiktais apzīmējums – neasociēties. Ir nepieciešama vienota pieeja līdzīgu lietu izskatīšanā.

5.6. Vērtējot apzīmējuma iespējami aprakstošo raksturu, svarīgi ievērot, ka periodiska izdevuma nosaukumam ir jādod zināma norāde uz tā saturu, jo tam ir jārada lasītājiem priekšstats par izdevumu un tā tematiku. Periodiskajiem izdevumiem reģistrēto preču zīmju piemēri liecina, ka Latvijas patērētāji ir pieraduši pie tā, ka preču zīmes funkciju spēj pildīt preses izdevuma nosaukums, kas, dodot mājienu uz izdevuma saturu, vienlaikus tomēr nav pretrunā ar LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem.

5.7. Pēc satura līdzīgu zīmju reģistrācija ir veikta arī citur pasaulē. Piemēram, ir reģistrētas šādas vārdiskas Kopienas preču zīmes un starptautiskās reģistrācijas zīmes (pievienotas attiecīgas izdrukas no

datu bāzēm):

- **A GARDENER'S DIARY** (CTM 000607960);
- **GARDENER'S LIVING** (CTM 004815544);
- **CATALOG CITY** (CTM 001239813);
- **The Generous Gardener** (WO 829 982);
- **Gardeners Choice** (fig.) (WO 786 345).

5.8. LPV izklāstītie argumenti, iespējams, apliecina kādu LPV prakses tendenci, tomēr tie neparāda rezultātu, kāds varētu būt, ja attiecīgie pieteicēji būtu apstrīdējuši LPV lēmumus. Turklāt to pieteikumu, kuri tikuši atsaukti, atsaukšanas iemesli var arī nebūt saistīti ar vēlmi izvairīties no reģistrācijas atteikuma. Tātad LPV prakses piemēri nav objektīvi rādītāji, uz kuriem varētu balstīt reģistrācijas atteikumu.

5.9. Pieteicējs uzskata, ka šajā lietā nepieciešams konceptuāli precizēt, kādu apzīmējumu Latvijā uzskata par aprakstošu, un kādu – par asociatīvu apzīmējumu. Izskatāmā preču zīme salīdzinājumā ar citām minētajām preču zīmēm ir jāvērtē kā atbilstoša asociatīvas preču zīmes jēdzienam: „asociatīva preču zīme ir vārdi vai simboli (zīmes, apzīmējumi), kas tieši neapraksta kādas preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem tie tiek lietoti kā preču zīmes, īpašības, bet kuri patērētājiem var izraisīt noteiktas ar preču (pakalpojumu) īpašībām saistītas asociācijas” (G.Poļakovs, *Rūpnieciskā īpašuma aizsardzība*, Rīga, 1999, 129. lpp.). Par to liecina arī izskatāmās zīmes salīdzinājums ar G.Poļakova minētajiem asociatīvu zīmju piemēriem: TAIGA – līdzekļi insekticīdu apkarošanai, TORPEDO – elektromotori, turbīnas. G.Poļakovs arī raksta, ka asociatīvas preču zīmes uzskata par pietiekami stiprām preču zīmēm un, tās reģistrējot, nav jāpierāda, ka tām piemīt atšķirtspēja. No tā var secināt, ka ir pietiekams pamats arī izskatāmo apzīmējumu atzīt par reģistrējamu, ņemot vērā arī, ka tas ir grafiskā izpildījumā.

5.10. Atzīstot, ka robežu starp asociatīvu un aprakstošu apzīmējumu praksē nākas noteikt katrā konkrētā gadījumā atsevišķi, pieteicējs tomēr vēlas norādīt dažus citus asociatīvu zīmju reģistrācijas piemērus:

- **Apinītis** (reģ. Nr. M 44 157) – alum;
- **NUTRI-LEAF** (reģ. Nr. M 56 437) – šķīstošajiem mēslojumiem;
- **GRADUS** (reģ. Nr. M 56 458) – alkoholiskajiem dzērieniem;
- **Meistars Jūsu virtuvē** (reģ. Nr. M 56 354) – virtuves kombainiem un pārtikas produktu termiskās apstrādes aparātiem.

5.11. Pieteicējs uzskata, ka par izskatāmā apzīmējuma reģistrējamību netieši liecina arī tas, ka Lietuvā šāds pats apzīmējums ir atzīts par reģistrējamu. Apšaubāmi, vai konkrētā apzīmējuma uztveres vai reģistrējamības kritēriju ziņā situācija Latvijā būtu būtiski atšķirīga no Lietuvas.

6. ApP sēdē pieteicēja pārstāvis norāda, ka piemēri no līdzīga rakstura preču zīmju reģistrācijas prakses citās jurisdikcijās nav galvenais pieteicēja arguments šajā lietā.

II. Apelācijas izskatīšanas rezultātā Apelācijas padome nāca pie šādiem **slēdzieniem**:

1. No lietas materiāliem var konstatēt, ka uzņēmēj sabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe akcionerное obschestvo apelācija ir iesniegta likumā paredzētajā kārtībā. Tādējādi ir pamats tās izskatīšanai pēc būtības.

2. Izskatāmais LPV lēmums ir pamatots ar atsauci uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punktu. LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkts paredz, ka kā preču zīmi neregistrē apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem.

LPZ 6.panta pirmās daļas 3.punkts nosaka, ka kā preču zīmi neregistrē apzīmējumus, kas sastāv vienīgi no tādiem apzīmējumiem vai norādēm, kuras var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, daudzumu, lietojumu (funkcionālo uzdevumu), vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi, preču izgatavošanas vai pakalpojumu sniegšanas laiku vai citas preču vai pakalpojumu īpašības.

3. Izanalizējot LPV lēmuma motīvus un preču zīmes pieteicēja motīvus, kā arī pārbaudot lietas materiālus, ApP atzīst, ka izskatāmās lietas apstākļi atbilst LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punkta noteikumiem.

3.1. Lietā nav strīda par to, ka apzīmējuma 'садовник' nozīme (tulkojumā no krievu valodas: dārznieks) ir uztverama nozīmīgai Latvijas patērētāju daļai. Nav apšaubāms, ka tā ir saprotama patērētājiem, kuriem šī preču zīme adresēta, proti, patērētājiem, kuri lasa krieviski.

3.2. ApP uzskata, ka vārdisko apzīmējumu 'садовник' var izmantot komercdarbībā, lai apzīmētu attiecīgo preču un pakalpojumu veidu vai lietojumu (funkcionālo uzdevumu). ApP piekrīt LPV ekspertīzes atzinumam, ka attiecībā uz konkrētām 16.klases precēm un konkrētiem 35., 41. un 42.klases pakalpojumiem apzīmējums 'садовник' tiks uztverts tikai kā aprakstošs apzīmējums, kas nepārprotami raksturo minēto preču un pakalpojumu tematisko jomu, proti, dārzkopību un ar to saistītas preces un pakalpojumus. Periodisko izdevumu nosaukumos to tematikas raksturošanai bieži izmanto profesiju nosaukumus, un, kā liecina lietas materiāli, arī konkrēto vārdu 'dārznieks' (dažādās valodās) bieži izmanto dārzkopībai veltītu izdevumu nosaukumos. Var secināt, ka apzīmējums 'садовник' ir pārāk tieša norāde uz preču un pakalpojumu raksturu, lai to izmantotu kā preču zīmi. It īpaši to var atzīt attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem:

- dažādu iespiedprodukciju, iespīestām publikācijām, periodiskiem izdevumiem, ieskaitot avīzes, žurnālus, grāmatas, brošūras, informatīvus izdevumus, gadagrāmatas, kalendārus, katalogus (16.klase);
- dažādiem reklāmas pakalpojumiem, ieskaitot sludinājumu pakalpojumus, reklāmas materiālu un sleju sagatavošanu, publicēšanu, izplatīšanu, izstāžu organizēšanu komerciālos un reklāmas nolūkos, kā arī tekstu apstrādes pakalpojumiem, preču atlases un izvietojuma pakalpojumiem, arī lielveikalu tirdzniecības pakalpojumiem, laikrakstu abonēšanas pakalpojumiem (35.klase);
- dažādiem mācību un audzināšanas pakalpojumiem, izstāžu organizēšanu kultūras un audzināšanas nolūkos, konferenču, semināru, kolokviju, kongresu un simpoziju organizēšanu un vadīšanu, mācību un izklaides sacensību, izložu un citu atpūtas, izklaides, izpriecu, sporta un kultūras pasākumu organizēšanu un vadīšanu (ieskaitot arī informācijas sniegšanu šajos jautājumos), ieteikumu sniegšanu profesijas un mācību izvēlē (profesionālā orientācija), grāmatu un žurnālu izdošanu (arī tiešsaistē), tekstu publicēšanas, tulkošanas un fotografēšanas pakalpojumiem (41.klase);
- zinātniskās izpētes un rūpniecisko izstrādņu pakalpojumiem (42.klase).

3.3. ApP secina, ka pieteiktais apzīmējums **садовник** (fig.) saskaņā ar LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta noteikumiem nevar tikt reģistrēts attiecībā uz iepriekšējā punktā minētajām precēm un pakalpojumiem. Nepieciešamību šādā apjomā noraidīt šā apzīmējuma reģistrāciju nosaka, cita starpā, attiecīgās likuma normas pamatā esošās sabiedrības intereses, lai jēdzieni ar informatīvu nozīmi netiktu monopolizēti kā atsevišķa komersanta īpašums. Uz šo aspektu norāda arī LPV lēmums. Nevar piekrist apelācijas iesniedzēja apgalvojumam, ka izskatāmais apzīmējums ar pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem saistīsies vienīgi netieši, tikai izraisot ar dārzu, dārza kultūrām vai dārza darbiem saistītas asociācijas. Apelācijas iesniedzējs gan pamatoti atzīmē, ka apzīmējums 'садовник' nenosauc preces un pakalpojumus; tomēr ApP uzsver, ka piemērojamā norma reģistrācijas atteikumam pakļauj ne tikai preču un pakalpojumu vispārīgos, vispārlietotos nosaukumus (terminus un sugasvārdus, kas tieši apzīmē vai nosauc preces vai pakalpojumus), bet arī norādes, kuras var izmantot, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu veidu vai lietojumu (funkcionālo uzdevumu). Profesionālais nosaukums izdevuma, izstādes, semināra nosaukumā nepārprotami norāda uz izdevuma, izstādes vai semināra veidu, proti, ka izdevums, izstāde vai seminārs ir veltīts dārzkopības tematikai. Reklāmas materiāli ar virsrakstu 'садовник', veikals vai pasākums ar šādu nosaukumu izraisa tiešu un nepārprotamu priekšstatu par tematisku, attiecīgi specializētu reklāmu, veikalu vai pasākumu, tātad norāda pakalpojumu lietojuma jomu.

3.4. ApP uzsver, ka LPZ/99 6.panta pirmās daļas 3.punkta piemērošanai pietiek konstatēt, ka attiecīgo apzīmējumu "var izmantot komercdarbībā". Nav nepieciešams, lai būtu iegūti pierādījumi par to, ka konkrētais apzīmējums jau praksē tiek izmantots preču vai pakalpojumu nosaukšanai vai raksturošanai, – pietiek ar potenciālu iespēju, ka to kādreiz tā var izmantot. Eiropas Savienības tiesa (EST) norādījusi, ka, piemērojot attiecīgo Preču zīmju direktīvas normu (*Padomes 1988.gada 21.decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK dalībvalstu preču zīmju likumu tuvināšanai* 3.panta 1.punkta c) apakšpunkts, arī *Eiropas Parlamenta un Padomes 2008.gada 22.oktobra direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm* (kodificēta versija) 3.panta 1.punkta c) apakšpunkts), kompetentajai institūcijai ir jānosaka, vai reģistrācijai pieteikto preču zīmi attiecīgā personu kategorija uztver kā preču vai pakalpojumu īpašību raksturojumu pašlaik, vai arī ir pamats pieņemt, ka tas var notikt nākotnē. Ja šādā novērtējumā institūcija secina, ka kaut viena no apzīmējuma iespējamām nozīmēm ir potenciāli aprakstoša, reģistrācija atsakāma uz minētās normas pamata. Turklāt šis noteikums nepieļauj reģistrēt šādas zīmes arī tad, ja to pašu īpašību raksturošanai pastāv parastāki apzīmējumi vai norādes (norma neprasa, lai attiecīgais apzīmējums vai norāde būtu vienīgais veids, kā norādīt attiecīgās preču vai pakalpojumu īpašības), turklāt nepieļauj to neatkarīgi no apstākļa, cik daudz konkurentu varētu būt ieinteresēti lietot apzīmējumus vai norādes, no kurām sastāv pieteiktā zīme (EST lietas: C-363/99, *Postkantoor*, 56.-58.punkts; C-191/01, *Doublemint*, 32.punkts; skat. arī: Tiesu prakses apkopojums *Par*

tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi; LR Augstākā tiesa, 2007.-2008.g.; 17.lpp.; pieejams <http://www.at.gov.lv/lv/info/summary/2008/>.

Šādā kontekstā ApP kritiski vērtē apelācijas iesniedzēja viedokli par to, ka no dārza tematikai pašreiz veltītu periodisko izdevumu nosaukumiem būtu secināms, ka citiem izdevējiem apzīmējums 'садовник' nav nepieciešams.

3.5. Būtisks aspekts izskatāmajā lietā ir arī tas, ka pieteiktā apzīmējuma figurativitāte nav spilgta un nozīmīga: apzīmējums 'садовник' ir atveidots ar nedaudz stilizētiem kirilicas alfabēta mazajiem burtiem zaļā krāsā. Zaļā krāsa neapšaubāmi asociējas ar augiem un dārzu, tātad tā nepaaugstina apzīmējuma atšķirtspēju. Katrs dārzkopībai veltīta izdevuma izdevējs vai attiecīgas izstādes rīkotājs attiecīgā apzīmējumā labprāt izmantotu zaļu krāsu. Arī burtu forma būtiski nemaina apzīmējuma kopiespaidu. Vērtējot kopumā, pieteiktajā zīmē neapšaubāmi dominē vārdiskais elements. Zīmes grafiskais izveidojums nevar tikt atzīts par tik raksturīgu, lai tas paliktu patērētāju atmiņā un patērētāju uztverē veicinātu stabilas asociācijas par marķēto preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi no noteikta tirgus dalībnieka. Augstākā tiesa norāda uz nepieciešamību vērtēt, vai funkcionāls (precēm, pakalpojumiem nepieciešams) apzīmējums pieteiktajā preču zīmē ir vienīgais elements ("..sastāv vienīgi no.."), vai arī tas ir papildināts ar kādu citu elementu vai elementiem (arī zīmējumu, grafisku noformējumu, specifiskas formas burtiem, krāsām). Ja šādi papildinājumi funkcionālam apzīmējumam ir, iespēja zīmi izmantot kā preču zīmi un tās reģistrējamība ir atkarīga no papildinājumu nozīmīguma preču zīmes kopiespaidā. Ja zīmes kopiespaidā, attiecīgo patērētāju uztverē vienalga dominē attiecīgais vārdiskais elements, kam ir preces vai pakalpojumus aprakstošs raksturs, tāda zīme visdrīzāk neveiks preču zīmes funkcijas. Lai šāda preču zīme sekmīgi funkcionētu, papildinājumam jābūt pietiekami spilgtam, svarīgam, tam pašam par sevi jābūt apveltītam ar pietiekamu atšķirtspēju; tādā gadījumā zīme var tikt kopumā aizsargāta (minētais tiesu prakses apkopojums, 16.lpp.).

4. Tā kā apzīmējuma 'садовник' aprakstošā nozīme patērētājiem būs acīmredzama, ApP secina, ka LPV lēmums pamatoti atsaucas arī uz LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punktu. Šāda rakstura apzīmējumu patērētāji neuztvers kā preču zīmi, un tas nenodrošinās marķēto preču un pakalpojumu individualizāciju, to komerciālās izcelsmes identifikāciju. Tātad tam trūkst jebkādas atšķirtspējas, vērtējot attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas LPV lēmumā pamatoti izslēgti no saraksta.

III. Ņemot vērā šā lēmuma I un II daļā minētos argumentus un secinājumus, pamatojoties uz likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 6.panta pirmās daļas 2. un 3.punktu un vadoties no minētā likuma 19.panta noteikumiem par apelāciju izskatīšanu, Apelācijas padome **nolemj**:

1. noraidīt uzņēmējsabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsionerное obschestvo (Krievijas Federācija; ar 17.02.2009 šīs preču zīmes pieteicējs ir uzņēmējsabiedrība BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu, Krievijas Federācija) apelāciju par Patentu valdes 2006.gada 11.jūlija lēmumu par preču zīmes **садовник** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-156) reģistrāciju ierobežotam preču un pakalpojumu sarakstam (reģistrācijas atteikumu daļai preču un pakalpojumu) un atstāt spēkā minēto lēmumu;

2. Patentu valdes Preču zīmju un dizainparaugu departamentam un Valsts reģistru un dokumentācijas nodaļai, pamatojoties uz šo lēmumu, likumā *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* noteiktajā kārtībā izdarīt Valsts preču zīmju reģistrā, kā arī citā LPV dokumentācijā nepieciešamos ierakstus, kas ir saistīti ar preču zīmes **садовник** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-156) atzīšanu par reģistrējamu Patentu valdes 2006.gada 11.jūlija lēmumā norādītajā apjomā un reģistrācijas atteikumu attiecībā uz pārējām precēm un pakalpojumiem.

Apelācijas padomes lēmumu var pārsūdzēt triju mēnešu laikā no lēmuma noraksta saņemšanas dienas; pārsūdzības pieteikums iesniedzams Administratīvajā rajona tiesā; pieteikuma iesniegšana aptur lēmuma izpildi jeb stāšanos spēkā (likums *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm*, 19.panta astotā daļa).

Šis lēmums, ja tas nav pārsūdzēts noteiktajā laikā, stājas spēkā pēc tam, kad notecējis termiņš tā pārsūdzēšanai.

ApP sēdes locekļi:

/paraksts/

K.Krūmiņš

/paraksts/

A.Pāže