

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-05-157

Lēmums

Rīga

2011.gada 4.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 – uzņēmējsabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsionernoe obschestvo (Krievijas Federācija; – vēlāk šā preču zīmes pieteicēja tiesības pārņēmusi uzņēmējsabiedrība BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu, Krievijas Federācija) vārdā par Patentu valdes (turpmāk – LPV) 2006.gada 11.jūlijā pieņemto lēmumu par preču zīmes **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (figurāla zīme, turpmāk – fig.):

ГАСТРОНОМЪ
журнал для тех, кто ест

(pieteik. Nr. M-05-157; 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) - uzņēmējsabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsionernoe 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 **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) reģistrācijas pieteikumu Nr. M-05-157 attiecībā uz 16.kl. precēm un 35., 40., 41. un 42. kl. pakalpojumiem 2005.gada 8.februārī iesniegusi uzņēmējsabiedrība IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsionernoe 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; izkārtne 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 iespieddarbi; 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 izstrādnes; rūpnieciskā dizaina pakalpojumi; iesaiņojuma dizaina pakalpojumi.

2. Jau pēc ApP sēdes, ar 2008.gada 23.maija aktu, ir notikusi tiesību uz izskatāmo preču zīmi (preču zīmes pieteikuma) nodošana citai personai - BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ograničennoj otvetstvennostyu (Krievijas Federācija). 09.06.2008 LPV paziņojusi pārstāvei, ka īpašumtiesību pāreja ņemta vērā.

3. LPV 11.07.2006 pieņēmusi lēmumu preču zīmi **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-157) 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. Apzīmējumu ‘гастроном’, kas tulkojumā no krievu valodas nozīmē ‘gastronoms’, patērētāji uztvers kā aprakstoša rakstura apzīmējumu. Šādi apzīmē gastronomijas (augstākās pavārmākslas) speciālistu, savukārt ar vārdu ‘gastronomija’ apzīmē noteikta sortimenta augstas kvalitātes pārtikas preču kopumu, noteikta sortimenta pārtiku, kā arī augstāko pavārmākslu. Bijušās PSRS laikā par ‘gastronomiem’ sauca veikalus, kuros tirgoja dažādas pārtikas preces – maizi, gaļu, dārzeņus u.tml. (*Krievu-latviešu vārdnīca*, izd. „Avots”, R., 1988; 95.lpp.; *Latviešu literārās valodas vārdnīca*, 3.sēj., izd. „Zinātne”, R., 1975; 83.lpp.). Vārdu salikumu ‘ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест’ kopumā var saprast ar nozīmi – ‘GASTRONOMS - žurnāls tiem, kas ēd’ vai ‘GASTRONOMIJAS VEIKALS - žurnāls tiem, kas ēd’.

4.2. Pieteiktā apzīmējuma figurativitāte ir niecīga – apzīmējumu veido krievu valodas burti, kam nav ne oriģinālas formas, ne krāsas. Apzīmējumā esošais burts ‘ъ’ nepalielina apzīmējuma atšķirtspēju, bet tikai norāda uz pieteicēja vēlmi norobežoties no šā apzīmējuma iespējamās asociēšanas ar Padomju Savienības pārtikas veikaliem (burtu ‘ъ’ vārda beigās krievu valodā izmantoja līdz 1918.gadam). Līdz ar to

patērētāji varētu uztvert vārdu 'ГАСТРОНОМЪ' gan saistībā ar veikalu ('gastronomu', ko patērētāji zina no pieredzes), gan saistībā ar šā vārda nozīmi laikā, kad burtu 'Ъ' lietoja vārda beigās. Tā laika krievu valodas vārdnīca šo vārdu skaidro kā izsmalcināta ēdāja, gardēža u.tml. apzīmējumu (Даль В., *Толковый словарь живого великорусского языка* [1863-66], Седьмое изд., том I, изд. „Русский язык”, Москва, 1978; стр. 345-346). Jāsecina, ka vismaz daļa patērētāju uztvers vārda 'гастроном' abas nozīmes – gan 'gastronomijas veikals', gan 'gastronomijas speciālists'.

4.3. Tā kā lielākā daļa Latvijas patērētāju vienlīdz labi pārvalda gan latviešu, gan krievu valodu, var apgalvot, ka apzīmējums **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) saistībā ar 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, pārtiku un pavārmākslu. 16.klasē pieteikto preču (piemēram, gadagrāmatu, informatīvu izdevumu, iespiestu publikāciju, kalendāru, katalogu) nosaukumos bieži izmanto norādes uz noteiktu profesiju (nodarbi) (laikraksti *Мājas Dakteris, Домашний доктор, Зубной техник, Коммерсантъ, Юный художник* un žurnāli *Бишкoпис, 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*) vai vaļasprieku (žurnāli *Saimnieks LV, Saimniece, Horse&Rider, Fly Fisherman, Make up Artist, Motorcyclist, PC Gamer, Эксперт*). Šādas norādes uz profesiju vai vaļasprieku var būt arī grāmatu, prospektu un dažādu citu 16.klases papīra izstrādājumu, kā arī izstāžu un semināru nosaukumos, tādā veidā informējot un piesaistot noteiktu preču un pakalpojumu patērētājus.

4.4. Ar pavārmākslu nodarbojas un par to interesējas gan šīs jomas profesionāļi, gan katrs cilvēks, kam patīk gatavot ēst un garšīgi paēst. Saistībā ar minētajām precēm un pakalpojumiem patērētāji pieteikto apzīmējumu neuztvers kā vienu konkrētu uzņēmumu identificējošu apzīmējumu. Tādējādi no patērētāju uztveres viedokļa šim apzīmējumam attiecībā uz konkrētām precēm un pakalpojumiem piemīt tikai aprakstošs raksturs un līdz ar to trūkst preču zīmei nepieciešamās atšķirtspējas LPZ 6.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē.

4.5. Atbildot uz ekspertīzes pieprasījumu, zīmes pieteicējs iesniedza savus pretargumentus, norādot, ka pieteikto apzīmējumu patērētāji uztvers netieši, tas izraisīs tikai zināmas asociācijas. Ekspertīze šim uzskatam nepiekrīt, uzsverot, ka ar šo apzīmējumu, ņemot vērā tajā ietverto jēdzienisko nozīmi, patērētājiem tiek tieši norādīta preču (un ar tām saistīto pakalpojumu) tematika. Patērētājiem pieteiktais apzīmējums asociēsies ar žurnālu par pārtiku, pavārmākslu un tai veltītām precēm un pakalpojumiem, nevis ar preču zīmi. Asociatīvu nozīmi šis apzīmējums var iegūt vienīgi kopā ar kādu citu apzīmējumu, kuram atšķirīgums piemīt.

4.6. 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 izdrukā no pieteikumiem: **ОФИС** (fig.) M-95-2034; **LATVIJAS REKORDU GRĀMATA** M-96-1208; **Latvijas Reklāma** (fig.) M-98-423; **АПТІЕКА Журналы aptiekas apmeklētājiem** (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 atzītas par aprakstošām un kuru figurālais attēlojums ir neizteiksmīgs.

4.7. Iesniegtie papildu materiāli neļauj pārliecinoši konstatēt, ka apzīmējums **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (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 **ГАСТРОНОМЪ**. 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. Patērētāji pieteikto apzīmējumu **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.), kas tulkojumā no krievu valodas nozīmē – ‘GASTRONOMS – žurnāls tiem, kas ēd’, saistībā ar pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem neuztvers tieši, bet gan kā tēlainu apzīmējumu, jo, kā zināms, ēd visi, taču ne visi lasa pavārmākslai un ēdienu gatavošanai veltītus izdevumus. Tātad izdevums domāts tiem, kas interesējas par pārtiku, pavārmākslu, ēšanas kultūru un ar ēdienu gatavošanu saistītām lietām.

5.2. Var piekrist, ka vārds ‘ГАСТРОНОМЪ’ daļai patērētāju var asociēties ar gastronomijas speciālistu vai gastronomijas veikalu. LPV lēmumā minētais arguments, ka patērētāji šo apzīmējumu uztvers kā norādi uz iespējamo žurnāla saturu, vēl nedod pamatu apgalvot, ka tas saistībā ar precēm un pakalpojumiem ir aprakstošs. Vērtējot apzīmējuma atšķirtspēju, tas jāvērtē kopumā – tāds, kāds tas ir. Bez vārda ‘ГАСТРОНОМЪ’ tajā ietilpst arī citi apzīmējumi. Nav mazsvarīgi, ka apzīmējums ir izpildīts kirilicā ar senajai krievu rakstībai raksturīgo cietinājuma zīmi ‘ъ’ vārda beigās, kas tam piešķir īpašu nokrāsu un palielina atšķirtspēju.

5.3. Ar apzīmējumu ‘ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест’ šo vārdu tiešajā nozīmē nenosauc un neapraksta ne attiecīgās preces (piemēram, gadagrāmatas, piezīmju grāmatiņas, brošūras, bukletus), nedz arī pakalpojumus (piemēram, sludinājumu pakalpojumus, tekstu apstrādi, izstāžu organizēšanu, grāmatu izdošanu, sporta un kultūras pasākumus). Tādējādi ir pamats apgalvot, ka apzīmējums kopumā vienīgi dod zināmu norādi uz žurnāla saturu. Tā jēga ar pieteiktajām precēm un pakalpojumiem saistās vienīgi netieši, radot ar pārtiku un pavārmākslu saistītas asociācijas un dodot mājienu par izdevuma tematiku.

5.4. Attiecīgs preses izdevums Latvijā tiek izplatīts jau kopš 2006.gada 1.janvāra (pievienota sabiedrības ar ierobežotu atbildību TK PRESSEKSP0 (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. Nepārliecina 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 arī, ka periodiska izdevuma nosaukumam ir jādod zināma norāde uz tā saturu, jo tam ir jārada lasītājiem priekšstats par izdevumu un tā tematiku. Latvijā izdod arī citus pavārmākslas tematikai veltītus periodiskos izdevumus, kuru nosaukumi dod mājienu uz tā saturu: *Kārumiņš, Pavards, Labu Apēti!, Saimniece*. Pieteicējs uzskata, ka pieteiktais apzīmējums citu izdevumu starpā vērtējams kā līdzvērtīgs. 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.

Līdzīgi piemēri ir arī citās jurisdikcijās, piemēram, starp reģistrētām Kopienas preču zīmēm (pievienotas attiecīgas izdrukas no Kopienas preču zīmju datu bāzes):

- **NOIR GASTRONOMIE** (CTM 003666261);
- **GASTRONOMIA MASINI** (CTM 003166171);
- **Gastronome** (fig.) (CTM 002999894);
- **THE TRAVELLING GOURMET** ('gourmet' latviski nozīmē – 'gardēdis') (CTM 004889374);
- **GOURMET GOLD** (CTM 004718557);
- **WAFI GOURMET** (CTM 004375663);
- **DER FEINSCHMECKER** ('Feinschmecker' latviski nozīmē – 'gardēdis') (CTM 001942192).

5.7. LPV lēmumā izklāstītie argumenti, iespējams, apliecina kādu LPV prakses tendenci, tomēr tie neparāda rezultātu, kāds varētu būt, ja attiecīgie pieteicēji būtu apstrīdējuši LPV lēmumus. Turklāt to pieteikumam, 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. Drīzāk jau pieteicēja minētie reģistrēto zīmju piemēri demonstrē, 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.punkta noteikumiem.

5.8. 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 pilnīgi pietiekams pamats arī izskatāmo apzīmējumu atzīt par reģistrējamu, it īpaši ņemot vērā, ka tas ir grafiskā izpildījumā. Turklāt nav pamata uzskatīt, ka apzīmējuma grafiskais risinājums ir triviāls.

5.9. 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 akcionerhoe 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.punktu, kurš paredz, ka kā preču zīmi neregistrē apzīmējumus, kam trūkst jebkādas atšķirtspējas attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem.

3. Izanalizējot LPV lēmuma motīvus un preču zīmes pieteicēja motīvus, kā arī pārbaudot lietas materiālus, ApP atzīst, ka LPV ekspertīze izskatāmajā lēmumā ir pamatoti konstatējusi atsevišķus apstākļus, kas attiecas uz LPZ/99 6.panta pirmās daļas 2.punkta noteikumu iespējamu piemērošanu, noraidot izskatāmās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz daļu no pieteikumā ietvertajām precēm un pakalpojumiem. Vārdiskie apzīmējumi, kas ietverti preču zīmē **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-157), būs saprotami nozīmīgai daļai Latvijas patērētāju, turklāt tie neapšaubāmi būs saprotami tiem patērētājiem, kam adresēts attiecīgais periodiskais izdevums, tātad personām, kas lasa izdevumus krievu valodā. Lietā nav strīda par to, ka vismaz daļa patērētāju varētu uztvert šā apzīmējuma semantiku. Pieteiktā apzīmējuma aptuvens tulkojums latviešu valodā varētu būt – 'GASTRONOMS / GASTRONOMIJAS VEIKALS – žurnāls tiem, kas ēd'. Var piekrist, ka šāds apzīmējums kopumā patērētāju uztverē zināmā mērā raksturo lielas daļas pieteikto preču un pakalpojumu tematisko jomu, proti, preces un pakalpojumus, kuri attiecas uz pārtiku, pavārmākslu, ēdienu gatavošanu, ēšanas kultūru. Apzīmējums asociēties ar žurnālu, kas veltīts tamlīdzīgiem jautājumiem. ApP neapšaubā

ekspertīzes argumentu, ka norādes uz tematisko saturu (profesiju, vaļasprieku) mēdz būt dažādu 16.klases preču (periodisko izdevumu, informatīvu izdevumu, grāmatu, kalendāru, katalogu, prospektu) nosaukumos, kā arī izstāžu un semināru nosaukumos, tādā veidā informējot un piesaistot noteiktu preču un pakalpojumu patērētājus.

4. ApP tomēr piekrīt apelācijas iesniedzējam, ka tas apstākļi, ka patērētāji izskatāmo apzīmējumu uztvers kā norādi uz iespējamo žurnāla saturu, vēl nedod pietiekamu pamatu apgalvot, ka saistībā ar pieteiktajām precēm un pakalpojumiem šis apzīmējums ir pilnībā aprakstošs vai ka tam trūkst jebkādas atšķirtspējas. Tātad šajā lietā ir svarīgi noteikt, vai izskatāmais apzīmējums ir ietilpināms asociatīvu preču atšķirtspējas. Tāpat šajā lietā ir svarīgi noteikt, vai izskatāmais apzīmējums ir ietilpināms asociatīvu preču atšķirtspējas. Tātad šajā lietā ir svarīgi noteikt, vai izskatāmais apzīmējums ir ietilpināms asociatīvu preču atšķirtspējas. Tātad šajā lietā ir svarīgi noteikt, vai izskatāmais apzīmējums ir ietilpināms asociatīvu preču atšķirtspējas. Tātad šajā lietā ir svarīgi noteikt, vai izskatāmais apzīmējums ir ietilpināms asociatīvu preču atšķirtspējas.

4.1. Vārds 'ГАСТРОНОМЪ', kas pieteiktajā preču zīmē dominē gan vizuāli (izmēru un novietojuma dēļ), gan jēdzieniski, nav uztverams pilnīgi nepārprotami un viennozīmīgi. Tā nozīmi – 'gastronomijas speciālists, garšīgu ēdienu pazinējs un cienītājs, gardēdis', - visticamāk, zinās ne pārāk liela daļa patērētāju. Arī otru tā nozīmi – 'gastronomijas veikals' – visdrīzāk, atceras tikai vidējā un vecākā paaudze, kam ir padomju perioda pieredze. Kaut arī abi šie skaidrojumi attiecīgā šķirklī ir ietverti populārajā Ožegova *Krievu valodas vārdnīcā* (Ожегов С.И., *Словарь русского языка*; 20-е изд.; Москва, "Русский язык", 1988; стр. 104), šis vārds nepieder bieži lietotiem, un patērētāju uztverē tam var būt zināma vēsturiska pieskaņa. Senatnīguma nokrāsu pastiprina arī burts 'Ъ' šā vārda rakstībā. Kā norāda arī LPV ekspertīzes lēmums, burtu 'Ъ' vārda beigās krievu valodā izmantoja tikai līdz 1918.gadam.

4.2. Vērtējot pieteikto zīmi, nevar ignorēt tajā ietvertu frāzi 'журнал для тех, кто ест', kas atveidota ļoti nelieliem burtiem zem apzīmējuma 'ГАСТРОНОМЪ'. Ir jāatzīst, ka minētās frāzes bezjēdzība jeb absurds (latviski – 'žurnāls tiem, kas ēd') var piesaistīt patērētāju uzmanību. Cilvēks nevar eksistēt bez ēšanas, tātad izdevējs vēlas pateikt, ka tas ir žurnāls visiem, vienlaikus norādot tā tematiku – par ēdieniem un ēšanu. Šo pašu domu var pateikt dažādi, un nevar apgalvot, ka būtu nepieciešams šādu apzīmējumu atstāt brīvai lietošanai jebkuram komersantam attiecīgajā jomā. Var atzīt, ka pieteiktajā apzīmējumā ir ietverts paradokss, kas būtiski papildina apzīmējuma kopiespaidu. Šāda frāze gan aptuveni raksturo attiecīgās preces vai pakalpojumus, taču to nav pamata atzīt par aprakstošu vārda tiešajā nozīmē.

4.3. Izskatāmā preču zīme ir figurāla, proti, tai ir noteikts grafisks izpildījums. Viena no izpildījuma īpatnībām ir visu zīmes vārdisko elementu atveidojums ar noteikta šrifta mazajiem burtiem (lielo burtu zīmē nav vispār). Cita īpatnība ir milzīgais kontrasts starp uzraksta 'ГАСТРОНОМЪ' izmēriem un pārējā teksta izmēriem. Turklāt miniatūrais uzraksts 'журнал для тех, кто ест' izvietots zem apzīmējuma 'ГАСТРОНОМЪ' iesāņus, neaizņemot visu platumu – vienīgi labajā pusē. Kaut arī šajā preču zīmē nav izmantota noteikta krāsa (jāpieņem, ka saskaņā ar bieži izmantoto praksi žurnālu noformējumā, nosaukuma jeb žurnāla "galviņas" krāsa var mainīties atkarībā no fona, un šis uzraksts var būt melns, balts vai citā krāsā), kopumā zīmes grafiskais izveidojums ir visai noteikts, raksturīgs un var palikt patērētāju atmiņā.

5. Tādējādi ApP secina, ka minētās iezīmes nodrošina pieteiktajam apzīmējumam zināmu atšķirtspēju un pastāv iespēja, būtiski nekaitējot patērētāju un tirgus dalībnieku (citu komersantu) interesēm, pieteicēja apelāciju apmierināt, atzīstot pieteikto apzīmējumu par reģistrējamu attiecībā uz visu akceptēto preču un pakalpojumu sarakstu.

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.punktu un vadoties no minētā likuma 19.panta noteikumiem par apelāciju izskatīšanu, Apelācijas padome **nolemj**:

1. apmierināt uzņēmējiesabiedrības IZDATELSKY DOM VKUSNAYA ZHIZN, Zakritoe aktsionerное obschestvo (Krievijas Federācija; ar 09.06.2008 šīs preču zīmes pieteicējs ir uzņēmējiesabiedrība BONNIER PUBLICATIONS, Obschestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu, Krievijas Federācija) apelāciju par Patentu valdes 2006.gada 11.jūlija lēmumu par preču zīmes **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-157) reģistrāciju ierobežotam preču un pakalpojumu sarakstam, grozīt minēto lēmumu un atzīt šo preču zīmi par reģistrējamu visam preču un pakalpojumu sarakstam LPV pieteikuma akceptā (17.01.2006) sniegtajā redakcijā;

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 **ГАСТРОНОМЪ журнал для тех, кто ест** (fig.) (pieteik. Nr. M-05-157) atzīšanu par reģistrējamu.

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 priekšsēdētājs

/paraksts/

J.Ancītis

ApP sēdes loceklis:

/paraksts/

K.Krūmiņš

/paraksts/

A.Pāže