

Палата по патентным спорам в порядке, установленном Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520 (далее – Правила), рассмотрела возражение от 28.09.2005, поданное Закрытым акционерным обществом «РАМО-М», Москва (далее - заявитель), на решение Федерального института промышленной собственности (далее – решение экспертизы) от 25.08.2005 о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2003723823/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке № 2003723823/50 с приоритетом от 03.12.2003 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя Закрытого акционерного общества «РАМО-М», Москва, в отношении товаров 29, 30, 32, 33, 35, 39 и услуг 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «РАМО», которое является «фантазийным обозначением товаров и услуг заявителя, частью его фирменного наименования».

Решением экспертизы от 25.08.2005 заявленное обозначение зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении товаров 32 (пиво, минеральные и газированные воды, и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков), 33 (алкогольные напитки (за исключением пива) и услуг 35 (реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба), 39 (транспортировка; упаковка и хранение товаров; организация путешествий), 41 (организация спортивных мероприятий) классов МКТУ.

В отношении остальных товаров и услуг, указанных в перечне заявки, заявленному обозначению отказано в регистрации в качестве товарного знака на основании требований, установленных пунктом 1 статьи 7 Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и

наименованиях мест происхождения товаров" от 23.09.1992, №3520-1, введенного в действие с 17.10.1992, с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ (далее — Закон), и пунктов 2.8 (2.8.2), 14.4.3 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, зарегистрированных в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322, и введенных в действие 10.05.2003 (далее — Правила ТЗ), т.к. заявленное обозначение «РАМО» сходно до степени смешения в отношении однородных товаров со следующими товарными знаками, зарегистрированными ранее на имя других правообладателей:

- для товаров 29, 30 классов серия товарных знаков «РАМА» (со словесным элементом «РАМА»), зарегистрированных под №№ 269936, 267656, 263805, 263722, 260438, 258643, 256869, 256868, 246143, 246942, 245864, 245863, 240324, 237283, 234227, 230228, 225491, 222468, 222065, 220967, 217774, 215944, 214733, 211290, 203664, 169548, 165925, 165492, 057139 на имя «Юнилевер Н.В.», Нидерланды, с приоритетом от 10.06.2003, 30.12.2002, 26.07.2002, 12.07.2002, 29.04.2002, 10.04.2002, 05.03.2002, 08.11.2001, 30.05.2001, 23.02.2001, 25.12.2000, 05.12.2000, 21.11.2000, 27.10.2000, 03.10.2000, 10.08.2000, 29.02.2000, 06.12.1999, 22.07.1997, 25.12.1996, 09.02.1976 (продлен до 09.02.2006); и знаки, по международным регистрациям №№ 700252, 700251 на имя «Unilever N.V.», Нидерланды, с конвенционным приоритетом от 19.05.1998 [1];
- для части услуг 41 класса - товарный знак «Раморама-Р» по свидетельству № 253266, приоритет от 29.04.2002, зарегистрированный на имя ООО «Раморама», Москва [2];
- для всех услуг 43 класса знак со словесным элементом «РАМА» по международной регистрации № 692767 на имя «GLOBAL GROUP S.R.L.», (IT), с конвенционным приоритетом от 27.01.1998 [3].

В возражении от 28.09.2005, поданном в Палату по патентным спорам, заявитель выразил свое несогласие с решением экспертизы, доводы которого сводятся к следующему: заявленное обозначение «РАМО» не является сходным до степени смешения с товарными знаками, указанными экспертизой в качестве оснований для ограничения заявленного перечня товаров и услуг.

На основании изложенного в возражении выражена просьба об отмене решения экспертизы от 25.08.2005 по заявке № 2003723823/50 и вынесении решения о регистрации заявленного обозначения для всех заявленных классов товаров и услуг.

На заседании коллегии заявитель представил копию решения Палаты по патентным спорам от 29.09.2005 о досрочном прекращении правовой охраны на территории Российской Федерации международной регистрации № 692767 знака «RAMA DIETA MEDITERRANEA» полностью.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения, Палата по патентным спорам считает доводы возражения частично убедительными.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 11.12.2002 №166-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» и с учетом даты 03.12.2003 поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Закон и Правила ТЗ.

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени их смешения, в частности, с товарными знаками, ранее зарегистрированными или заявленными на

регистрацию в Российской Федерации на имя другого лица в отношении однородных товаров.

В соответствии с пунктом 14.4.2 Правил ТЗ обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил ТЗ сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в подпунктах (а) – (в) упомянутого пункта 14.4.2.2 Правил ТЗ.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) - (в) пункта 14.4.2.4 Правил ТЗ, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил ТЗ при установлении однородности товаров учитывается возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю, если они обозначены тождественными или сходными товарными знаками. При этом принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Степень однородности товаров (услуг) тесно связана со степенью сходства обозначений, предназначенных для их маркировки. Чем сильнее степень сходства, тем выше опасность смешения производителей, и, следовательно, шире диапазон товаров (услуг), которые должны рассматриваться как однородные.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака словесное обозначение «РАМО» выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Решение экспертизы в части отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ основано на наличии ранее зарегистрированных в отношении однородных товаров на имя иного лица товарных знаков [1].

Товарные знаки [1] представляют собой комбинированные или словесные обозначения, содержащие словесный элемент «РАМА», выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита (свидетельство № 169548), либо «РАМА» или «Rama», выполненные заглавными или строчными (первая буква заглавная) буквами латинского алфавита.

Противопоставленные товарные знаки [1] являются фонетически сходными с заявленным обозначением, т.к. содержат одинаковое количество букв и звуков (по 4), первые три из них одинаковые и расположены в том же порядке, отличие составляет только последняя буква «О» и «А», но они являются редуцируемыми.

Товарный знак «РАМА» по свидетельству № 169548 из перечисленных противопоставленных знаков [1] и заявленное обозначение имеют графическое сходство, поскольку выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Указанные знаки сходны также и семантически, т.к. могут быть восприняты как транслитерация слов «РАМО» и «РАМА», что в переводе с итальянского языка означает «ветка», «ветка с плодами» (Г.Ф. Зорько и др., Новый итальянско - русский словарь, М., «Русский язык», 1995, с.715).

Товарный знак [2] представляет собой словесное обозначение «Раморама - Рамо», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Несмотря на то, что заявленное обозначение и данный противопоставленный знак имеют разное количество букв и звуков, они являются фонетически сходными, поскольку заявленное обозначение тождественно отдельно расположенному (через дефис) словесному

элементу «Рамо», содержащемуся в противопоставленном обозначении, и полностью входит в него. По этим же причинам товарный знак [2] сходен с заявленным обозначением графически и семантически.

Таким образом, заявленное обозначение сходно с противопоставленными знаками [1], [2] в целом.

Товары 29, 30 и часть услуг 41 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки [1], [2] являются однородными товарам 29 и 30 и части услугам 41 классов МКТУ, указанным в перечне заявки № 2003723823/50.

Поскольку решением Палаты по патентным спорам от 29.09.2005 досрочно прекращена правовая охрана на территории Российской Федерации противопоставленной международной регистрации № 692767 знака «RAMA DIETA MEDITERRANEA» по причине его неиспользования, вывод о сходстве заявленного обозначения и указанной регистрации, правомерно сделанный в решении экспертизы, не является препятствием для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении услуг 43 класса МКТУ, указанных в заявке.

В соответствии с вышеизложенным Палата по патентным спорам
решила:

удовлетворить возражение от 28.09.2005, изменить решение экспертизы от 25.08.2005 и зарегистрировать заявленное обозначение в отношении следующего перечня товаров и услуг:

Форма № 81.1

**В бюллетень "Товарные знаки, знаки обслуживания и
наименования мест происхождения товаров"**

(511)

- 32 пиво; минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков
- 33 алкогольные напитки (за исключением пива)
- 35 реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба
- 39 транспортировка; упаковка и хранение товаров; организация путешествий
- 41 организация спортивных мероприятий
- 43 услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; обеспечение временного проживания