

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации, введённой в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ, и в соответствии 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 27.06.2008 на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности патентам и товарным знакам от 19.03.2008 об отказе в регистрации товарного знака по заявке № 2006717979/50, поданное Закрытым акционерным обществом «Мебельная фабрика «Доменик», 300004, г. Тула, ул. Щегловская засека, 12\2 (далее – заявитель) при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке № 2006717979/50 с приоритетом от 30.06.2006 заявлено на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, а именно продвижение товаров [для третьих лиц], включая оптовую и розничную торговлю, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка товаров и услуги предпринимателям].

Согласно описанию, приведенному в заявке, заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение, включающее словосочетание «Атлант мебельный центр» и изобразительный элемент». Словосочетание представлено в два ряда, верхнее слово «АТЛАНТ» выполнено более крупным шрифтом, чем словосочетание «мебельный центр» в красном цветовом сочетании. Изобразительный элемент занимает правую и верхнюю часть композиции, включает фигуру человека чисто вино-красного цвета, держащего на вытянутых руках за край серповидный купол темно-желтого цвета.

По результатам экспертизы заявленного обозначения принято решение от 19.03.2008 об отказе в регистрации товарного знака на основании пункта б статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками:

- «АТЛАНТ» по свидетельству № 189077 с приоритетом от 06.03.1998, зарегистрированным для однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Аляничя Павла Николаевича, 620003, г. Екатеринбург, ул. Титова, 20 [1];

- «АТЛАНТ» по свидетельству № 164891 с приоритетом от 11.10.1995, зарегистрированным для однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Турбо-Центр», 193019, Санкт-Петербург, ул. Седова, 11, лит. А [2];

- «АТЛАНТ» по свидетельству № 202744 с приоритетом от 13.09.1999, зарегистрированным для однородных услуг 42 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Атлант Медиа», 198095, Санкт-Петербург, пл. Стачек, д. 4, Лит Б. [3];

- «АТЛАНТ» по свидетельству № 156214 с приоритетом от 26.03.1996, зарегистрированным для однородных товаров 20 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Многопрофильный производственный комплекс «АТЛАНТ», 625062, г. Тюмень, ул. Депутатская, 91 [4];

В поступившем в Палату по патентным спорам возражении от 27.06.2008 заявитель выразил свое несогласие с решением Федеральной службы по интеллектуальной собственности патентам и товарным знакам от 19.03.2008. Доводы возражения сводятся к следующему:

- общее восприятие заявляемого обозначения сильно отличается от охраняемых товарных знаков;

- несмотря на наличие фонетического тождества словесной составляющей, следует учесть наличие шести товарных знаков зарегистрированных с 1998 по 2001 года тождественных и сходных до степени смешения для однородных услуг и зарегистрировать заявленное обозначение.

На основании изложенных доводов в возражении изложена просьба отменить решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности патентам и товарным знакам от 19.03.2008 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении скорректированного в возражении перечня услуг 35 класса МКТУ: продвижение мебели [для третьих лиц], а именно в розницу.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, Палата по патентным спорам считает доводы возражения необедительными.

С учетом даты приоритета (30.06.2006) заявки № 2006717979/50 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака составляет Закон Российской Федерации от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ (далее – Закон) и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32, зарегистрированным в Минюсте России 25.03.2003 г. под № 4322, введенных в действие с 10.05.2003 (далее — Правила).

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 других лиц, заявленными на регистрацию (если заявки на них не отозваны) или охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 14.4.2.2, 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (а)–(в) пункта 14.4.2.2 Правил.

Звуковое (фонетическое) сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и

звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных, согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение.

Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание; расположение букв по отношению друг к другу.

Смысловое (семантическое) сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей, в частности, совпадение значений обозначений в разных языках; совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (г) Правил).

Сходство обозначений определяется с учетом однородности товаров. При установлении однородности товаров согласно пункту 14.4.3 Правил определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному производителю. Для установления однородности товаров принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта, круг потребителей и другие признаки.

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение, включающее словосочетание «Атлант мебельный центр», выполненное в два ряда, причем верхнее слово «АТЛАНТ» выполнено более крупным шрифтом, чем словосочетание «мебельный центр» в красном цветовом сочетании, и изобразительный элемент в правой и верхней части композиции, включающей фигуру человека красного цвета, держащего на вытянутых руках за край

серповидный купол темно-желтого цвета. Доминирующим элементом заявленного обозначения, несущим в себе основную различительную способность является словесный элемент «Атлант», поскольку его шрифтовые элементы имеют достаточно крупные размеры и на нем акцентируется внимание потребителей. Изобразительный элемент (фигура человека чисто вино-красного цвета, держащего на вытянутых руках за край серповидный купол темно-желтого цвета) символизирует силу «атланта» несущего над собой серповидную фигуру.

Противопоставленный товарный знак [1] представляет собой словесное обозначение «АТЛАНТ», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Товарный знак зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ, в частности, распространение образцов, сбыт товара через посредников, демонстрация товаров.

Противопоставленный товарный знак [2] представляет собой комбинированное обозначение, образованное сочетание фигуры квадрата, внутри которого помещены четырехугольные фигуры с овалами, образующие сетку для светящегося шара, и словесного обозначения «АТЛАНТ», выполненного заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. По пространственному и смысловому значению доминирующим элементом является словесное обозначение «АТЛАНТ». Товарный знак охраняется в черно-белом цветовом сочетании. Товарный знак зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ – импортно-экспортные операции.

Противопоставленный товарный знак [3] представляет собой комбинированное обозначение в виде прямоугольной фигуры с оранжевым фоном, на котором латинскими буквами белого цвета выполнено словесное обозначение «ATLANT». Некоторые графические особенности шрифта не меняют словесного характера элемента «ATLANT». Товарный знак зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ – демонстрация товаров, реклама, а также 42 класса МКТУ снабжение продовольственными товарами.

Противопоставленный товарный знак [4] представляет собой словесное обозначение «АТЛАНТ», выполненное заглавными буквами русского алфавита

стандартным шрифтом. Товарный знак зарегистрирован, в частности для товаров 20 класса МКТУ – скамьи [мебель], тележки [мебель], ширмы [мебель], шкафы [мебель], подставки для журналов, зеркала, кровати деревянные, мебель школьная и т.п.

Сравнительный анализ по фонетическому фактору сходства заявленного обозначения и противопоставленных знаков показал, что сопоставляемые обозначения «АТЛАНТ» и «АТЛАНТ», «ATLANT» состоят из двух одинаковых слогов соответственно и содержат шесть тождественных звуков, расположенных в том же порядке. Различие в используемом шрифте не является существенным для вывода о фонетическом сходстве сопоставляемых товарных знаков, учитывая тождественную структуру сравниваемых слов.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1, 2, 4] выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита и производят одинаковое зрительное впечатление, усиливающееся одинаковым количеством букв, размером слов, что обуславливает вывод о графическом сходстве сравниваемых обозначений. Выполнение противопоставленного товарного знака [3] буквами латинского алфавита и особым шрифтом не имеет решающего значения в виду того, что элемент «ATLANT» товарного знака не утратил своего словесного характера, что позволяет говорить о превалировании фонетического критерия.

В смысловом отношении оспариваемый и противопоставленные товарные знаки означают одно и то же. Изложенное позволяет констатировать семантического тождество сравниваемых обозначений.

В соответствии с изложенным сопоставляемые обозначения являются сходными.

Анализ перечней рассматриваемой заявки и противопоставленных товарных знаков [1-4] показал, что перечни [1, 3] содержат одинаковый вид услуг реклама, демонстрация товаров, распространение образцов, а товарный знак [1] содержит услугу сбыт товара через посредника. Услуги «демонстрация товаров, сбыт товаров через посредников, продвижение товаров для третьих лиц, реклама» являются составляющими элементами процесса торговой деятельности и в частности,

розничной торговли, в том числе торговле мебелью. Учитывая изложенное, следует констатировать, что услуги 35 класса МКТУ (продвижение мебели [для третьих лиц], а именно в розницу, рассматриваемой заявки являются однородными услугам 35 класса МКТУ товарных знаков [1, 3] и корреспондируют товарам 20 класса (мебель) товарного знака [4].

При указанных обстоятельствах коллегия Палаты по патентным спорам не усматривает оснований для отмены решения Федеральной службы по интеллектуальной собственности патентам и товарным знакам.

Учитывая изложенное, Палата по патентным спорам решила:

отказать в удовлетворении возражения от 27.06.2008 и оставить в силе решение экспертизы от 19.03.2008.