

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и 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 № 4520, рассмотрела поступившее 27.06.2018 возражение индивидуального предпринимателя Симонова А.Г., Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2017705975 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2017705975 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 17.02.2017 на имя заявителя в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «SAANI», выполненное буквами латинского алфавита.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 28.02.2018 об отказе в государственной регистрации товарного знака, мотивированное в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения в отношении однородных товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ с товарными знаками по свидетельствам №№ 227435

(«САНИ^К »), 338981 («САНИ») и 251872 (

СА.АН.
саша анжела

), охраняемыми

на имя других лиц и имеющими более ранние приоритеты.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 27.06.2018 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 28.02.2018. Доводы возражения сводятся к тому, что сравниваемые знаки отличаются количеством и составом звуков и букв, производят разное общее зрительное впечатление, так как выполнены буквами разных (латинского – русского) алфавитов.

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи заявки (17.02.2017) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, 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 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое 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; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение; 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание; 3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения 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, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Заявленное обозначение представляет собой выполненное буквами латинского алфавита словесное обозначение «SAANI». Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака с приоритетом от 17.02.2017 испрашивается в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 227435 с приоритетом от 20.03.2001 представляет собой комбинированное обозначение

«**САНИ**^К», в котором доминирует выполненный буквами русского алфавита словесный элемент «САНИ», так как он занимает центральное положение и большую часть пространства и запоминается легче, чем графические элементы. Данный товарный знак охраняется в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 338981 с приоритетом от 21.07.2006 представляет собой словесное обозначение «САНИ», выполненное буквами русского алфавита. Данный товарный знак охраняется в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 251872 с приоритетом от 05.08.2002 представляет собой комбинированное обозначение



, в котором доминирует выполненный буквами русского алфавита словесный элемент «СА. АН.», так как он занимает центральное положение и бóльшую часть пространства и запоминается легче, чем графический элемент, а также выполнен более крупным шрифтом, чем словесные элементы «саша» и «анжела». Данный товарный знак охраняется в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 227435 и 338981 показал, что сравниваемые достаточно короткие слова «SAANI» и «САНИ» имеют существенно разную визуальную длину, обусловленную разным количеством букв, и выполнены, собственно, буквами разных (латинского – русского) алфавитов, которые в своем большинстве, в том числе акцентирующие на себе внимание начальные и конечные буквы, не совпадают друг с другом и имеют совершенно разные по своей геометрии начертания, то есть данные слова имеют абсолютно разный состав букв, в силу чего сравниваемые знаки в целом производят разное общее зрительное впечатление.

При этом неоднозначность прочтения фантазийного слова «SAANI», в свою очередь, никак не позволяет считать его транслитерацией определенной лексической единицы русского языка «САНИ», имеющей конкретное смысловое значение, то есть усмотреть наличие у них фонетического и семантического сходства. Напротив, сравниваемые короткие слова имеют очевидные существенные отличия в составе звуков и разное количество слогов (3 слога – 2 слога).

Указанные выше обстоятельства позволяют прийти к выводу, что сравниваемые знаки никак не ассоциируются друг с другом в целом, то есть они не являются сходными.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству № 251872 показал, что

сравниваемые друг с другом слово «SAANI» и словосочетание «СА. АН.» также производят совершенно разное общее зрительное впечатление, обусловленное разным количеством слов и использованием в них букв разных (латинского – русского) алфавитов, причем в противопоставленном товарном знаке соответствующие точки после слов «СА.» и «АН.» существенно акцентируют на себе внимание.

При этом необходимо отметить, что включенные в противопоставленный товарный знак и помещенные в нем непосредственно под словосочетанием «СА. АН.» словесные элементы «саша» и «анжела» обуславливают восприятие этого словосочетания исключительно в качестве своеобразной аббревиатуры данных личных имен («СА.» – «Саша», «АН.» – «Ангела»). В силу указанного обстоятельства оно никак не может ассоциироваться с фантазийным словом «SAANI» в латинице по семантическому критерию сходства сравниваемых обозначений.

Указанные выше обстоятельства позволяют прийти к выводу, что данные сравниваемые знаки также никак не ассоциируются друг с другом в целом, то есть они не являются сходными.

Товары 25 и услуги 35 классов МКТУ, предназначенные для индивидуализации заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 227435, 251872 и 338981 и представляющие собой различную одежду, обувь, головные уборы и услуги по рекламе и продвижению товаров, совпадают, соотносятся как вид-род либо относятся к одним и тем же соответствующим родовым группам товаров (одежда; обувь; головные уборы) и услуг (рекламные услуги; услуги по продвижению товаров), то есть являются однородными.

Однако отсутствие сходства у сравниваемых знаков обуславливает вывод об отсутствии принципиальной возможности возникновения у потребителя представления о принадлежности однородных товаров и услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (несходные) знаки, одному производителю.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 227435, 251872 и 338981 не являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ. Следовательно, отсутствуют какие-либо препятствия на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 27.06.2018, отменить решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 28.02.2018 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2017705975.