

Палата по патентным спорам в порядке, установленном Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Российского агентства по патентам и товарным знакам патента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 за № 4520, рассмотрела возражение от 26.10.2005 против регистрации товарного знака «GRANDEUR» по свидетельству № 268823, поданное компанией DEUTSCHE EXTRAKT KAFFEE GMBH (далее — лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Правообладателем товарного знака по свидетельству № 268823 с приоритетом от 23.08.2002, зарегистрированным в отношении товаров 30 класса МКТУ, является Супер Коффимикс Мэньюфекчуринг Лтд., Сингапур (далее – правообладатель).

В соответствии с описанием, приведенным в заявке, данный товарный знак является словесным и представляет собой слово «Grandeur», выполненное оригинальным каллиграфическим шрифтом, сходным с рукописным, с подчеркиванием центральной части. При этом слово «Grandeur» в переводе с английского языка означает «великолепие».

В Палату по патентным спорам поступило возражение против предоставления правовой охраны упомянутому товарному знаку, мотивированное его несоответствием требованиям, установленным пунктом 1 статьи 7 Закона Российской Федерации от 23 сентября 1992 года № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (далее – Закон) и пунктом 2.4. Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 29.11.1995, зарегистрированным в

Министерстве юстиции Российской Федерации 08.12.1995 за № 989, введенные в действие с 29.02.1996 (далее—Правила).

Существо доводов возражения сводится к следующему:

1. Оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с международной регистрацией № 415467 обозначения «GRANDOS» в отношении однородных товаров 30 классов;

2. Обозначения «Grandeur» и «GRANDOS» сходны фонетически (наличие близких и совпадающих звуков и их одинаковое месторасположения, наличие совпадающих слогов, близость состава гласных и согласных звуков), визуально (исполнение в латинице в черно-белом варианте), семантически (происхождение от единой семантико-грамматической основы – GRAND);

3. Сравнимые обозначения зарегистрированы в отношении однородных товаров 30 классов «кофе, чай, заменители кофе».

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать регистрацию товарного знака по свидетельству № 268823 недействительной в отношении части товаров 30 класса: кофе, чай, заменители кофе.

Ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением правообладатель представил отзыв, существо доводов которого сводится к следующему:

1. Транслитерация оспариваемого знака как ГРАНДЕУР не является достаточно очевидной, поскольку в силу фантазийности исполнения он может транслитерироваться как ГВАНДЕУР;

2. В этой связи вывод о наличии фонетического сходства не является однозначным;

3. Кроме того, отсутствуют основания утверждать, каким образом оспариваемый знак будет читаться потребителем, тогда как в

отношении противопоставленной регистрации имеется однозначное прочтение - ГРАНДОС;

4. Оспариваемый товарный знак исполнен фантазийным шрифтом, стилизованным под рукописный. Такое оригинальное исполнение затрудняет восприятие его словесного характера, что обуславливает отсутствие визуального сходства;

5. Противопоставленная регистрация не имеет семантического значения, тогда как оспариваемый товарный знак представляет собой полисемичную единицу. Таким образом, очевидно отсутствие семантического сходства.

На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения.

В подтверждение изложенных доводов к отзыву приложены копии страниц источника информации: В.К.Мюллер, Англо-русский словарь, М., Русский язык, 1992, на 5 л., а также распечатки сайтов Интернет на 1 л.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, Палата по патентным спорам не находит оснований для удовлетворения возражения.

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 поступления заявки правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Закон и 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 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 обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, не смотря на их отдельные отличия.

Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), и смысловым (семантическим) и определяется по признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) и (4) пункта 14.4.2.2. Правил.

Звуковое сходство определяется на основании признаков, перечисленных в пункте 14.4.2.2(1) Правил, а именно: наличие близких и совпадающих звуков, 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.

Графическое сходство словесных обозначений в соответствии с пунктом 14.4.2.2(2) Правил определяют по общему зрительному впечатлению, виду шрифта, графическому написанию с учетом характера букв, расположению букв по отношению друг к другу, алфавиту и цветовой гамме.

Смысловое сходство определяют на основании признаков, перечисленных в пунктах 14.4.2.2 (3) Правил.

Признаки, перечисленные в подпунктах (1) – (3) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (4) Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров принимаются во внимание род (вид) товаров, их

назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак является словесным и представляет собой слово «Grandeur», выполненное фантазийным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита. При этом фантазийность использованного шрифтового исполнения, стилизованного под рукописный, такова, что следует согласиться с мнением правообладателя относительно неоднозначности восприятия оспариваемого товарного знака. Возможно предположить, что оспариваемый товарный знак может восприниматься потребителем как «Gvandeur».

Оспариваемому товарному знаку противопоставлена международная регистрация знака «GRANDOS», выполненная стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленной международной регистрации свидетельствует об отсутствии достаточных оснований для признания их сходными по визуальному признаку сходства словесных обозначений. В силу высокой степени стилизованности шрифта оспариваемого знака он производит общее зрительное впечатление, отличное от зрительного впечатления, производимого противопоставленным знаком, исполненным стандартным шрифтом.

Что касается звукового признака сходства словесных обозначений, то в силу отсутствия информации об однозначном прочтении оспариваемого знака, отсутствуют основания для признания его сходным с противопоставленным знаком фонетически.

Имеются основания полагать, что оспариваемый товарный знак будет восприниматься как лексическая единица французского языка, менее известного российскому потребителю, чем английский язык. У

Палаты по патентным спорам отсутствуют основания для однозначного вывода о том, каким образом оспариваемый товарный знак будет фонетически воспроизводиться потребителем, что объясняется оригинальностью использованного шрифтового исполнения: «Grandeur» или «Gvandeur». Следовательно, нет и не может быть однозначного смыслового восприятия слова.

В отношении противопоставленного товарного знака, в силу стандартности его исполнения, имеются основания для вывода о его фонетическом воспроизведении потребителем как «ГРАНДОС».

Что касается семантики, то в распоряжении Палаты по патентным спорам отсутствует информация о заложенном в основу противопоставленной международной регистрации семантическом значении. Анализ доступных источников информации показывает, что в иностранных языках, использующих латиницу лексическая единица «GRANDOS», обладающая семантикой, также отсутствует.

Оспариваемый товарный знак, в случае его восприятия потребителем как «Grandeur», представляет собой полисемантическую лексическую единицу, присутствующую в английском и французском языках.

На основании изложенного, основания для вывода о сходстве сравниваемых обозначений по семантическому признаку сходства отсутствуют.

Таким образом, проведенный Палатой по патентным спорам анализ не позволяет признать оспариваемый товарный знак и противопоставленную международную регистрацию сходными по звуковому, графическому и семантическому признакам сходства словесных обозначений, а, значит, для признания их сходными до степени смешения. Отмеченное позволяет не анализировать перечни

товаров 30 класса данных обозначений на предмет установления их однородности.

В этой связи у Палаты по патентным спорам имеются основания для признания оспариваемого товарного знака охраноспособным в соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона, а, следовательно, отсутствуют основания для удовлетворения возражения.

В соответствии с вышеизложенным Палата по патентным спорам решила:

отказать в удовлетворении возражения от 26.10.2005, оставить в силе действие правовой охраны товарного знака по свидетельству № 268823.