

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 02.02.2018 возражение Открытого акционерного общества «Хлебпром», г. Челябинск (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 630279, при этом установила следующее.

Товарный знак по свидетельству № 630279 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 14.09.2017 по заявке № 2016706747 с приоритетом от 04.03.2016 в отношении товаров 30 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Фили-Бейкер», Москва (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака было зарегистрировано словесное обозначение «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК», выполненное буквами русского алфавита.

В поступившем 02.02.2018 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака была произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к тому, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ с товарными знаками «МУРАВЕЙНИК» по свидетельствам №№ 324624 и 565286 и «МУРАВЬИНАЯ ГОРКА» по свидетельству № 491232, охраняемыми на имя лица, подавшего возражение, и имеющими более ранние приоритеты, что

обусловливается подобием заложенных в сравниваемые знаки понятий и идей, связанных именно с муравейником, и наличием совпадающих звуко сочетаний.

При этом в возражении отмечено, что правообладателю принадлежит целая серия товарных знаков со словом «МУРАВЕЙНИК» или производными от него словами, которые активно используются им для индивидуализации его кондитерской продукции, в силу чего оспариваемый товарный знак способен ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя соответствующих товаров.

На основании изложенного в возражении лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным полностью.

К возражению лицом, подавшим возражение, были приложены, в частности, распечатки сведений из онлайн-словарей [1], распечатки сведений о товарных знаках [2], распечатки сведений из сети Интернет [3], справки о производстве продукции [4], копии дипломов на продукцию [5] и копии рекламных проспектов [6].

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил на него отзыв, доводы которого сводятся к тому, что сравниваемые товарные знаки никак не являются сходными, поскольку оспариваемый товарный знак является словосочетанием «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК», имеющим абсолютно фантазийный характер (означает не существующее в реальности понятие) и, следовательно, совершенно иное смысловое значение, чем у противопоставленных товарных знаков.

При этом в отзыве отмечено, что материалы возражения не содержат в себе каких-либо доказательств наличия у оспариваемого товарного знака способности ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя соответствующих товаров, тем более что оспариваемый товарный знак, напротив, активно используется правообладателем.

На основании изложенного в отзыве правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака.

К отзыву правообладателем были приложены, в частности, копии страниц из словарей [7] и копии документов со сведениями о деятельности правообладателя [8].

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

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (04.03.2016) правовая база для оценки его охраноспособности 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 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с абзацем 2 пункта 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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).

Оспариваемый товарный знак представляет собой выполненное буквами русского алфавита словесное обозначение «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК». Правовая охрана оспариваемому товарному знаку была предоставлена с приоритетом от 04.03.2016 в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам № 324624 с приоритетом от 26.10.2001 и № 565286 с приоритетом от 23.10.2014 представляют собой словесные обозначения «МУРАВЕЙНИК», выполненные буквами русского алфавита.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 491232 с приоритетом от 19.08.2011 представляет собой словесное обозначение «МУРАВЬИНАЯ ГОРКА», выполненное буквами русского алфавита.

Противопоставленные товарные знаки охраняются на имя лица, подавшего возражение, в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК» и противопоставленных товарных знаков «МУРАВЕЙНИК» по свидетельствам №№ 324624 и 565286 по фонетическому и

графическому критериям сходства сравниваемых обозначений показал, что они имеют совершенно разную фонетическую и визуальную длину, обусловленную разным количеством слов (2 слова – 1 слово), слогов (6 слогов – 4 слога), звуков (14 звуков – 10 звуков) и букв (15 букв – 10 букв), и отличаются составом звуков и букв (совпадают лишь 5 звуков из 14 и лишь 5 букв из 15). При этом оспариваемый товарный знак не содержит в себе слова «МУРАВЕЙНИК», что обуславливает вывод и об отсутствии полного фонетического вхождения одного обозначения в другое.

В силу указанных выше обстоятельств сравниваемые знаки воспринимаются на слух в целом как фонетически несходные обозначения и производят разное общее зрительное впечатление.

При этом оспариваемый товарный знак «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК» является единым словосочетанием, в котором составляющие его слова грамматически и семантически взаимосвязаны между собой, а логическое ударение в нем падает, собственно, на имя существительное «ДОМИК», которое означает «небольшой дом», то есть «жилое здание, строение; жилое помещение, квартира; заведение, предприятие» (см. Интернет-портал «Словари и энциклопедии на Академике: Толковый словарь Ушакова» – <https://dic.academic.ru>).

В свою очередь, притяжательное имя прилагательное «МУРАВЬИНЫЙ», как определение к вышеуказанному имени существительному, логически акцентирующему на себе внимание, всего лишь характеризует его, указывая на принадлежность упомянутого «домика» и обуславливая смысловое значение соответствующего словосочетания в целом, например, как «жилое здание, квартиру или заведение, принадлежащие муравью или муравьям», то есть как имеющее исключительно фантазийный, вымышленный, неправдоподобный характер, так как муравьи, конечно, реально могут жить в жилых помещениях, квартирах, принадлежащих людям, но они никак не являются их реальными хозяевами, собственниками, за исключением только сказочных (вымышленных) историй, в которых эти насекомые аллегорически наделяются человеческими

образами, в связи с которыми данное фантазийное словосочетание и порождает соответствующие ассоциативно-смысловые образы.

Порождение оспариваемым товарным знаком таких фантазийных (сказочных) ассоциативно-смысловых образов, отличающихся от смыслового значения слова «МУРАВЕЙНИК», означающего, напротив, совершенно определенное реалистическое понятие – «куча из кусочков листьев, хвои, смолы, дерева и земли, представляющая собой надземную часть муравьиного жилища» (см. там же – Толковый словарь Ушакова), позволяет прийти к выводу об отсутствии у сравниваемых знаков сходства и по семантическому критерию сходства обозначений.

Изложенные выше обстоятельства обуславливают вывод, что оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 324624 и 565286 никак не ассоциируются друг с другом в целом, то есть они не являются сходными.

Сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК» и противопоставленного товарного знака «МУРАВЬИНАЯ ГОРКА» по свидетельству № 491232 показал, что они в целом также имеют совершенно разные смысловые значения, обусловленные абсолютно разными определенными смысловыми значениями соответствующих имен существительных «ДОМИК» и «ГОРКА», на которые, собственно, падают логические ударения в сравниваемых словосочетаниях.

Так, в отличие от словосочетания «МУРАВЬИНЫЙ ДОМИК», имеющего вышеуказанное фантазийное смысловое значение, словосочетание «МУРАВЬИНАЯ ГОРКА», в свою очередь, имеет вполне реалистическое смысловое значение, синонимичное слову «МУРАВЕЙНИК», означающему, как было отмечено выше, кучу из кусочков листьев, хвои, смолы, дерева и земли, в то время как слово «ГОРКА» – уменьшительное к слову «ГОРА» и означает, в частности, «возвышение» или «куча» (см. там же – Толковый словарь Ушакова).

Отсюда следует, что оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 491232 также никак не ассоциируются друг с другом в целом, то есть они не являются сходными.

Вместе с тем, все приведенные в оспариваемой регистрации товарного знака товары 30 класса МКТУ, с одной стороны, и товары 30 класса МКТУ, представляющие собой кондитерские и хлебобулочные изделия и различные пищевые ароматизаторы, приведенные в противопоставленных регистрациях товарных знаков, с другой стороны, либо совпадают, либо соотносятся как вид-род, либо относятся к одним и тем же соответствующим родовым группам товаров (кондитерские изделия, хлебобулочные изделия, пищевые ароматизаторы), то есть они являются однородными товарами.

Однако, ввиду того, что сравниваемые товарные знаки не являются сходными, отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных однородных товаров, индивидуализируемых этими знаками, одному производителю.

Исходя из этого обстоятельства, оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 324624, 565286 и 491232 никак не являются сходными до степени смешения в отношении соответствующих однородных товаров, что позволяет сделать вывод об отсутствии каких-либо оснований для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Что касается довода возражения о том, что лицу, подавшему возражение, принадлежит целая серия различных товарных знаков со словом «МУРАВЕЙНИК» или производными от него словами [2], то следует отметить, что данное обстоятельство никак не опровергает вышеприведенные выводы коллегии, так как при рассмотрении данного возражения сравнительному анализу подлежали исключительно оспариваемый товарный знак по свидетельству № 630279 и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 324624, 565286 и 491232, которые признаны коллегией не сходными друг с другом.

Кроме того, указанное в возражении обстоятельство не позволяет прийти к выводу также и о наличии у оспариваемого товарного знака способности ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя соответствующих товаров, поскольку все противопоставленные ему товарные знаки, собственно, не являются сходными с ним.

В свою очередь, документы со сведениями об экономической деятельности лица, подавшего возражение [3 – 6], никак не свидетельствуют о том, что в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака соответствующее обозначение воспринималось потребителями как средство индивидуализации товаров лица, подавшего возражение.

Представленные лицом, подавшим возражение, документы никак не позволяют прийти к выводу о наличии у оспариваемого товарного знака способности ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя товаров, так как для такого вывода обязательно необходимы документы, которые свидетельствовали бы о существовании на дату приоритета оспариваемого товарного знака определенных фактических обстоятельств, обуславливающих саму возможность порождения в сознании потребителя не соответствующего действительности представления о конкретных товарах и их единственном известном потребителю конкретном производителе.

Так, не были представлены документы, которые свидетельствовали бы о самих фактах введения лицом, подавшим возражение, соответствующих товаров в гражданский оборот в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака и которые содержали бы сведения о доказанном факте наличия у потребителей тех или иных определенных устойчивых ассоциативных связей при восприятии оспариваемого товарного знака именно с лицом, подавшим возражение. Например, отсутствуют какие-либо договоры поставки товаров и документы, подтверждающие их исполнение, и какие-либо социологические отчеты по результатам опроса потребителей.

Принимая во внимание изложенные выше обстоятельства, коллегия не усматривает в представленных материалах возражения какие-либо основания

для признания оспариваемого товарного знака способным ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя товаров, то есть не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.02.2018, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 630279.