

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 возражение от 25.12.2014, поданное ООО «Холдинговая компания «Бизнесинвестгрупп», г.Уфа (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2013709927, при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2013709927 с приоритетом от 29.08.2014 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 32 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «ПАТРИК», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Знак не несет смысловой нагрузки к испрашиваемым для регистрации товарам, обладает оригинальностью, различительной способностью.

Роспатентом принято решение от 29.08.2014 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2013709927 в отношении всех заявленных товаров 32 класса МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта б статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с комбинированными товарными знаками со словесными элементами «green patrick» (свидетельство №377011) (1), «St.PATRICK» (свидетельство №280145) (2), ранее зарегистрированными на имя иных лиц в

отношении товаров 32, 33 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 32 класса МКТУ.

В возражении от 25.12.2014 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное словесное обозначение и противопоставленный комбинированный товарный знак (2) являются несходными по фонетическому и семантическому критериям сходства;

- сравниваемые обозначения производят различное зрительное впечатление, поскольку в отличие от заявленного слова «ПАТРИК» противопоставленное обозначение содержит словесный элемент «green patrick» (зеленый патрик) и множественные изобразительные элементы;

- противопоставленный товарный знак (1) зарегистрирован в отношении товаров 33 класса МКТУ «виски», которые не однородны заявленным товарам 32 класса МКТУ «пиво», поскольку принадлежат к разному роду (виду) товаров, изготовлены из разного вида материала, по разной технологии, имеют разный состав и назначение, потребительские свойства и так далее;

- по тексту возражения заявитель приводит примеры регистраций товарных знаков, зарегистрированных в отношении товаров «водка» и «пиво»;

- противопоставленный товарный знак (1) представляет собой оригинальное комбинированное обозначение.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 29.08.2014 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 32 класса МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (26.03.2013) поступления заявки №2013709927 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента № 32 от

05.03.2003, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322, вступившие в силу 10.05.2003 (далее – Правила).

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


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

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).

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

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «ПАТРИК», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарного знака испрашивается в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво; минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков».

Противопоставленный товарный знак  (1) представляет собой комбинированное обозначение в виде этикетки для товара 33 класса МКТУ «виски». В верхней центральной части этикетки расположен словесный элемент «St.PATRICK», выполненный буквами латинского алфавита. Под указанным словом размещены стилизованные изобразительные элементы и характерная для этикеток информация относительно крепости, литража, выпуска, состава данного алкогольного напитка. Все цифры, буквы и слова, кроме: словесного элемента «St.PATRICK» являются неохраняемыми элементами обозначения.

Противопоставленный товарный знак (2) является комбинированным,  включающим в свой состав словесные элементы «GREEN PATRICK», размещенные на фоне стилизованного рисунка хвойного дерева, который помещен в треугольнике зеленого цвета. Под данным изображением расположен прямоугольник с тремя овалами, соединяющими треугольник тремя вертикальными линиями. Знак выполнен в белом, черном, салатовом, изумрудно-зеленом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 21, 29, 30, 31, 32, 33, 34 и услуг 39, 41, 43 классов МКТУ.

Анализ заявленного словесного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1, 2) показал следующее.

В противопоставленных товарных знаках основными «сильными» индивидуализирующими элементами являются словесные элементы «St.PATRICK»/«GREEN PATRICK». Сходство заявленного обозначения и противопоставленных знаков обусловлено фонетическим и семантическим вхождением заявленного обозначения «ПАТРИК» в противопоставленные товарные знаки. Слово «PATRICK» в переводе с английского языка означает «Патрик» - мужское имя, может также быть фамилией (<https://ru.wikipedia.org/wiki/>). Присутствие в противопоставленных знаках элементов «St.» (святой) и «GREEN» (зеленый) существенно не влияет на сходное фонетическое и семантическое восприятие сравниваемых знаков в целом, поскольку они представляют собой прилагательные, относящиеся к существительному «PATRICK». В словосочетаниях

«St.PATRICK» («Святой Патрик») и «GREEN PATRICK» («зеленый патрик») логическое ударение падает на существительное «PATRICK», которое несет в себе основную функцию товарного знака - индивидуализацию товаров правообладателя.

Графически сопоставляемые обозначения следует признать несходными, так как заявленное обозначение выполнено заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом, а противопоставленные комбинированные товарные знаки содержат изобразительные элементы и словесные элементы, выполненные буквами латинского алфавита. Выполнение противопоставленного товарного знака (2) в яркой цветовой гамме позволяет сделать вывод о его визуальном отличии от заявленного обозначения.

Учитывая изложенное, коллегия пришла к заключению о наличии сходства до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками (1, 2).

Сопоставительный анализ перечней товаров заявленного обозначения и товарных знаков (1, 2) показал следующее.

Заявленные товары 32 класса МКТУ являются однородными товарам 32 класса МКТУ, указанным в перечне противопоставленного товарного знака (2), поскольку они содержат тождественный перечень товаров, а именно «пиво; минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков».

Товары 32 класса МКТУ «пиво», в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленного обозначения, однородны товарам 33 класса МКТУ «виски», в отношении которых предоставлена правовая охрана противопоставленному товарному знаку (1), по следующим причинам.

В первую очередь, сравниваемые товары принадлежат к одной и той же родовой группе товаров – «алкогольные напитки». Так, «пиво» - слабоалкогольный (от 1,5 до 6 объемных % спирта) пенистый напиток; изготавливается спиртовым брожением сусле из солода, хмеля и воды, в которое иногда добавляют рис и сахар (см. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/36810>).

Условия сбыта и круг потребителей пива и других алкогольных напитков практически совпадают. Во многом сходно и их назначение. Наличие общих признаков товаров, приведенных в перечнях сопоставляемых знаков, свидетельствует об их однородности (однородный – относящийся к тому же роду, разряду, одинаковый; выполняющий ту же функцию, см. С.И. Ожегов, Толковый словарь русского языка, М, 1992).

Пиво относится к товарам широкого потребления и краткосрочного пользования также, как и иные алкогольные напитки. В отношении товаров такого рода при оценке степени их однородности должен применяться более строгий подход, поскольку опасность смешения этих товаров, маркированных сходными знаками, на рынке достаточно высока.

Вышеуказанный методический подход отражен в Методических рекомендациях по составлению перечня товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака и знака обслуживания (С.А Горленко, Н.П.Грешнева, В.В.Орлова, Н.А.Радченко. М.: ФИПС Роспатента. 2001. с.13-16).

Имеющиеся различия в способах производства алкогольных напитков не оказывают влияние на вывод об однородности товаров, поскольку при оценке знаков учитывается восприятие знаков средним российским потребителем, не владеющим в полной мере знаниями технологий и законодательства в сфере алкогольной продукции.

В настоящее время, согласно требованиям Федерального закона о внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» пиво и виски имеют одинаковые условия реализации (с 8 до 23 часов).

Учитывая изложенное, заявленное обозначение является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками (1, 2) в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, однородных товарам 32 класса МКТУ, и, соответственно, решение

Роспатента от 29.08.2014 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2013709927 в отношении товаров 32 класса МКТУ по основаниям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

**отказать в удовлетворении возражения от 25.12.2014 и оставить в силе решение Роспатента от 29.08.2014.**