

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 №231-ФЗ, и в соответствии с 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 ППС), рассмотрела возражение от 12.05.2009, поданное по поручению СИА «ДОМЕЛАТ», г. Рига (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 11.02.2009 (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2007733723/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2007733723/50 с приоритетом от 31.10.2007 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя ООО «Чип Трип», Москва (далее – лицо, подавшее заявку) в отношении услуг 38, 39 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки. В материалы заявки были внесены изменения от 19.09.2008, согласно которым заявителем является СИА «ДОМЕЛАТ», г. Рига, Латвия.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено комбинированное обозначение, состоящее из стилизованных изображений верблюда и солнца, размещенных в центре композиции, сверху и снизу расположены словесные обозначения «СHEАР» и «TRIP», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

11.02.2009 Роспатентом принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части услуг 39 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки, с указанием в качестве неохраняемого элемента обозначения «Сhear trip» на основании п.1 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс). В отношении остальных услуг заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании п. 3 ст. 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что словесное обозначение «СHEАР TRIP», входящее в состав заявленного обозначения, в переводе с английского означает «экскурсия, путешествие по льготному тарифу (см. электронный англо-русский словарь Мюллера: <http://www.5ballov.ru>), что является указанием на определенные услуги туристического бизнеса и, следовательно, в отношении услуг 39 класса МКТУ – организация путешествий и части услуг 43 класса МКТУ – обеспечение временного проживания, не обладает различительной способностью. Для остальных услуг, указанных в перечне заявки, обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно оказываемых услуг.

В поступившем в Палату по патентным спорам возражении заявитель выразил свое несогласие с решением о государственной регистрации товарного знака в части, касающейся неохраняемых элементов, доводы которого сводятся к следующему:

- словосочетание «СHEАР TRIP», входящее в состав заявленного обозначения, может быть переведено на русский язык как «недорогое путешествие», «дешевая поездка», причем такой перевод возможен в случае дословного перевода с английского на русский;

- в английском же языке такое словосочетание не используется в качестве самостоятельной семантической единицы, вместо него используется словосочетание «INEXPENSIVE TRIP», что подтверждается результатами поиска информации о недорогих турах и путешествиях в сети Интернет;

- действительно, в электронной версии Англо-русского словаря Мюллера словосочетание «СHEАР TRIP» переводится как «путешествие по льготному тарифу», однако словарь В.К. Мюллера является единственным словарным изданием, допускающим такой перевод;

- даже, если предположить возможность перевода заявленного обозначения как «экскурсия, путешествие по льготному тарифу», обозначение воспринимается потребителем как товарный знак заявителя в силу приобретенной им различительной способности в результате его интенсивного использования;

- заявитель является единственным предприятием, наладившим свой бизнес посредством использования Интернет - платформы «Живого журнала»,

зарегистрировав свою страницу в нем 20 ноября 2004 г., задолго до даты подачи заявки на товарный знак;

– согласно статистическим данным, показывающим посещения указанной страницы в период с 30.03 по 29.04.2009, количество посещений составило 231 036 человек, что свидетельствует о том, что только за один месяц страницу заявителя в живом журнале и страницу синхронизированного с ней сайта в сети Интернет www.cheaptrip.ru посетило более 230 тысяч человек, каждый из которых видел обозначение CHEAP TRIP;

– заявленное обозначение используется в качестве своего коммерческого обозначения с самого начала существования страницы в живом журнале;

– использование обозначения CHEAP TRIP осуществляется не только путем продвижения туристических услуг в сети Интернет, но и в реальной хозяйственной деятельности предприятия;

– заказы клиентов оформляются на бланках с использованием заявленного обозначения, в качестве примера приведены копии заявок на организацию турпоездов, а также статистические данные по количеству принятых и обработанных заявок за период с 01.01.2007 по 31.12.2007;

– помимо интенсивной раскрутки заявленного обозначения в живом журнале сети Интернет и при работе с клиентами компания активно использует средства массовой информации, например, журналы «Турифо» от 07.08.2007, «Коммерсантъ Деньги» от 30.07.2007 – 05.08.2007, «ОНА» за май 2007;

– заявитель эффективно работает и предоставляет свои услуги другим компаниям, связанным с туристическим бизнесом, так, один из лидеров российского рынка туриндустрии Capital tour в 2007г. наградил заявителя дипломом «Лидеру продаж по Кипру в период с 14 по 20 июля 2007 в рамках акции «Тематические недели»;

– из вышеуказанного следует, что обозначение CHEAP TRIP, под которым оказываются услуги в области туризма, известно не только широкому кругу обычных туристов, но и более узкому кругу туроператоров;

– у заявителя есть исключительные права на вариант заявленного обозначения - товарный знак «ЧипТрип» по свидетельству №365605;

– изложенное позволяет сделать вывод о том, что заявленное обозначение не используется третьими лицами для характеристики услуг туристического бизнеса, кроме того, уже приобрело различительную способность на дату приоритета заявки №2007733723/50 и может быть зарегистрировано без исключения словесного элемента CHEAP TRIP из правовой охраны.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, выразило просьбу об изменении решения о государственной регистрации заявленного обозначения и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака без исключения из правовой охраны обозначения «CHEAP TRIP».

К возражению приложены следующие материалы:

- копия статьи о Живом журнале из электронной энциклопедии «Википедия» на 8 л.[1];

- копия протокола осмотра сайта cheaptrip на 32 л. [2];

- анкеты потребителей на 7 л. [3];

- образцы бланков заявлений на 3 л. [4];

- копия диплома на 1 л. [5];

- копия электронной версии журнала «Туринфо» на 2 л. [6];

- копия статьи «Генератор Идей» из журнала «ОНА» на 1 л. [7];

- копия статьи из журнала «Секрет фирмы» на 2 л. [8];

- копия статьи из журнала «КоммерсантЪ Деньги» на 2 л. [9];

- копия свидетельства на товарный знак №365605 на 1 л. [10];

- распечатка с сайта «САМО-ТурАгент»(www.samo.ru) на 27л. [11].

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, Палата по патентным спорам находит доводы возражения убедительными.

С учетом даты (31.10.2007) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.92

№3520-1, с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 №166-ФЗ, введенным в действие с 27.12.2002 (далее - Закон), и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, зарегистрированные в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, могут относиться, в частности, обозначения, представляющие собой отдельные буквы, цифры, не имеющие характерного графического исполнения; общепринятые наименования, представляющие собой, как правило, простые указания товаров; общепринятые сокращенные наименования организаций, предприятий, отраслей и их аббревиатуры (пункт 2.3.1 Правил).

К обозначениям, характеризующим товары, относятся, в частности, простые наименования товаров; обозначения категории качества товаров и др. (подпункт (2.3.2.3) пункта 2.3 Правил).

В соответствии с пунктом 3 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с подпунктом (2.5.1) пункта 2.5 Правил 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. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Заявленное обозначение представляет собой изображение прямоугольника со скругленными углами, в верхней и нижней частях которого расположены словесные элементы «СHEАР» и «TRIP», соответственно, между которыми размещены стилизованные изображения верблюда и солнца.

Анализ словесных элементов, входящих в состав заявленного обозначения, показал, что они имеют смысловые значения в различных языках. Так, словесный элемент «СHEАР» является лексической единицей английского языка и имеет следующие значения: «дешевый, недорогой, уцененный» (см. Яндекс. Словари). Словесный элемент «TRIP» в переводе с английского языка означает: «путешествие, поездка, экскурсия, спотыкание, ложный шаг, ошибка, быстрая легкая походка, галлюцинирование (под воздействием наркотика) и т.д.», в переводе с немецкого – «экскурсия, вылазка», с французского – «галлюцинирование под влиянием наркотика», с итальянского – «кайф, мания» (см. Яндекс. Словари). Англо-русский словарь В.К. Мюллера содержит также возможный перевод словосочетания «СHEАР TRIP» как «экскурсия, путешествие по льготному тарифу».

Поскольку входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «TRIP», может восприниматься как указание на вид услуг, товарный знак по заявке №2007733723/50 может быть зарегистрирован только в отношении части услуг 39 и 43 классов МКТУ, что правомерно указано в решении Роспатента и не оспаривается в возражении заявителя. В заключении по результатам экспертизы, которое послужило основанием для принятия указанного решения, отмечается, что словесное обозначение «СHEАР TRIP» в отношении указанной части услуг является неохраняемым, так как описывает определенные услуги туристического бизнеса. Тем не менее, следует отметить, что указанное обозначение не является общеупотребимой описательной характеристикой услуг в области туристического бизнеса и не используется третьими лицами при оказании услуг по организации недорогих путешествий, о чем свидетельствует информация из сети Интернет, а именно: при запросе обозначения «СHEАР TRIP» в поисковых системах Yandex, Google выпадают ссылки на страницу заявителя, а не на конкретные предложения по приобретению дешевых поездок или путешествий. В то же время поиск по словосочетанию «INEXPENSIVE

TRIP»(недорогая поездка, недорогое путешествие) выдает в сети большое количество ссылок, информирующих о недорогих турах.

Кроме того, следует отметить, что в результате длительного и интенсивного использования указанное обозначение уже до даты приоритета заявки №2007733723/50 воспринималось и воспринимается в настоящее время потребителями указанных туристических услуг в качестве средства индивидуализации лица, подавшего заявку, а не описательной характеристики, что подтверждается представленными материалами. Из указанных материалов следует, что словесное обозначение «СHEAP TRIP» было зарегистрировано в качестве страницы в Живом журнале (ЖЖ, англ. LiveJournal) 20.11.2004, также был зарегистрирован сайт: <http://www.cheaptrip.ru>. Продвижение услуг под обозначением «СHEAP TRIP» осуществляется не только через сеть Интернет, но и при оформлении заявок в офисах заявителя на организацию путешествий на бланках организации с использованием заявленного обозначения [4]. Заявителем также представлены сведения по количеству принятых и обработанных заявок на организацию туристических поездок за период с 01.01.2007 по 31.12.2007 с указанием стоимости туров и полученной прибыли, подготовленные с использованием программного комплекса САМО-ТурАгент[11]. О приобретении обозначением «СHEAP TRIP» различительной способности свидетельствуют статьи в средствах массовой информации, а именно: в печати. В частности, в журнале «Туринфо» от 07.08.2007[6] приведена статья «Особенности продвижения турпродукта в Интернете», в которой приводятся сведения об объемах работ туристической компании, информация о посещаемости страницы лица, подавшего заявку, в ЖЖ и реальных посещениях офиса компании. В статье из журнала «Коммерсантъ Деньги» от 30.07.2007[9] рассказывается о схеме и эффективности функционирования компании, в статье «Генератор идей» в журнале «ОНА» за май 2007г.[7] также речь идет об обозначении «СHEAP TRIP» как средстве индивидуализации лица, подавшего заявку, в частности, об успешном развитии идеи функционирования турагентства на базе Живого журнала в Интернет. На дату подачи заявки №2007733723/50 обозначение «СHEAP TRIP» было известно не только широкому кругу обычных туристов, но и профессиональным туроператорам, так, один из лидеров российского рынка

туристических услуг компания Capital TOUR наградила лицо, подавшее заявку, дипломом как лидера продаж по Кипру в период с 14 по 20 июля 2007 г. в рамках акции «Тематические недели», что подтверждается представленной копией диплома [5].

В силу указанного можно сделать вывод, что на дату подачи заявки №2007733723/50 в отношении части услуг 39 класса МКТУ: «организация путешествий» обозначение «CHEAP TRIP» приобрело различительную способность и воспринималось потребителями как товарный знак. В отношении остальных услуг приобретение указанным словесным обозначением различительной способности материалами возражения не доказано.

В соответствии с изложенным Палата по патентным спорам решила:
удовлетворить возражение от 12.05.2009, изменить решение Роспатента от 11.02.2009 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2007733723/50 в отношении следующих услуг:

**В бюллетень "Товарные знаки, знаки обслуживания и
наименования мест происхождения товаров"**

(526) Cheap trip для услуг 39 класса МКТУ - транспортировка и услуг 43 класса МКТУ - обеспечение временного проживания.

(591) горчичный, черный, белый.

(511)

39 – транспортировка; организация путешествий.

43 – обеспечение временного проживания.