

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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, поступившее 29.06.2020, поданное компанией Юлиус Сэманн Лтд., Швейцария (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №640362, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2016749153 с приоритетом от 23.12.2016 зарегистрирован 25.12.2017 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за №640362 на имя АО «Цифровое Телевидение», Москва (далее – правообладатель), в отношении широкого перечня товаров 02, 03, 04, 05, 08, 09, 10, 12 - 16, 18, 20, 21, 25 – 34 и услуг 35, 36, 38, 39, 41, 43, 44 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

Оспариваемый товарный знак представляет собой изобразительное обозначение



, выполненное в виде стилизованного изображения ели, расположенной диагонально в разрыве окружности, от среза ствола которой отделена подковообразная фигура. Все изображение выполнено с эффектом объема. Товарный знак охраняется в белом, черном, сером, синем, голубом цветовом сочетании.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 29.06.2020, выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству № 640362 в отношении части товаров 03, 04 и 05 классов

МКТУ предоставлена в нарушение требований пунктов 3(1) и 6(2) статьи 1483 Кодекса.

В обоснование указанного лица, подавшее возражение, приводит следующие доводы.

Компания Юлиус Сэмманн Лтд. является правообладателем исключительных прав на серию товарных знаков в форме ели, приоритет самого старшего из знаков серии восходит к 1954 году, на территории Российской Федерации эти знаки охраняются, начиная с 1991 года.

В данную серию знаков входят:



международная регистрация №612525 (конвенционный приоритет 19.10.1993) для товаров 05 класса МКТУ;



международная регистрация №798981 (конвенционный приоритет 18.09.2002) для товаров 05 класса МКТУ;



свидетельство №560452 (приоритет от 22.10.2014) для товаров 03 класса МКТУ.

По мнению лица, подавшего возражение, доминирующим элементом в оспариваемом товарном знаке является изобразительный элемент в виде изображения ели в силу своего пространственного и смыслового значения. Остальные изобразительные компоненты знака носят схематический характер, их смысл не очевиден.

Все сопоставляемые знаки содержат совпадающий элемент - изображение ели, которое существенным образом влияет на впечатление от этих знаков, вызывая между ними одинаковые или близкие по смыслу ассоциации.

Лицо, подавшее возражение, ссылается на то, что ранее Суд по интеллектуальным правам и Роспатент рассматривали аналогичные дела с его участием, когда противопоставленные знаки сравнивались с другими сходными знаками третьих лиц, включающими изображение ели (свидетельства №№408428, 517708, 457363, 462804, 480107, 500942), где было установлено, что с учетом высокой степени стилизации изобразительных элементов (контуров дерева), включение в контуры обозначений словесных элементов и фоновой геометрической фигуры (прямоугольника), а также различия в цветовой гамме обозначений, не устраняют доминирования изобразительного элемента (контура), которое обусловлено его более крупными размерами, более удобным для восприятия расположением в композиции.

Таким образом, наличие в оспариваемом знаке дополнительных графических компонентов абстрактного характера не порочит вывода о сходстве сопоставляемых знаков до степени смешения ввиду доминирования изображений елей в их составе.

В отношении однородности сравниваемых товаров, лицо, подавшее возражение, отмечает, следующее.

Принадлежащий лицу, подавшему возражение, товарный знак по свидетельству № 560462 зарегистрирован в отношении товаров 03 класса МКТУ

– *ароматизаторы воздуха.*

Знаки по международным регистрациям №№612525, 798981 на территории Российской Федерации охраняются в отношении товаров 05 класса МКТУ

- *Air freshening preparations (препараты для освежения воздуха / освежители воздуха).*

Оспариваемый товарный знак содержит в своем перечне товары 03, 04 и 05 классов:

03 - амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вещества ароматические для отдушивания белья; древесина ароматическая; духи; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; изделия парфюмерные;

ионон [парфюмерный]; масла для парфюмерии; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; мускус [парфюмерия]; мята для парфюмерии; одеколон; основы для цветочных духов; изделия для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических; дезодоранты; смеси ароматические из цветов и трав; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; терпены [эфирные масла]; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло];

04 - свечи ароматические;

05 - дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы для одежды или текстильных изделий; препараты для очистки воздуха.

Однородность этих товаров с товарами противопоставленных знаков в виде ели компании Юлиус Сэмманн Лтд. обусловлена совпадением их назначения (ароматизации), сходного уклада использования, взаимодополняемости и/или взаимозаменяемости, одинаковых каналов сбыта.

При этом перечисленные оспариваемые товары относятся к категории товаров широкого потребления и импульсного спроса. В отличие от продукции производственно-технического назначения, при оценке смешения знаков, предназначенных для маркировки товаров широкого потребления, к числу которых относятся дезодоранты и освежители воздуха, должен применяться более строгий подход.

Поскольку освежители воздуха являются предметом спонтанной, импульсивной покупки, товаром низкой ценовой категории, потребители идентифицируют его по знакомой им из предшествующего опыта форме, известной им из их прошлого опыта, не уделяя внимания отдельным деталям обозначений.

Следует учитывать также каналы реализации изделий. Для изделий, реализуемых через розничную сеть, опасность смешения товарных знаков выше, чем для изделий, которые распространяются в соответствии с заключенными договорами

В подтверждение своих доводов, лицо, подавшее возражение, ссылается на сложившуюся судебную практику, включая Постановление Верховного Суда Российской Федерации № 10 (далее – Постановление №10), где было отмечено, что в целом ряде случаев однородность товаров должна толковаться в более широком смысле, чем прямое соответствие товаров и услуг, охраняемых свидетельством о регистрации товарного знака.

Лицо, подавшее возражение, указывает на обстоятельства, повышающие риск смешения товарных знаков, к которым относятся следующие факторы:

- наличие у компании Юлиус Сэмманн Лтд. (Julius Samann Ltd.) целой серии зарегистрированных товарных знаков в виде ели с более ранним приоритетом (1991 г.);

- высокая различительная способность данной серии знаков в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ (освежители воздуха в форме ели поставляются на российский рынок с 1993 года, неофициально данные освежители воздуха именуют "елочками", особенную популярность они снискали у отечественных автолюбителей);

- известность и узнаваемость противопоставленных знаков у российских потребителей, подтвержденная результатами социологического опроса, о котором еще будет сказано ниже;

- высокая репутация противопоставленной серии знаков на рынке однородных товаров 03, 04 и 05 классов МКТУ, также подтвержденная результатами социологического опроса;

- совпадение части сопоставляемых товаров 03 и 05 классов МКТУ;

- предыдущие многочисленные решения Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-141/2013, СИП-142/2013, СИП-286/2013, СИП-96/2015, СИП-421/2016 и решения Роспатента об отказе в предоставлении правовой охраны товарным знакам третьих лиц в виде ели по причине старшинства прав лица, подавшего возражение.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что большинство обстоятельств и фактов, установленных в вышеперечисленных решениях Суда по интеллектуальным правам, в равной мере применимы и к оспариваемому в настоящем возражении знаку.

В подтверждение своего довода о введении в заблуждение потребителей относительно производителя вышеуказанных товаров, маркированных оспариваемым товарным знаком, лицо, подавшее возражение, ссылаясь на существующую судебную практику, приводит сведения об известности принадлежащих ему товарных знаков, установленной в решениях Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-141/2013, СИП-142/2013, СИП-286/2013, СИП-96/2015, СИП-421/2016.

Кроме того, в судебных актах установлено, что аффилированной с компанией Юлиус Сэмманн Лтд. корпорацией CAR-FRESHNER в течение многих лет выпускается монопродукт - освежитель воздуха автомобильный на картонной основе в форме ели.

Вывод о широкой известности российским потребителям освежителей воздуха в форме ели, являющейся доминирующим элементом противопоставленных товарных знаков, был подтвержден результатами социологического опроса, отраженными в аналитическом отчете 2015 года, согласно которому уровень ретроспективной известности среди потребителей освежителей воздуха в форме ели составляет 95,4%.

Согласно п. 162 Постановления № 10 при определении вероятности смешения могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара.

В этой связи лицо, подавшее возражение, вновь инициировало проведение социологического исследования с целью выявления характера восприятия российскими потребителями внешнего вида ароматизаторов воздуха для автомобиля, производимых компанией «CAR-FRESHNER CORPORATION» под контролем лица, подавшего возражение, и ароматизаторов воздуха для автомобиля иных производителей.

Проведенный опрос показал, что ароматизаторы и освежители воздуха для автомобиля в форме ели, производимые компанией «CAR-FRESHNER CORPORATION», обладают очень высокой степенью известности среди потребителей (94,4%), а также то, что потребители могут быть введены в заблуждение относительно изготовителя товаров 03, 04 и 05 классов МКТУ, маркированных оспариваемым товарным знаком.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак представляет собой еще одну попытку имитации широко известной на рынке серии товарных знаков в форме ели, принадлежащей компании Юлиус Сэмманн Лтд. Для данного вывода, в принципе, достаточно самой вероятности смешения. Действующее законодательство не требует доказывания фактического смешения, а лишь указывает на возможность представления таких доказательств. Тем более, важно, что материалами возражения риск смешения подтвержден документально.

Таким образом, оспариваемый товарный знак для части товаров 03, 04 и 05 классов МКТУ дополнительно подпадает под действие пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса и по причине его способности вводить в заблуждение потребителя относительно вида товара и/или его изготовителя.

Лицо, подавшее возражение, также ссылается на статью 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, где указано, что актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №640362 в отношении следующих товаров:

03 - амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вещества ароматические для отдушивания белья; древесина ароматическая; духи; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; изделия парфюмерные; ионон [парфюмерный]; масла для парфюмерии; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; мускус [парфюмерия]; мята для парфюмерии; одеколон; основы для цветочных духов; изделия для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических; дезодоранты; смеси ароматические из цветов и трав; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; терпены [эфирные масла]; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло].

04 - свечи ароматические.

05 - дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы для одежды или текстильных изделий; препараты для очистки воздуха.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Копия официальной публикации сведений о товарном знаке по свидетельству №640362;
2. Копии официальных публикаций сведений о противопоставленных знаках в форме ели;
3. Общедоступные сведения об истории ароматизаторов в форме ели;
4. Копии судебных актов по делам №№ СИП-141/2013, СИП-142/2013, СИП-286/2013, СИП-96/2015, СИП-421/2016;
5. Копия аналитического отчета по итогам всероссийского социологического исследования.

Правообладатель в установленном порядке был ознакомлен с возражением, однако отзыва не представил и участия в заседании коллегии не принял.

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

С учетом даты приоритета (23.12.2016) оспариваемого товарного знака по свидетельству №640362, правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482, и введенные в действие 31 августа 2015 года (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Согласно пункту 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 случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 6(2) 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

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).

При установлении заинтересованности лица, подавшего возражение, коллегия исходила из того, что, являясь владельцем исключительных прав на знаки, которым была ранее предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации, оно имеет законный интерес в защите своих прав, в том числе путем прекращения правовой охраны сходных товарных знаков, зарегистрированных позже в отношении однородных товаров на имя иного лица.

Как указано выше, оспариваемый товарный знак представляет собой



изобразительное обозначение , выполненное в виде стилизованного изображения ели, расположенной диагонально в разрыве окружности, от среза ствола которой отделена подковообразная фигура.


Утверждение лица, подавшего возражение, о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение в отношении источника их происхождения, базируется на доводе о его сходстве до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, хорошо известными в Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого товарного знака, поскольку он может создавать у потребителя ассоциации именно с товарными знаками в форме дерева, которыми лицо, подавшее возражение, маркирует свою продукцию – ароматизаторы и освежители воздуха.

В подтверждение своей позиции лицо, подавшее возражение, ссылается на приложенный к возражению аналитический отчет по итогам социологического опроса, проведенного группой социологов Социологического факультета МГУ им. Ломоносова (далее – социологический опрос), согласно которым значительная часть респондентов полагает, что указанные товары, маркированные сопоставляемыми обозначениями, производятся одной компанией (одной группой компаний) и существует реальная опасность смешения этих товаров.

Следует отметить, что для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром, маркированным оспариваемым обозначением, и лицом, подавшим возражение в качестве производителя этих товаров.

Вместе с тем, целью этого исследования явилось определение характера сравнительного восприятия российскими потребителями внешнего вида ароматизаторов воздуха для автомобиля, производимых компанией «CAR-FRESHNER



CORPORATION», в форме ели  и оспариваемого изобразительного товарного знака с точки зрения вероятности смешения их потенциальными потребителями друг с другом.

Подтверждением возможности смешения сравниваемых товарных знаков являются результаты данного исследования, относящиеся к оценке внешнего вида (формы) ароматизаторов воздуха для автомобилей, а также выводы, свидетельствующие о том, что 45,6% потребителей считают сходными общий внешний вид ароматизаторов воздуха для автомобиля в форме ели, производимых компанией «CAR-FRESHNER CORPORATION», и изображения оспариваемого товарного знака, которые предъявлялись респондентам.

Соответственно, результаты этого исследования не могут быть положены в основу доказательной базы о нарушении при регистрации оспариваемого товарного

знака требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса в отношении иных товаров, не являющихся картонными освежителями (ароматизаторами) воздуха в форме ели, поскольку, в отсутствие данных о присутствии на российском рынке других товаров, маркированных сравнимаемыми товарными знаками, они не могут свидетельствовать о фактическом введении потребителей в заблуждение относительно производителя этих товаров.


В силу изложенного, доводы лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака противоречит требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса, следует признать обоснованными только в отношении товаров 03 класса МКТУ «ароматизаторы воздуха» и товаров 05 класса МКТУ «дезодоранты для освежения воздуха», для которых охраняется оспариваемый товарный знак.

В отношении довода лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса коллегия установила следующее.

В обоснование данного утверждения лицо, подавшее возражение, ссылается на


сходство оспариваемого товарного знака  со следующими знаками:

1) с изобразительным знаком  (международная регистрация №612525) в виде контура ели черного цвета.

2) с объемным знаком  (международная регистрация №798981) в виде контура ели белого цвета.

На территории Российской Федерации эти знаки охраняются в отношении товаров 05 класса МКТУ «**air freshening preparation**» (**освежители воздуха**)».



3) с изобразительным товарным знаком  (свидетельство №560452) в виде контура ели черного цвета.

Товарный знак охраняется в отношении товаров 03 класса МКТУ **«ароматизаторы воздуха»**.

Противопоставленные знаки образуют серию знаков, в основу которых положено контурное изображение дерева ели. Именно контурное изображение дерева ели несет основную индивидуализирующую функцию в противопоставленных знаках.

Поскольку в оспариваемом товарном знаке доминирующее положение в силу своего пространственного и смыслового значения также занимает контурная фигура дерева ели, можно сделать вывод о визуальном сходстве сравниваемых товарных знаков. При этом коллегия учитывала, что именно этот элемент существенным образом влияет на общее зрительное впечатление, вызывая сходные ассоциации между сравниваемыми изобразительными товарными знаками.

Анализ однородности товаров 03, 04 и 05 классов МКТУ, в отношении которых лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №640362, и товаров 03, 05 классов МКТУ (освежители и ароматизаторы воздуха), в отношении которых предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации противопоставленным знакам [1] – [3], показал следующее.

Товары 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вещества ароматические для отдушивания белья; древесина ароматическая; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; дезодоранты; смеси ароматические из цветов и трав; терпены [эфирные масла]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]», товары 04 класса МКТУ «свечи ароматические», товары 05 класса МКТУ «дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы для одежды или текстильных изделий;

препараты для очистки воздуха» однородны товарам «ароматизаторы воздуха» и «препараты для освежения воздуха/освежители воздуха», включенным соответственно в перечень товаров 03 и 05 классов МКТУ противопоставленных знаков [1]-[3], поскольку имеют одинаковое функциональное назначение – освежение, ароматизация воздуха, улучшение его качества и формирование в окружающем пространстве приятного запаха. Перечисленные товары также включают вещества, необходимые для достижения эффекта освежения и ароматизации воздуха.

Однородность вышеуказанных товаров определяется принадлежностью их к одним родовым группам товаров, которые имеют одну область применения, одинаковый круг потребителей и условия реализации.

Вышеуказанный анализ позволяет сделать вывод о том, что сравниваемые обозначения, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в отношении однородных товаров и, соответственно, сходны до степени смешения.

Вместе с тем, коллегия полагает, что товары 03 класса МКТУ «амбра [парфюмерия]; духи; изделия парфюмерные; ионон [парфюмерный]; масла для парфюмерии; мускус [парфюмерия]; мята для парфюмерии; одеколон; основы для цветочных духов; изделия для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; экстракты цветочные [парфюмерия]» имеют другое назначение, поскольку относятся к парфюмерно-косметическим товарам, в том числе, к сырью для производства парфюмерной продукции (**парфюмерно-косметическая продукция** - вещество или смеси веществ, предназначенные для нанесения непосредственно на внешний покров человека (кожу, волосяной покров, ногти, губы и т.д.) или на зубы и слизистую оболочку полости рта с единственной или главной целью их очищения, изменения их внешнего вида, придания приятного запаха, и/или коррекции запаха тела, и/или их защиты, и/или сохранения в хорошем состоянии, и/или ухода за ними (см. <http://77.rospotrebnadzor.ru/index.php/napravlenie/zpp/6948-pamyatka-potrebitelyu-parfyumerno-kosmeticheskie-tovary>).

Товары парфюмерно-косметического назначения имеют другой круг потребителей и условия реализации, поскольку продаются в специализированных магазинах или отделах, имеют достаточно высокую ценовую категорию, требующую при выборе проявления от покупателя определенной осмотрительности, с учетом тех или иных предпочтений человека, в отличие от дешевых картонных ароматизаторов воздуха, покупка которых может быть спонтанной.

Товары 03 класса МКТУ «жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых», не являются однородными с товарами 03, 05 классов МКТУ, относящимися к освежителям и ароматизаторам воздуха, поскольку относятся к другим видовым и родовым группам товаров, имеют другое назначение. Эти товары относятся к бытовой химии и представляют собой специальные чистящие вещества, в состав которых входят спирты и поверхностно-активные вещества, предназначенные для очистки поверхности, они реализуются в специализированных магазинах и отделах бытовой химии и, соответственно, имеют другой круг потребителей.

В силу изложенного, доводы лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака противоречит требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса, следует признать обоснованными только в отношении части товаров, для которых охраняется оспариваемый товарный знак.

Вышеуказанный анализ позволяет сделать вывод о том, что, с учетом установленного сходства знаков, существует принципиальная возможность смешения однородных товаров в гражданском обороте в случае их маркировки сравниваемыми знаками.

В отношении ссылки лица, подавшего возражение, на положения статьи 10 bis Парижской конвенции, коллегия отмечает, что в рамках настоящего возражения доводы о недобросовестной конкуренции не могут быть рассмотрены, поскольку относятся к компетенции Федеральной Антимонопольной Службы.

Решения Суда по интеллектуальным правам по делам №СИП-141/2013, №СИП-142/2013, №СИП-286/2013, №СИП-96/2015, №сип-421/2016, принятые по результатам оспаривания регистраций №№457363, 438905, 457830, 462804, 408428 и патента

№88288, упомянутые в возражении, не имеют отношения к рассматриваемому делу, поскольку относятся к рассмотрению споров, ответчиками по которым выступают другие лица и касаются правомерности регистрации других товарных знаков.

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

удовлетворить возражение, поступившее 29.06.2020, и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №640362 недействительным в отношении товаров 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вещества ароматические для отдушивания белья; древесина ароматическая; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; дезодоранты; смеси ароматические из цветов и трав; терпены [эфирные масла]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]», товаров 04 класса МКТУ «свечи ароматические», товаров 05 класса МКТУ «дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы для одежды или текстильных изделий; препараты для очистки воздуха».