

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 поступившее 29.05.2020 возражение Якимова Петра Евгеньевича, г. Нижнекамск (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019705453, при этом установила следующее.



Регистрация обозначения в качестве товарного знака по заявке №2019705453 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 12.02.2019 испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно описанию, приведенному в заявке, заявленное комбинированное обозначение состоит из букв "П", "Н" русского алфавита, и оригинального изобразительного элемента в виде нескольких изогнутых и нескольких прямых линий. Буквы и линии выполнены в виде комбинации квадратов одинакового размера

Решение Роспатента от 31.01.2019 об отказе в государственной регистрации товарного знака было принято на основании его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается в заключении по результатам экспертизы тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками:



- с товарным знаком зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Панорама", 299053, г. Севастополь, ул. Руднева, 33, кв. 59, по свидетельству № 618049[1] с приоритетом от 05.07.16, для однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарными знаками зарегистрированными на имя Ибатуллин Азамат Валерьянович, 450059, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Проспект Октября, 25/1, кв.59, по свидетельствам № 555131 [2] с приоритетом от 13.03.2014 и. № 183491 [3] с приоритетом от 14.04.98, продлен до 14.04.24, для однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Торгово-промышленная компания "Аверс 3"", 117335, Москва, ул. Гарибальди, 23, по свидетельству № 306429 [4], с приоритетом от 25.10.04, продлен до 25.10.25, для однородных услуг 35,36 классов МКТУ.

(См. на сайте ФИПС Открытые реестры в разделе Информ. ресурсы, www1.fips.ru).

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем 29.05.2020 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными экспертизой товарными знаками, поскольку между ними отсутствует графическое, семантическое и фонетическое сходство, что обусловлено

высокой стилизацией графических элементов, что создает возможную вариативность прочтения;

- заявленное обозначение представляет собой комбинацию, узор, совокупность графических элементов, не поддающихся прочтению;

- выполнение словесного обозначения в оригинальной графической манере может привести к утрате этим обозначением словесного характера, в связи с чем его экспертиза должна проводиться с учетом требований, предъявляемых к изобразительным обозначениям. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что сравниваемые обозначения не являются сходными до степени смешения;

- в противопоставленных знаках присутствует словесный элемент “ПАНОРАМА” или “ПАН РАМА”, который произносится однозначно, кроме того, они выполнены в отличной от заявленного обозначения цветовой гамме и содержат другие изобразительные элементы, что создает разное общее зрительное впечатление от сравниваемых обозначений.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг.

Изучив материалы дела и выслушав участвующих в рассмотрении возражения, коллегия сочла изложенные в нем доводы неубедительными.

С учетом даты (12.02.2019) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (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 положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 42, 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 43 Правил 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; 5) сочетание цветов и тонов.

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, круг потребителей и другие признаки.

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение

ПАНОРАМА

состоящее из слова “ПАНОРАМА”, выполненного оригинальным шрифтом буквами русского алфавита.

Согласно возражению государственная регистрация товарного знака испрашивается для услуг 35, 36 классов МКТУ, а именно 35 - прокат торговых стоек; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат рекламных материалов; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием теле- магазинов или интернет-сайтов. 36 - аренда недвижимого имущества; аренда коворкинг-офисов; аренда офисов [недвижимое имущество].

В результате анализа заявленного обозначения по заявке №2019705453 на соответствие требованиям, изложенным в подпункте 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия установила следующее.

Заявленному обозначению противопоставляются товарные знаки [1-4].



Товарный знак [1] зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ – аукционная продажа; организация выставок в


коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; демонстрация товаров; помощь покупателям в выборе и приобретении оборудования для освещения, нагревания, производства пара, приготовления, охлаждения, сушки, вентиляции, водоснабжения и на санаторно-технические нужды, аппаратуры для записи, передачи и отображения звука или изображения, фотографических, кинематографических, оптических, рычаговых приборов и инструментов, других непродовольственных товаров на предприятиях розничной торговли; агентства по импорту-экспорту; прокат торговых автоматов; оформление витрин; перенос помещений; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); размещение в одном месте, в пользу иных лиц, ассортимента товаров, которое позволяет покупателям осматривать и покупать эти товары в магазинах розничной торговли товарами бытовой техники; распространение образцов; продвижение товаров для третьих лиц.




Товарный знак [2], зарегистрирован в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ - аренда площадей для размещения рекламы; реклама; розничная продажа непродовольственных товаров, розничная продажа продовольственных товаров, неспециализированная розничная продажа, оптовая продажа непродовольственных товаров, оптовая продажа продовольственных товаров, неспециализированная оптовая продажа, демонстрация товаров; оформление витрин; продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа

аукционная; сбыт товаров через посредников; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги оптовой и розничной продажи; магазины; оптовая и розничная продажа; дистанционная продажа товаров потребителям; организация торговых ярмарок для коммерческих и рекламных целей; демонстрация товаров; изучение рынка, агентства по импорту-экспорту; продажа цветов; продажа косметики; продажа продуктов питания; продажа алкогольных напитков; продажа товаров народного потребления.



Товарный знак  представляет собой комбинированное обозначение, зарегистрированное, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ - организация торговых ярмарок для коммерческих и рекламных целей; оформление витрин; демонстрация товаров; сбыт товаров через посредников; изучение рынка, агентства по импорту-экспорту.

Товарный знак [4]  представляет собой комбинированное обозначение и зарегистрирован для услуг 35, 36 классов МКТУ, а именно:

35 - аукционная продажа, ведение компьютеризированных картотек, демонстрация товаров, закупка товаров, запись сообщений, агентства по информации коммерческой, информация статистическая, наем помещений для сдачи в аренду, оформление витрин, сбыт товаров через посредников, обработка текстов.

36 - сдача в аренду недвижимого имущества, информация об измерениях биржевого курса, агентства по операциям с недвижимостью, агентства (маклеры) по сдаче в аренду недвижимого имущества, информация по вопросам страхования, консультации по вопросам страхования, организация лотерей, организация сбора

благотворительных средств, оценка недвижимого имущества, посредничество (предоставление агентов-посредников), аренда в кредит, кредитные агентства.

Сравнительный анализ на тождество и сходство заявленного обозначения с товарными знаками [1-4] показал, что они являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг, что обусловлено следующими обстоятельствами.

Указанное сходство обусловлено тем, что сравниваемые обозначения содержат в своем составе фонетически и семантически тождественное слово “ПАНОРАМА”, которое во всех рассматриваемых обозначениях, несмотря на разную степень его стилизации, однозначно воспринимается и прочитывается как “панорама”.

При этом следует согласиться с заявителем, что заявленное обозначение имеет более высокую степень стилизации, нежели противопоставленные знаки, в которых лишь одна буква “О” выполнена стилизованной. Однако использование в заявленном обозначении оригинальной графики исполнения букв не привело к утрате обозначением словесного характера, что не привело к качественно иному восприятию обозначения и не превратило его в изобразительный товарный знак.

Что касается изобразительных элементов, входящих в состав товарных знаков [1-4], то они служат дополнительной иллюстрацией смыслового значения слова “панорама” – (от греч. вид, зрелище), вид на местность, открывающийся с удобной для обзора точки. В одном случае, это обзор местности вокруг себя с помощью бинокля, в других – изображение окна, с помощью которого можно также осуществлять обзор окружающей местности.

В связи с указанным коллегия пришла к выводу, что сравниваемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на некоторые отличия, не оказывающие существенного влияния на восприятие обозначений потребителем в целом.

Анализ однородности услуг 35, 36 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака по заявке №2019705453 и для которых зарегистрированы товарные знаки [1-4], показал их однородность, поскольку они

либо совпадают по виду услуг (демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, аренда недвижимого имущества и др.) либо относятся к одним родовым группам услуг, связанных с продвижением товаров, операциями с недвижимостью, имеют одинаковое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия реализации, что в возражении не оспаривается.

Таким образом, существует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сопоставляемых услуг одному лицу в случае маркировки их сравнимаемыми обозначениями, что способно привести к смешению этих услуг в гражданском обороте. Следовательно, вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса является правомерным.

В отношении ряда примеров регистраций товарных знаков, в частности, по заявкам №№2016733415 и 2016737149, которые, по мнению заявителя, отражают практику Роспатента в аналогичной ситуации, коллегия считает необходимым отметить, что данные примеры являются некорректными, поскольку приведенные заявителем выдержки из заключений коллегии не соответствуют действительности. Кроме того, обстоятельства принятия Роспатентом того или иного решения не являются предметом рассмотрения данного возражения.

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

отказать в удовлетворении возражение, поступившего 29.05.2020, оставить в силе решение Роспатента от 31.01.2020.