

Палата по патентным спорам в порядке, установленном 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, рассмотрела возражение от 19.02.2007, поданное ООО "Ростер", Москва (далее – заявитель) на решение экспертизы от 30.10.2006 об отказе в регистрации товарного знака по заявке №2004720825/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2004720825/50 с приоритетом от 14.09.2004 заявлено на имя заявителя в отношении товаров 30, 32 – 34 классов МКТУ и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно описанию, приведенному в заявке, на регистрацию заявлено словесное обозначение, представляющее собой два фантазийных слова "РИЧМОНД" и "RICHMOND".

Решением экспертизы от 30.10.2006 заявленному обозначению было отказано в регистрации в качестве товарного знака ввиду несоответствия его требований, установленных пунктом 3 статьи 6 Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" от 23.09.1992 № 3520-1, введенного в действие 17.10.1992, с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166 - ФЗ (далее — Закон) и пунктом 2.5 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным в Минюсте России 25.03.2003 г. под № 4322, введенных в действие с 10.05.2003 (далее—Правила).

Указанное решение мотивировано тем, что заявленное словесное обозначение "РИЧМОНД RICHMOND" представляет собой географическое наименование – город на юго-востоке США, административный центр штата Вирджиния, с развитой табачной, химической и текстильной

промышленностью (Советский энциклопедический словарь, под ред. А.М.Прохорова, Изд-во СЭ, М., 1989, с. 1140) и для заявителя заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товаров и услуг.

В возражении от 19.02.2007, поступившем в Палату по патентным спорам, заявитель выражает несогласие с решением экспертизы, доводы которого сводятся к следующему:

семантика заявленного обозначения связана с аристократичностью, поскольку слова "РИЧМОНД/RICHMOND" для русскоговорящего потребителя представляют собой сочетание иностранных слов, в которых слышится слово "RICH" (богатый, знатный, состоятельный, роскошный), то есть россиянин не свяжет такие товары, как кофе, чай, кондитерские изделия и услуги по их продвижению с городом Ричмонд;

более искушенный российский потребитель может увидеть отголосок французского слова monde (мир), представленного в заимствованном из французского языка и достаточно редком в английском языке словом mondial (мировой, всемирный);

ассоциативные смыслы могут быть самыми разными: например, от "богатый, роскошный мир запаха и вкуса" до сигнализирующего об европейском качестве товар (кофе, чая) и престижности его марки;

названия штатов, а тем более их административных центров абсолютно большинству россиян не известны;

слово "РИЧМОНД RICHMOND" является не только наименованием одного города в США (с развитой табачной, химической и текстильной промышленностью), но и наименованием большого числа других городов и географических мест, в частности, один из пяти больших районов города Нью-Йорка, города в Канаде, в Австралии, в Великобритании – это обширный парк, расположенный к юго-западу от Лондона. То есть слово "РИЧМОНД/RICHMOND" не привязано к одной географической точке;

данное слово "РИЧМОНД/RICHMOND" является также фамилией довольно известных людей: Джон Ричмонд (британский модельер), Дэнни Ричмонд (известный нью-йоркский музыкант), Кати Ричмонд (известная актриса и модель), Лаура Ричмонд (также известная модель);

кроме того, слово "РИЧМОНД/RICHMOND" применяется как указание на герцогский титул, известный в Великобритании;

город Ричмонд не знаменит производством кофе и чая, то есть не может произойти смешения на рынке и обозначение "РИЧМОНД RICHMOND", примененное для этих товаров, можно считать фантазийным;

заявитель активно продвигает на рынке России кофе с названием "РИЧМОНД/RICHMOND", который является подвидом выпускаемого заявителем кофе "Бертис", что подтверждает наличие приобретенной дополнительной различительной способности обозначения "РИЧМОНД RICHMOND".

Таким образом, слово "РИЧМОНД RICHMOND" не может вызвать однозначной ассоциации и не может ввести в заблуждение потребителя.

На основании изложенного заявителем выражена просьба об отмене решения экспертизы от 30.10.2006.

К возражению в качестве подтверждения своих доводов приложены следующие материалы:

- Заключение профессора, доктора юридических наук Э.П.Гаврилова [1];
- Заключение профессора филологического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова, доктора филологических наук Л.О.Чернейко [2];
- сведения о регистрациях знаков по свидетельствам №191060, №153066, №312961 [3];
- ссылки на [http: www.justmoda.ru](http://www.justmoda.ru), [www. wallpix.ru](http://www.wallpix.ru) [4].

На заседании коллегии заявителем был представлен уточненный перечень товаров и услуг, в отношении которых испрашивается регистрация

заявленного обозначения, а именно товара 30 класса МКТУ – кофе (см. приложение к протоколу от 18.09.2007).

Изучив материалы дела и заслушав участников заседания, Палата по патентным спорам считает доводы, изложенные в возражении, убедительными.

С учетом даты 14.09.2004 поступления заявки №2004720825/50 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Закон и Правила.

Согласно пункту 3 статьи 6 Закона 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.

В соответствии с пунктом 2.5.1 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.

Заявленное обозначение "РИЧМОНД RICHMOND" является словесным, выполненным стандартным шрифтом заглавными буквами, соответственно, русского и латинского алфавитов. Слова расположены в две строки.

Анализ оспариваемого товарного знака показал следующее.

Слово "РИЧМОНД/RICHMOND" согласно словарно – справочным материалам может являться наименованием большого числа городов и географических мест, в том числе и города Ричмонд на юго-востоке США с развитой текстильной, химической и табачной промышленностью.

То есть, данные сведения не позволяют оценить восприятие потребителями данного обозначения в качестве указания на место происхождения товара – кофе, в отношении которого заявлено вышеуказанное обозначение.

Кроме того, данное слово является как фамилией разных известных людей в области моды, музыки, так и применяется как указание на герцогский титул, известный в Великобритании.

Множественность применения слов "РИЧМОНД/RICHMOND" в англоязычных странах позволяет судить о невозможности каких-либо стойких ассоциаций у русскоговорящих потребителей в связи с этим обозначением.

С учетом изложенного, коллегия Палаты по патентным спорам пришла к выводу, что при маркировке заявленным обозначением товара "кофе" маловероятно восприятие его в качестве места происхождения товаров. Отсутствие информации о каком-либо городе или ином географическом объекте с наименованием РИЧМОНД/RICHMOND, известными в отношении производства кофе, обуславливают вывод о нереальности ассоциации заявленного обозначения с местом производства кофе.

Таким образом, оснований для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении уточненного перечня товаров не имеется.

В соответствии с изложенным и с учетом указанных обстоятельств Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить возражение от 19.02.2007, отменить решение экспертизы от 30.10.2006 и зарегистрировать обозначение "РИЧМОНД RICHMOND" по заявке №2004720825/50 в качестве товарного знака в отношении следующих товаров:

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

(511)	
30-	кофе