

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, рассмотрела возражение от 17.06.2009 против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 376636, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Рязанская чайная фабрика» (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение по заявке №2007739228/50 с приоритетом от 14.12.2007 было зарегистрировано 10.04.2009 за № 376636 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Институт тела», 428020, Чувашская республика, г. Чебоксары, ул. Пристанционная, 1, (далее – правообладатель) в отношении товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ.

В соответствии с описанием, приведенным в материалах заявки, в качестве товарного знака зарегистрировано фантазийное графическое обозначение «неАбыЧАЙный», в центре которого выделено прописными буквами буква «А» и слово «Чай», за счет чего устанавливается смысловая связь с чаем, чайной продукцией и иными составляющими чайной церемонии. Графический символ (рисунок) изображает чайную кружку, плавно переходящую в чайный лист, который, заворачиваясь, заканчивается каплей чайного напитка, падающего в чашку. По смысловой нагрузке, акцент делается на «не абы чай...», то есть не какой-нибудь», «не кое-как», необычайность с акцентом в «А», как бы подчеркивая «НеАбычайность» товаров, продуктов, услуг.

В Палату по патентным спорам поступило возражение от 17.06.2009 против регистрации № 376636, в котором лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны указанному товарному знаку недействительным частично.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемая регистрация произведена с нарушением пункта 3 статьи 6 и пункта 1 статьи 7 Закона Российской Федерации от 23.09.1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» с изменениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ (далее – Закон).

Существо доводов возражения сводится к нижеследующему:

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарным знаком «НеобыЧАЙная гармония» по свидетельству № 333688 на однородные товары, ранее зарегистрированным на имя лица, подавшего возражение;

- сходство обусловлено тем, что в противопоставленном товарном знаке словесный элемент «необыЧАЙная гармония» выполнен в два ряда таким образом, что составляет не только словесную композицию «НеобыЧАЙная гармония», но и воспринимается как два самостоятельных словесных элемента, а именно: «необыЧАЙная» и «гармония», при этом верхний словесный элемент «необыЧАЙная» выполнен в кириллице, а буквы «ЧАЙ» выполнены большими, чем выделяются на общем фоне словесного элемента «НеобыЧАЙная», которое является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком, где словесный элемент выполнен в той же манере с выделенными большими буквами «ЧАЙ», но отличающийся только одной буквой ;

- противопоставленный товарный знак зарегистрирован, в частности, для товаров 30 и услуг 35 классов МКТУ, которые однородны следующим товарам, приведенным в перечне оспариваемой регистрации: 30 класса МКТУ – лепешки рисовые; мюсли; напитки на основе чая; пицца; сухари; сэндвичи; тортилы (мансовые лепешки); чай; чай со льдом; 35 класса МКТУ – агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; продвижение товаров (для третьих лиц); публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; редактирование рекламных материалов; редактирование

рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; составление рекламных рубрик в газете; услуги снабженческие для третьих лиц; закупка и обеспечение предпринимателей товарами;

- лицу, подавшему возражение, принадлежат патенты на промышленные образцы №№ 65231, 69889, 69890, на изображениях изделий которых присутствует словесный элемент «НеобыЧАЙный», которые широко использовались намного ранее даты приоритета оспариваемой регистрации, в том числе в сети Интернет, то оспариваемый товарный знак на однородные товары и услуги может ввести потребителей в заблуждение относительно товара, либо его изготовителя;

- правообладатели оспариваемой и противопоставленной регистрации представляют свои услуги на одном рынке сбыта – на рынке продовольственных товаров, что может привести к смешению товаров разных производителей потребителем;

- товарный знак «необыЧАЙная гармония» был хорошо раскручен правообладателем за счет серии регистраций промышленных образцов, и стал хорошо известен потребителям до даты приоритета оспариваемого товарного знака, а ООО «Институт тела» воспользовалось результатами многолетней деятельности владельца противопоставленного товарного знака и промышленных образцов, и зарегистрировало товарный знак, сходный до степени смешения с товарным знаком заявителя и его промышленными образцами, способный ввести потребителя в заблуждение;

- способность оспариваемого товарного знака ввести потребителей в заблуждение подтверждается следующими моментами: товары ООО «Рязанская чайная фабрика» широко известны среди потребителей, высокое качество товарами подтверждено государственными органами, активная рекламная деятельность компании ООО «Рязанская чайная фабрика» привела к широкой узнаваемости на российском рынке сбыта товаров с товарным знаком «НеобыЧАЙная гармония» и этикеток по промышленным образцам «НеобыЧАЙный», принадлежащих лицу, подавшему возражение.

В подтверждение изложенных доводов в возражении представлены следующие фактические материалы:

- сведения о регистрации товарного знака по свидетельству № 376636 на 2 л. [1];
- свидетельство на товарный знак № 333688 на 1 л. [2];
- сведения о регистрации товарного знака по свидетельству № 333688 на 1 л. [3];
- патент на промышленный образец № 65231 на 6 л. [4];
- патент на промышленный образец № 69889 на 5 л. [5];
- патент на промышленный образец № 69890 на 9 л. [6];
- дипломы на 5 л. [7];
- сведения из интернет с сайта www.rchf.ru об ООО «Рязанская чайная фабрика» и ее продукции на 11 л. [8];
- печатная продукция с изображениями упаковок чая на 5 л. [9];
- товарная накладная № 972 от 30.11.2007 на 3 л. [10];
- счет-фактура 00001852 от 23.10.2006 на 2 л. [11];
- товарная накладная № 200489 от 23.10.2006 на 2 л. [12];
- счет-фактура 00001203 от 21.07.2006 на 2 л. [13];
- товарная накладная № 312 от 21.07.2006 на 2 л. [14];
- счет-фактура № 281 от 19.06.2006 на 3 л. [15];
- товарная накладная № 207 от 19.06.2006 на 3 л. [16];
- счет фактура № 278 от 16.06.2006 на 1 л. [17];
- товарная накладная № 277 от 16.06.2006 на 2 л. [18];
- счет-фактура № 974 от 30.11.2007 на 2 л. [19];
- счет-фактура 0002029 от 31.10.2007 на 2 л. [20];

- товарная накладная № 797 от 31.10.2007 на 2 л. [21];
- счет-фактура № 00001528 от 29.09.2008 на 2 л. [22];
- счет-фактура № 00001392 от 28.08.2008 на 2 л. [23];
- товарная накладная № 672 от 29.09.2009 на 2 л. [24];
- товарная накладная № 427 от 28.08.2008 на 3 л. [25];
- счет-фактура № 00001237 от 31.07.2008 на 3 л. [26];
- товарная накладная № 531 от 31.07.2008 на 3 л. [27];
- договор поставки № 03-06 от 19.04.2006 на 2 л. [28];
- договор № 113 от 18.09.2007 на 2 л. [29];
- договор поставки № 92 от 13.03.2007 на 3 л. [30];
- договор № 69 от 01.10.2006 на 2 л. [31];
- договор № 52 от 3.07.2006 на 2 л. [32];
- договор поставки № 16/02-08 от 01.02.2008 на 4 л. [33];
- договор № 28/08 от 24.04.2008 на 1 л. [34];
- товарная накладная № 365 от 30.05.2008 на 3 л. [35];
- товарная накладная № 45 от 29.02.2008 на 3 л. [36];
- товарная накладная № 859 от 18.10.2007 на 2 л. [37];
- товарная накладная № 833 от 11.10.2007 на 4 л. [38];
- товарная накладная № 621 от 30.07.2007 на 2 л. [39];
- договор БПС-015 на изготовление полиграфической продукции от 19.02.2007 на 7 л. [40];
- товарная накладная № 802369 от 14.05.2008, счет-фактура № 802369 от 14.05.2008, счет-фактура № 800915 от 18.02.2008 на 3 л. [41];
- договор № 28/08 от 24.04.2008, счет-фактура № 00001237 от 31.07.2008 на 4 л. [42];

- договор № 64 от 28.09.2006, товарная накладная № 2000524 от 28.09.2006, товарная накладная № 880 от 25.10.2007 на 7 л. [43];

- договор № 90 от 20.02.2007, товарная накладная № 922 от 08.11.2007, счет-фактура № 00002071 от 08.11.2007, товарная накладная № 889 от 28.11.2008, счет-фактура № 00001918 от 28.11.2008 на 12 л. [44];

- договор № 77 от 05.12.2006, товарная накладная № 519 от 29.07.2008, счет-фактура № 00001231 от 29.07.2008, товарная накладная № 854 от 17.10.2007, счет-фактура № 00001957 от 17.10.2007 на 14 л. [45];

- договор № 30/08 от 03.06.2008, товарная накладная № 397 от 17.06.2008, счет-фактура № 00000941 от 17.06.2008, на 6 л. [46];

- договор № 46/08 от 17.07.2008, товарная накладная № 500 от 18.07.2007, счет-фактура 00001176 от 18.07.2008 на 7 л. [47];

- договор № 40/08 от 23.05.2008, товарная накладная № 424 от 20.06.2008, счет-фактура № 00000949 от 20.06.2008 на 8 л. [48];

- договор № 52 от 03.07.2006, товарная накладная № 312 от 21.07.2006, счет-фактура № 00001203 от 21.07.2006 на 7 л. [49];

- договор № 92 от 13.03.2007, товарная накладная № 972 от 30.11.2007, счет-фактура № 974 от 30.11.2007, товарная накладная № 365 от 30.05.2008, счет-фактура № 347 от 30.05.2008 на 13 л. [50];

- договор № 19 от 28.09.2007, товарная накладная № 427 от 28.08.2008, счет-фактура № 00001392 от 28.08.2008, товарная накладная № 833 от 11.10.2007, счет-фактура № 00001931 от 11.10.2007 на 14 л. [51];

- договор № 58 от 28.08.2006, товарная накладная № 200438 от 31.08.2006, счет-фактура № 00001464 от 31.08.2006 на 5 л. [52];

- договор № 5 от 20.04.2006, товарная накладная № 154 от 19.04.2006, счет-фактура № 00000625 от 19.04.2006 на 7 л. [53];

- договор № 7 от 04.05.2006, товарная накладная № 200680 от 17.11.2006, счет-фактура № 00001928 от 17.11.2006 на 7 л. [54];
- договор № 105 от 13.06.2007, товарная накладная № 621 от 30.07.2007, счет-фактура № 00001498 от 30.06.2007 на 7 л. [55];
- договор № 75 от 01.11.2006, товарная накладная 2000657 от 09.11.2006, счет-фактура № 00001900 от 09.11.2006 на 6 л. [56];
- договор № 120 от 16.10.2007, товарная накладная № 797 от 31.10.2007, счет-фактура № 00002029 от 31.10.2007 на 6 л. [57];
- договор поставки № 03-06 от 19.04.2006, товарная накладная № 200489 от 23.10.2006, счет-фактура № 00001852 от 23.10.2006 на 6 л. [58];
- договор № 113 от 18.09.2007, товарная накладная № 859 от 18.10.2007, счет-фактура № 00001958 от 18.10.2007 на 6 л. [59];
- договор № 134 от 29.12.2007, товарная накладная № 75 от 31.01.2008, счет-фактура № 000000197 от 31.01.2008 на 6 л. [60];
- договор № 124/18/08 от 24.01.2008, товарная накладная № 58 от 30.01.2008, счет-фактура № 00000186 от 30.01.2008 на 7 л. [61];
- договор поставки № 16/02-08 от 01.02.2008, товарная накладная № 45 от 29.02.2008, счет-фактура № 129 от 29.02.2008 на 10 л. [62];
- договор № 71 от 08.06.2006, счет-фактура № 111/178 от 08.02.2007 на 3 л. [63].

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 376636 недействительным частично, как произведенное в нарушение пункта 3 статьи 6 и пункта 1 статьи 7 Закона.

Правообладатель в установленном порядке был уведомлен о поступившем возражении против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 376636 и представил к запланированной дате рассмотрения возражения отзыв на возражение, в котором отметил следующее:

- обозначение «неАбыЧАЙный» является фантазийным, придуманным, логическое ударение падает на элемент «Абы», которое придает иное звучание всему обозначению в целом, вследствие чего звуковое сходство обозначений отсутствует;

- сравниваемые товарные знаки производят различное зрительное впечатление и, следовательно, графическое сходство отсутствует;

- по смысловому критерию сходства товарный знак «НеобыЧАЙная гармония» имеет совершенно другую смысловую нагрузку, чем товарный знак «НеАбыЧАЙный», поскольку первый ассоциируется только с чаем, имеет прямое указание на товар – «чай», а последний, наоборот, противопоставлен чаю, и ассоциируется с напитками растительного происхождения, превосходящими своими свойствами такой напиток как чай, а, следовательно, сравниваемые товарные знаки не сходны по семантическому фактору;

- использование товарного знака «НеАбыЧАЙный» по свидетельству № 376636 предполагается не для чая, в отличие от противопоставленного товарного знака, а напитков травяных, и подобных им напитков растительного происхождения, напитков, которые воспринимаются как нечто особенное, исключительное, а также для производства и реализации данных напитков и всего, что может сопровождать их;

- смешение производителей у потребителя не может произойти, ввиду того, что товарный знак «необыЧАЙная гармония» напрямую указывает на товар – «чай» и используется ООО «Рязанская чайная фабрика» для обозначения чая с аналогичным названием, а товарный знак «неАбыЧАЙный» - на товар, травяные чаи, который чаем, как таковым, не является.

- утверждение ООО «Рязанская чайная фабрика» о том, что, поскольку он «намного ранее приоритета оспариваемой регистрации широко использовал промышленные образцы со словесным элементом «необыЧАЙный», то оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение, является ложным;

- представленными документами не подтверждается широкая известность товарного знака, принадлежащего ООО «Рязанская чайная фабрика», а большая часть представленных документов выходит за дату приоритета оспариваемого товарного знака.

На основании изложенных в отзыве доводов, правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №376636.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения, Палата по патентным спорам находит доводы возражения убедительными частично.

С учетом даты (14.12.2007) поступления заявки № 2007739228/50 правовая база для оценки охраноспособности товарного знака включает в себя отмеченный выше Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003, зарегистрированные в Минюсте России 25.03.2003, регистрационный № 4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее—Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков или их элементов 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.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является, хотя бы один из его элементов;

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, обозначения, тождественные или сходные до степени смешения, в частности, с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет. Допускается регистрация сходных до степени смешения обозначений лишь с согласия правообладателя более раннего товарного знака.

В соответствии с пунктом 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 14.4.2.2, 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

Звуковое сходство определяется в соответствии с пунктом 14.4.2.2 (а) Правил на основании наличия близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близости звуков, составляющих обозначения; расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличия совпадающих слогов и их расположение; числа слогов в обозначениях; места совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близости состава гласных; близости состава согласных; характера совпадающих частей обозначений; вхождения одного обозначения в другое; ударения.

Графическое сходство определяется в соответствии с пунктом 14.4.2.2 (б) Правил на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание.

Смысловое сходство определяют в соответствии с пунктом 14.4.2.2 (в) Правил на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей; в частности, совпадение значения обозначений в разных языках; совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Согласно пункту 14.4.2.2 (г) Правил признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Сходство обозначений определяется с учетом однородности товаров. При установлении однородности товаров согласно пункту 14.4.3 Правил определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному производителю. Для установления однородности товаров принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение и состоит из словесного элемента «неАбыЧАЙный», выполненного буквами русского алфавита оригинальным шрифтом с выделенными буквами «А» и «ЧАЙ», и стилизованного изображения кружки, плавно переходящей в чайный лист, который заворачивается над кружкой и заканчивается каплей, падающей в кружку.

Товарный знак со словесным элементом «неАбыЧАЙный» зарегистрирован, в частности, для товаров 30 класса МКТУ – чай, чай со льдом, напитки на основе чая.

Как следует из материалов возражения, серия чаев под наименованием «необыЧАЙный», производится ООО «Рязанская чайная фабрика». Продукция снабжается упаковкой, маркируемой словесным обозначением «необыЧАЙный», на которой указан производитель - ОАО «Рязанская чайная фабрика» [8, 9]. Лицом, подавшим возражение, представлен ряд документов, а именно товарно-транспортные накладные, счета-фактуры, договоры поставки [10-39, 42-63], которые свидетельствует о том, что указанный товар поставлялся ООО «Рязанская чайная фабрика» различным организациям в России и ближнем зарубежье как до даты подачи заявки в 2006-2007 гг., так и после даты подачи заявки в 2008 году. Согласно документации [10-39, 42-63] получателями чайной продукции ООО «Рязанская чайная фабрика» (т.е. потребителями) являлись следующие организации: ООО «Танталит» Беларусь, ООО «Лотос» Москва, ООО «Новая компания» г. Брянск, ИП Холомова Л.И., ООО «Спар Тула» г. Тула, ООО «ОДК» г. Тула, ООО «Объединенная дистрибьюторская компания» г. Тула, ООО «Ропторг-В» Москва, ООО «Гимея опт» г.

Мурманск, ИП Потехина В.В. г. Ульяновск, ТОО «Анвар» Казахстан, ООО «Туймазинская оптово-розничная база БПС» Башкирия, И.П. Карякина Тамбов, ООО «Агродорпродукт» г. Иркутск, И.П. Вовенда Н.В. г. Ярославль, ООО «Брянскрегионопт» г. Брянск, И.П. Демин И.И. г. Муром, ИП Кивелюк А.И г. Астрахань, ООО «Тефи+» Дагестан и др. Приведенные данные о географическом охвате поставок чая и содержащиеся в товарно-транспортных накладных и счетах-фактурах [10-39, 42-63] сведения об объемах поставок чая свидетельствуют об интенсивном распространении чая под наименованием «необыЧАЙный» во многие регионы России. Наличие хозяйственных отношений между ООО «Рязанская чайная фабрика» и указанными организациями позволяет сделать вывод о том, что использование оспариваемого товарного знака для маркировки чайной продукции иным лицом (правообладателем), способно вызвать смешение в отношении производителя, вследствие чего регистрация сходного товарного знака со словесным элементом «неАбыЧАЙный» на имя правообладателя, будет вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара. Возможное представление потребителей о тесных хозяйственных связях между правообладателем – ООО «Институт тела» и ООО «Рязанская чайная фабрика» также не соответствует действительности.

В силу изложенного довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемое обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товара 30 класса МКТУ – чай, чай со льдом, напитки на основе чая является обоснованным и правомерным.

Доказательства способности оспариваемого товарного знака по свидетельству №376636 ввести потребителя в заблуждение относительно производителя других товаров 30 класса МКТУ и услуг 35 и 42 классов МКТУ в возражении представлены не были.

Как следует из материалов возражения от 17.07.2009, предоставление правовой охраны товарному знаку со словесным элементом «неАбыЧАЙный» оспаривается, кроме того, по мотивам его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 7 Закона как

сходного до степени смешения с товарным знаком «НеобыЧАЙная ГАРМОНИЯ» по свидетельству № 333688.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленного товарных знаков показал следующее.

«Сильным» элементом оспариваемого товарного знака, несущим в себе основную различительную способность, является наиболее запоминающийся словесный элемент «неАбыЧАЙный», поскольку его шрифтовые элементы имеют достаточно крупные размеры, он легче запоминается, на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения в целом, и именно он позволяет идентифицировать товар конкретного производителя.

Противопоставленный товарный знак представляет собой словесное обозначение «необыЧАЙная гармония», выполненное в две строки буквами русского алфавита. В слове «необыЧАЙная» в центре выделено слово «ЧАЙ» прописными буквами, слово «ГАРМОНИЯ» выполнено заглавными буквами жирным шрифтом.

Учитывая изложенное, при определении сходства оспариваемого и противопоставленного товарных знаков за основу должно быть взято сравнение словесных элементов «неАбыЧАЙный» и «НеобыЧАЙная ГАРМОНИЯ».

Разное количество слов и слогов в оспариваемом товарном знаке «неАбыЧАЙный» (одно слово и четыре слога) и противопоставленном товарном знаке, состоящем из двух слов и семи слогов, не позволяет вынести суждение о фонетическом сходстве сравниваемых обозначений. Наличие в оспариваемом обозначении дополнительного слова (ГАРМОНИЯ), отчетливо выделяемого при произношении, фонетически заостряет внимание на ином звучании всего обозначения и свидетельствует о звуковом различии знаков.

По семантическому фактору сходства сравниваемые обозначения несут разную смысловую нагрузку за счет наличия второго слова «ГАРМОНИЯ», на который падает логическое ударение.

По графическому критерию рассматриваемые обозначения не являются сходными, так как общее зрительное впечатление, производимое словесными обозначениями «неАбыЧАЙный» и «НеобыЧАЙная ГАРМОНИЯ» различно.

Вышеизложенное обуславливает вывод о том, что сопоставляемые обозначения в целом не ассоциируются друг с другом и, как следствие, не являются сходными до степени их смешения в отношении однородных товаров.

Таким образом, основания для признания регистрации № 376636 товарного знака не соответствующей требованиям, регламентированным пунктом 1 статьи 7 Закона, отсутствуют.

В соответствии с вышеизложенным, Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить возражение от 17.06.2009 и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 376636 недействительным частично, сохранив ее действие в отношении следующих товаров и услуг:

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

- (511)
30 - ароматизаторы; бисквиты; блины; булки; ванилин; вермишель; вещества ароматические кофейные; вещества подслащивающие натуральные; глюкоза пищевая; дрожжи; загустители для пищевых продуктов; закуски легкие на базе риса; закуски легкие на базе хлебных знаков; заменители кофе; заменители кофе растительные; изделия кондитерские; изделия кондитерские для украшения новогодний елок; изделия кондитерские желеобразные; изделия кондитерские из сладкою теста преимущественно с начинкой; изделия кондитерские мучные; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; изделия макаронные; изделия пирожковые; йогурт замороженный; какао; какао-продукты; карамели; каши молочные; конфеты; конфеты лакричные; конфеты мятные; кофе; кофе-сырец; крахмал пищевой; крекеры; крупа кукурузная; крупы пищевые; кулебяки; кушанья мучные; лапша; леденцы; лепешки рисовые; марципаны; масса сладкая молочная для кондитерских изделий (заварной крем); мороженое; мороженое фруктовое; мюсли; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; напитки какао; настои нелекарственные; пастилки (кондитерские изделия); печенье; пироги; пирожные; пицца; помадки (кондитерские изделия); попкорн; порошки для мороженого; пралине; приправы; продукты зерновые; продукты мучные; пряники; пудинги; равиоли; резинки жевательные (за исключением; используемой в медицинских целях); рис; сладкое сдобное тесто для кондитерских изделий; сладости; спагетти; специи; стабилизаторы для взбитых сливок; суши; сухари; сэндвичи; тесто из бобов сои; тесто миндальное; тортилы (маисовые лепешки); торты фруктово-ягодные; травы огородные консервированные (специи); украшения съедобные для кондитерских изделий из сладкого; ферменты для теста; халва; хлеб; хлеб из пресного теста; хлопья из зерновых продуктов; цикорий; шоколад; эссенции пищевые (за исключением эфирных эссенций и эфирных масел).
- 35 - агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обновление рекламных материалов; организация

выставок в коммерческих и рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими и промышленными предприятиями; представление товаров во всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение товаров (для третьих лиц); прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; редактирование рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; составление рекламных рубрик в газете; управление гостиничными делами; управление коммерческими лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов на покупки; услуги по переезду предприятий; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); услуги субподрядчика; управление коммерческое.

- 43 - агентства по обеспечению мест [гостиницы; пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; закусочные; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; прокат мебели; столового белья и посуды; прокат палаток; прокат передвижных строений; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуг и кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом.