

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261, рассмотрела поступившее 22.03.2021 возражение ООО «Торговый дом «Первый мясокомбинат», г. Екатеринбург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019749016 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2019749016 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 01.10.2019 на имя заявителя в отношении товаров 29 класса МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «СПАРТА», выполненное буквами русского алфавита.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 27.11.2020 об отказе в государственной регистрации товарного знака, мотивированное в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ с товарными знаками «СПАРТАК» по свидетельствам №№ 175231, 272629 и 429714, охраняемыми на имя другого лица и имеющими более ранние приоритеты.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 22.03.2021 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 27.11.2020. Доводы возражения сводятся к тому, что сравниваемые знаки не являются сходными, так как они отличаются друг от друга количеством звуков и букв, а также ударениями и смысловыми значениями, поскольку Спарта – это античное государство в Греции, жителей которого называли спартанцами (не спартаками), а Спартак – известная личность, руководитель восстания рабов и гладиаторов в Италии в 73-71 гг. до н.э.

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке товаров.

К возражению были приложены распечатки сведений из онлайн-словарей [1].

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

С учетом даты подачи заявки (01.10.2019) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и 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 пунктом 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение; 2) графическое сходство определяется 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; 3) смысловое сходство определяется 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. 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).

Заявленное обозначение представляет собой выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита словесное обозначение «СПАРТА». Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака с приоритетом от 01.10.2019 испрашивается в отношении товаров 29 класса МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 175231, 272629 и 429714 с более ранними приоритетами от 14.09.1998, 18.12.2001 и 30.10.2006, соответственно, представляют собой словесные обозначения «СПАРТАК», выполненные также стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Данные товарные знаки охраняются, в частности, в отношении товаров 29 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по фонетическому критерию сходства сравниваемых обозначений показал, что они ассоциируются друг с другом в целом в силу их совпадения по количеству слов (1 слово) и слогов (2 слога) и наличия у них крайне близких составов звуков и совпадающих звукосочетаний, что обуславливается полным фонетическим вхождением одного обозначения в другое, а именно заявленного обозначения «СПАРТА» в противопоставленные

товарные знаки «СПАРТАК», когда всего лишь один отличающийся в их составах звук «-к» в противопоставленных товарных знаках занимает совсем не акцентирующее на себе внимание конечное положение в соответствующем слове и является согласным глухим звуком, несколько редуцируемым при произнесении этого слова в целом, ввиду чего он, наряду с разными ударениями в сравниваемых словах, при восприятии данных обозначений на слух существенно не изменяет их весьма заметного созвучия в целом.

Так, с учетом отмеченного выше, все звуки в заявленном обозначении полностью совпадают с абсолютным большинством звуков в противопоставленных товарных знаках (6 звуков из 7).

Исходя из указанных обстоятельств, коллегия пришла к однозначному выводу о наличии у заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков фонетического сходства в крайне высокой степени.

Сходство сравниваемых знаков особенно усиливается еще и за счет того, что все они выполнены совершенно одинаковым (стандартным) шрифтом в одинаковом регистре (заглавными) буквами одного и того же (русского) алфавита и имеют в своих составах абсолютное большинство совпадающих соответствующих определенных букв русского алфавита (6 букв из 7).

При этом некоторые все же имеющиеся у сравниваемых знаков отличия по количеству звуков и букв и, соответственно, по их составам, отличающимся всего лишь в 1 звук и в 1 букву, что уже было отмечено выше, играют лишь второстепенную роль при восприятии этих знаков как сходных в целом.

Вместе с тем, сравниваемые между собой соответствующие слова, действительно, как верно отмечается заявителем в возражении и указано в представленных им распечатках из онлайн-словарей [1], имеют разные смысловые значения, поскольку Спарта – это древнегреческий полис в Лаконике (Пелопоннес), превратившийся после завоевания в VIII-VI вв. до н.э. южной части Пелопоннеса в крупное античное государство, а его жителей называли спартанцами, в то время как Спартак – руководитель восстания рабов и гладиаторов в Италии в 73-71 гг. до н.э.

Так, вышеуказанные исторические сведения, с научной точки зрения, относятся, действительно, к совершенно разным событиям (войнам), происходившим в разные периоды (века) и географически на разных территориях. Но, тем не менее, все эти события, с точки зрения среднего российского потребителя, не разбирающегося в данных нюансах исторической науки, являются, скорее всего, событиями все же одного и того же большого периода истории Древнего мира – классической древности (или античности), связанного с историей Древней Греции и Древнего Рима, когда совершались, как совершенно похожие между собой древние войны, такие захватнические походы древних государств либо походы восставших рабов и гладиаторов, причем требующие соответствующих известных воинских навыков, которыми успешно славились как спартанцы, так и восставшие («спартаковцы») под руководством Спартака, а соответствующие территории древних стран, на которых они разворачивались, воспринимаются российскими потребителями уже как один и тот же регион на территории современной Европы.

К тому же, в этой связи необходимо отметить, например, и то, что Спарта и, в частности, родина Спартака Фракия были географически расположены, на самом деле, весьма близко друг к другу, поскольку от античной Спарты и до земель племени медов, где Спартак родился и вырос, было всего лишь примерно 800 км по прямой, а во II в. до н.э. вся Греция и вовсе превратилась в провинцию завоевавшей ее Римской республики.

Изложенные выше обстоятельства обуславливают то, что рассматриваемые слова «СПАРТА» и «СПАРТАК» по семантическому критерию сходства сравниваемых обозначений, как средств индивидуализации товаров, будут восприниматься средним российским потребителем, скорее всего, как просто относящиеся к событиям истории Древнего мира вообще, то есть порождать, на самом деле, достаточно сходные ассоциативно-смысловые образы, обуславливая тем самым вывод, напротив, о подобии заложенных в сравниваемые знаки идей.

Данное обстоятельство никак не позволяет признать данные знаки, совершенно сходные между собой в высокой степени по основному (самому главному) для словесных обозначений фонетическому критерию сходства обозначений, воспринимаемых, прежде всего, на слух, собственно, как некорректно предлагается заявителем в возражении, не сходными друг с другом в целом.

Кроме того, противопоставленные товарные знаки возможно даже будут восприниматься российскими потребителями исключительно как воспроизводящие название одного из самых известных и весьма популярных в России футбольных клубов – Футбольного клуба «Спартак» (Москва), принадлежащего, собственно, правообладателю противопоставленных товарных знаков – Акционерному обществу «Футбольный клуб «Спартак – Москва», а заявленное обозначение, с учетом крайне высокой известности и репутации этого спортивного клуба, – всего лишь как сходное с его названием.

При сравнительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеет именно фонетический фактор, на основе которого и было установлено их сходство. Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 42 Правил).

Изложенные выше обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки, несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

Все приведенные в заявке товары 29 класса МКТУ, представляющие собой различные виды продуктов питания, в том числе из мяса, рыбы, морепродуктов, птицы, овощей, фруктов и ягод, вещества и составы для их приготовления,

орехи, грибы, яйца, молочные продукты, масла и жиры пищевые и прочие разные продукты растительного и животного происхождения, с одной стороны, и товары 29 класса МКТУ, для которых охраняются противопоставленные товарные знаки, либо совпадают друг с другом, либо соотносятся между собой как вид-род (как различные конкретные виды товаров, относящиеся к соответствующим их родовым понятиям, указанным в другом сравниваемом перечне товаров в качестве наименований товаров), либо относятся к одним и тем же соответствующим перечисленным выше общеродовым группам товаров, то есть они являются однородными. Данное обстоятельство заявителем в возражении вовсе и не оспаривается.

В этой связи следует также отметить, что сопоставляемые товары являются продуктами питания, то есть товарами широкого потребления и краткосрочного пользования, что особенно усиливает опасность возникновения у потребителей представления о принадлежности таких товаров, маркированных сходными знаками, одному производителю.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней товаров усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных (однородных) товаров, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю. Следовательно, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ.

Принимая во внимание указанные выше обстоятельства, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех приведенных в заявке товаров.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.03.2021, оставить в силе решение Роспатента от 27.11.2020.