

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 07.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс), и в соответствии с Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 за № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520 (далее – Правила), рассмотрела возражение от 04.12.2009 против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 386728, поданное компанией Алди Айнкауф ГмбХ унд Ко оХ, Германия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2007708867/50 с приоритетом от 30.03.2007 зарегистрирован 13.08.2009 за № 386728 на имя компании «Белокко Холдингс Лимитед», г. Лимасол, 3030, Крисалия Корт, Макариос Авеню 206, Кипр (далее – правообладатель) в отношении товаров 29, 30 и услуг 42 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно приведенному в заявке описанию оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «АЛПИ», фантазийное для заявляемых товаров и услуг.

В поступившем в Палату по патентным спорам возражении от 04.12.2009 изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству № 386728 предоставлена в нарушение требований пункта 1 статьи 7 Закона Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992 № 3520-1 с изменениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ (далее — Закон).

Возражение мотивировано следующими доводами:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения со следующими товарными знаками, зарегистрированными на имя компании Алди Айнкайф ГмбХ унд Ко оХ, с более ранним приоритетом, а именно: товарный знак «ALDI» по свидетельству № 396459 с приоритетом от 17.03.2006 в отношении товаров и услуг 3, 16, 24, 25, 28-36, 41-43 классов МКТУ, а также товарным знаком «АЛДИ» по свидетельству № 396458 с приоритетом от 17.03.2006 в отношении товаров и услуг 3, 16, 24, 25, 28-36, 41-43 классов МКТУ;

- по фонетическому критерию сходство сравниваемых товарных знаков обусловлено тем, что они состоят из одинакового количества букв (четырех) и слогов (двух), включают одинаковый состав гласных звуков, близкий состав согласных звуков, в сравниваемых товарных знаках совпадает три буквы (звука) из четырех, причем расположение совпадающих букв также совпадает;

- товарный знак «АЛДИ» по свидетельству № 396458 и товарный знак «АЛПИ» по свидетельству № 386728 выполнены заглавными буквами кириллического алфавита, что свидетельствует о визуальном сходстве;

- с точки зрения семантического сходства сравниваемые обозначения не имеют смыслового значения и не подлежат сравнению;

- товары, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак, и товары, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки по свидетельствам № 396458 и № 396459, тождественны.

В возражении изложена просьба признать правовую охрану товарного знака по свидетельству № 386728 недействительной в отношении всех товаров, указанных в регистрации.

К возражению приложены копии следующих материалов:

- сведения о регистрации товарного знака по свидетельству № 386728 [1];
- сведения о регистрации товарного знака по свидетельству № 396458 [2];

- сведения о регистрации товарного знака по свидетельству № 396459 [3].

Правообладатель в установленном порядке был ознакомлен с возражением и представил отзыв, в котором выразил несогласие с мотивами возражения, указав следующие доводы:

- несмотря на имеющиеся фонетические совпадения, общее звучание сравниваемых обозначений также является различным благодаря наличию в одном из них звонкой согласной «Д», относящейся к зубным, апикальным (алДи), и непарной ей глухой согласной «П», относящейся к губно-губным, в другом (алПи);

- поскольку в русском языке слогообразующим элементом являются фонемы, то благодаря совершенно несходным способам звукообразования, представленные буквосочетания (АЛДИ и АЛПИ) звучат совершенно различно;

- рассматриваемые товарные знаки не могут быть признаны сходными до степени смешения и не могут вызвать у потребителя ложное представление о принадлежности товаров и услуг одному производителю;

- словесное обозначение «АЛПИ» является вымышленным, смысловой нагрузки не несет и воспринимается потребителем как фантазийное обозначение, тогда как словесное обозначение «ALDI» является сокращением от Albrechts Discount (Альбрехт Дисконт), с переводе с немецкого – «Скидка Альбрехта», где Альбрехт – фамилия основателей обширной и широко известной сети магазинов, братьев Тео и Карла Альбрехтов.

К отзыву приложены сведения из сети Интернет на 11 л. [4].

Таким образом, по мнению правообладателя, основания для удовлетворения возражения против предоставления правовой охраны товарного знака по свидетельству №386728 отсутствуют, и он просит отказать в удовлетворении возражения.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения, Палата по патентным спорам считает доводы возражения необедительными.

С учетом приоритета (30.03.2007) заявки № 2007708867/50 правовая база для оценки охраноспособности оспариваемого товарного знака составляет Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 №4322 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (если заявки на них не отозваны) или охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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 требованиями пункта 14.4.2.4 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в состав которых входят словесные обозначения как элементы.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в пункте 14.4.2.2 (подпункты (а) – (в) Правил), а также согласно пункту 14.4.2.4 Правил ТЗ исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Звуковое (фонетическое) 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, согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение.

Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание; расположение букв по отношению друг к другу.

Смысловое (семантическое) сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей, в частности, совпадение значений 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, перечисленные в подпунктах (а) - (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях. В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Согласно пункту 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров учитывается возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю, если они обозначены тождественными или сходными товарными знаками.

Анализ материалов дела показал следующее.

В качестве товарного знака зарегистрировано словесное обозначение «АЛПИ», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку по свидетельству №386728 предоставлена в отношении товаров 29, 30, 32, 33 и услуг 42 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Оспариваемому знаку лицом, подавшим возражение, противопоставлены следующие товарные знаки, имеющие более ранний приоритет и зарегистрированные на его имя, в том числе в отношении тождественных товаров 29, 30, 32, 33 и услуг 42 и 43 классов МКТУ класса МКТУ:

- товарный знак по свидетельству № 396458, представляющий собой словесное обозначение «АЛДИ», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом [2];

- товарный знак по свидетельству № 396459, представляющий собой словесное обозначение «ALDI», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом [3].

Сравнительный анализ на сходство оспариваемого знака и противопоставленных знаков [2,3], показал, что в них действительно совпадают три буквы (звука): «А» - «А», «L» - «Л», «I» - «И», количество слогов (два). Вместе с тем, несмотря на совпадение трех букв (звуков) и количества слогов, сравнительный анализ словесных элементов «АЛДИ», его латинской транслитерации «ALDI» и «АЛПИ» показал, что они являются короткими словами (4 буквы), что усиливает значение каждой буквы при установлении их сходства.

Так, присутствие в сравниваемых обозначениях отчетливо и по - разному произносимых конечных частей «-ДИ» и «-ПИ» обуславливает различное восприятие знаков.

Графически сравниваемые товарные знаки «ALDI» и «АЛПИ» также не являются сходными, поскольку выполнены буквами разных алфавитов (русский и латинский), что определяет различное общее зрительное впечатление, производимое знаками.

Оспариваемый товарный знак и товарные знаки [2-3] не имеют смысловых значений, в связи с чем основания для вывода об их сходстве по семантическому признаку также отсутствуют.

Следовательно, наблюдается отличие обозначений по фонетике, позволяющее сделать вывод о том, что сравниваемые обозначения не ассоциируются друг с другом в целом, и, соответственно, не дает оснований для вывода об их сходстве.

При изложенных выше обстоятельствах коллегия Палаты по патентным спорам не усматривает нарушений пункта 1 статьи 7 Закона в предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 386728.

Учитывая изложенное, Палата по патентным спорам решила:

**Отказать в удовлетворении возражения от 04.12.2009 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 386728.**