

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 21.02.2022 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 706696, поданное ООО «Главпродукт - патент», Россия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» с приоритетом от 09.04.2018 по заявке № 2018714144 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 03.04.2019 за № 706696 в отношении товаров 29 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), на имя ООО «Уральская агропромышленная группа», Россия (далее – правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 21.02.2022, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 706696 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» является сходным до степени смешения с серией противопоставленных ему товарных знаков, включающих словесные элементы «семейный бюджет» (свидетельства №404327,

№642457, №499547, №642458, №614955, №642459, №642456), зарегистрированных на имя лица, подавшего возражение;

- анализ сравниваемых обозначений показывает, что оспариваемый и противопоставленные товарные знаки являются сходными до степени смешения по визуальному, фонетическому и семантическому критериям сходства, что приводит к ассоциированию сравниваемых знаков друг с другом в целом;

- визуальное, семантическое и фонетическое сходство обусловлено наличием в составе сравниваемых обозначений слова «Семейный»;

- семантическое сходство словосочетаний «Семейный запас» и «Семейный бюджет» обусловлено подобием идей, заложенных в сравниваемых обозначениях, что подтверждается заключением специалиста-лингвиста Богомаз А.В. № 2021/12 ЗИ от 08.12.2021;

- социологический опрос, проведенный АО «ВЦИОМ», показал следующее: среди участников исследования треть (34%) полагают, что тестируемые товарные знаки в той или иной степени схожи по заложенному в них смыслу. По мнению значительной части опрошенных данные товарные знаки в целом схожи между собой по внешнему виду (46%) и по звучанию (45%). Более трети респондентов (35%) считают, что мясные консервы под тестируемыми товарными знаками выпускаются одной компанией или разными, сотрудничающими между собой компаниями;

- в рамках дела № А40-103297/21-15-719 Арбитражный суд города Москвы и Девятый арбитражный апелляционный суд пришли к следующим выводам: «сходство до степени смешения и имитационный характер этикетки ответчика обусловлены в частности: одинаковым композиционным построением этикеток; с использованием белого фона и красных графических элементов, обрамляющих белый фон; использованием черно-белого изображения коровы в полный рост; использованием схожих или одинаковых гарнитур шрифтов черного и красного цвета; близким смысловым значением словесных обозначений «Семейный бюджет» и «Семейный запас». Кроме того, сходство до степени смешения и имитационный характер этикеток усиливаются в результате того, что они используются в

отношении идентичного товара. Учитывая изложенное, общее композиционное построение, которое заключается в сходном расположении и соотношении элементов формирует восприятие указанных произведений как сходных. Кроме того, имеется семантическое и фонетическое сходство словесных обозначений «семейный бюджет» и «семейный запас»;

- спорный товарный знак зарегистрирован в отношении товаров, которые являются идентичными или однородными по отношению к товарам, для которых зарегистрирована серия товарных знаков лица, подавшего возражение. Указанное обстоятельство является фактором, который усиливает степень сходства сравниваемых обозначений;

- сравниваемые товары относятся к товарам повседневного спроса и внимание потребителя в этом случае ослаблено;

- противопоставленные товарные знаки используются длительное время лицензиатом лица, подавшего возражение, а именно АО «Орелпродукт» для индивидуализации выпускаемых им мясных консервов и при этом АО «Орелпродукт» является известным и крупным производителем этого товара, что подтверждается, в частности, данными социологического опроса;

- в состав товарных знаков лица, подавшего возражение, входит не доминирующий охраняемый словесный элемент «Семейный», который содержится и в оспариваемом товарном знаке, что создает в глазах потребителя принадлежность к одной серии товарных знаков «Семейный». Таким образом, оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 706696 недействительным полностью.

В обоснование своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы (их копии):

- судебные акты по делу № А40-103297/21-15-719 [1];

- заключения специалиста-лингвиста Богомаз А.В. № 2021/12 ЗИ от 08.12.2021 [2];

- отчет АО «ВЦИОМ» [3];
- распечатки товарных знаков, зарегистрированных на имя лица, подавшего возражение [4].

На заседании коллегии, состоявшемся 23.06.2022, лицом, подавшим возражение, была представлена распечатка информации из Государственного информационного ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [5].

В адрес правообладателя и его представителя в установленном порядке были направлены уведомления с указанием даты заседания коллегии и предложением предоставить отзыв по мотивам возражения. Правообладатель на заседаниях коллегий, состоявшихся 25.04.2022, 25.05.2022, 23.06.2022 отсутствовал и отзыва не представил.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (09.04.2018) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 44 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, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам. 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. 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. 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 пункте 42 Правил, 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).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на товарные знаки по свидетельствам №404327, №642457, №499547, №642458, №614955, №642459, №642456, сходные, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым товарным знаком. Кроме того, лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак нарушает требования пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в состав противопоставленных товарных знаков входит не доминирующий охраняемый словесный элемент «Семейный», который содержится и в оспариваемом товарном знаке. Изложенное позволяет признать ООО «Главпродукт-патент» заинтересованным в подаче настоящего возражения.

Оспариваемый товарный знак «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 29 класса МКТУ.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 706696 оспаривается лицом, подавшим возражение, в том числе, по основанию, предусмотренному пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

В рамках несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, ему была противопоставлена серия знаков



«семейный бюджет» (1), « (2),



« (3), « (4),



« (5), « (6),



« (7), объединенных словесными элементами «семейный бюджет», выполненных стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана знакам (1-7) предоставлена на имя ООО «Главпродукт-патент» в отношении, в том числе, товаров 29 классов МКТУ. Знак (2) охраняется в белом и коричневом цветовом сочетании, знак (3) – в красном и белом цветовом сочетании, знак (4) – в белом и синем цветовом сочетании, знак (5) – в голубом, синем и белом цветовом сочетании, знак (6) – в белом и темно-красном цветовом сочетании, знак (7) – в красном и желтом цветовом сочетании.

Анализ на тождество и сходство оспариваемого и противопоставленных знаков (1-7) показал следующее.

Словосочетания «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» и «СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ», включенные в состав в оспариваемого и противопоставленных знаков (1-7) и несущие основную индивидуализирующую нагрузку в них, характеризуются тождеством звучания словесного элемента «СЕМЕЙНЫЙ», вместе с тем, следует отметить, что существительные исследуемых знаков («ЗАПАС» и «БЮДЖЕТ»), которые определяют образ всего словосочетания и на которые падает логическое ударение, имеют совершенно различное звучание, обусловленное включением в их состав различного количества и состава букв и звуков. Таким образом, несмотря на некоторую близость звучания сравниваемых словосочетаний, обусловленную включением в их состав словесного элемента «СЕМЕЙНЫЙ», упомянутые обозначения существенно различаются за счет включения в их состав существительных «ЗАПАС» и «БЮДЖЕТ», приносящих совершенно различное звучание сравниваемым словосочетаниям.

В отношении семантического критерия сходства необходимо отметить следующее. Согласно словарям «семейный бюджет» представляет собой устойчивое словосочетание, означающие совокупность доходов и расходов отдельной семьи в единицу времени (месяц, год). Семейный бюджет – это объем и структура фактических доходов и расходов семьи, важная характеристика уровня жизни различных групп семей (см. Социология: в 3-ех томах: словарь по книге. – М. Социологический факультет МГУ им. Ломоносова. В.И. Добренков, А.И. Кравченко. 2003-2004, Демографический энциклопедический словарь. – М.Совесткая энциклопедия. Главный редактор Д.И. Валентей. 1985, см. www.dic.academic.ru).

В словарях не содержится словосочетания «семейный запас», следовательно, его значение определяется семантикой каждого из словесных элементов «семейный» и «запас» в совокупности. Так, согласно словарно-справочным источникам информации (Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992):

«семейный» означает: 1. имеющий семью, 2. предназначенный для семьи, семей;

«запас» означает: 1. то, что запасено, приготовлено, собрано для чего-нибудь (например, запас топлива, продовольственные запасы, неприкосновенный запас); 2. в шитье, одежде: загнутый за шов излишек ткани для возможного припуска (например, рукава с запасом); 3. разряд военнообязанных, прошедших военную службу или освобожденный от нее.

Таким образом, осмысленным вариантом толкования словосочетания «семейный запас» является его значение, связанное с тем, что запасено, приготовлено, собрано для семьи.

Изложенное приводит к выводу о том, что сравниваемые словосочетания «семейный запас» и «семейный бюджет» несут различную семантическую нагрузку, в них заложены разные ассоциации и идеи.

Оспариваемый знак имеет графические отличия от противопоставленных знаков (1-7). Так, в частности, в их состав входят различные словесные элементы «ЗАПАС» и «бюджет», которые имеют различное начертание и визуальную длину. Кроме того, оспариваемый знак выполнен заглавными буквами, тогда как знак (1) – строчными. В оспариваемом знаке слова помещены в одну строку, а в знаках (2-7) в две строк. Отсутствие графического сходства товарного знака по свидетельству №706696 и знаков (2-7) усиливается ввиду их различного цветового оформления, а также наличия графических элементов в составе знаков (2-7).

Резюмирую всю вышеизложенную информацию в совокупности, коллегия приходит к выводу об отсутствии сходства оспариваемого и противопоставленных ему знаков (1-7) в целом.

Товары 29 класса МКУ «мясо, рыба, птица и дичь; мясные экстракты; овощи и фрукты консервированные, сушеные и подвергнутые тепловой обработке; желе, варенье, компоты; яйца, молоко и молочные продукты; масла и жиры пищевые» знаков (1, 3) однородны по отношению к товарам 29 класса МКТУ «бульоны; ветчина; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; желе мясное; жир костный пищевой; жир свиной пищевой; жиры животные пищевые; жиры пищевые;

изделия колбасные; колбаса; колбасные изделия; колбаса кровяная; компоты; консервы мясные; консервы из субпродуктов; консервы мясорастительные; консервы овощные; консервы мясо-овощные; консервы рыбные; концентраты бульонные; муссы мясные; мясные изделия; мясо; мясо консервированное; паштеты; полуфабрикаты мясные; полуфабрикаты мясорастительные; продукты мясные; шпикачки; птица домашняя неживая; сало; сардельки; свинина; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы на мясном бульоне; молоко сгущенное; муссы овощные; муссы рыбные; мякоть фруктовая; овощи консервированные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливки консервированные; паста томатная; паштеты из печени; продукты молочные; продукты пищевые мясные» оспариваемого товарного знака. Указанные видов товаров могут исходить из единого источника происхождения, реализовываться совместно в отношении одного круга потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Кроме того, товары 29 класса МКТУ «бульоны; ветчина; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; желе мясное; жир костный пищевой; жир свиной пищевой; жиры животные пищевые; жиры пищевые; изделия колбасные; колбаса; колбасные изделия; колбаса кровяная; компоты; консервы мясные; консервы из субпродуктов; консервы мясорастительные; консервы овощные; консервы мясо-овощные; консервы рыбные; концентраты бульонные; муссы мясные; мясные изделия; мясо; мясо консервированное; паштеты; полуфабрикаты мясные; полуфабрикаты мясорастительные; продукты мясные; шпикачки; птица домашняя неживая; сало; сардельки; свинина; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы на мясном бульоне; молоко сгущенное; муссы овощные; муссы рыбные; мякоть фруктовая; овощи консервированные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливки консервированные; паста томатная; паштеты из печени; продукты молочные; продукты пищевые мясные» оспариваемого знака однородны по отношению к товарам 29 класса МКТУ «бульоны; ветчина; вещества жировые

для изготовления пищевых жиров; дичь; желе мясное; желе пищевое; жир свиной пищевой; жиры животные пищевые; жиры пищевые; изделия колбасные; колбаса кровяная; консервы мясные; концентраты бульонные; мозг костный пищевой; мясо; мясо консервированное; паштеты из печени; птица домашняя неживая; сало; свинина; смеси жировые для бутербродов; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы; супы овощные; экстракты мясные; консервированный перец; бобы консервированные; бобы соевые консервированные для употребления в пищу; горох консервированный; желе фруктовое; закуски легкие на основе фруктов; капуста квашеная; компоты (десерт из вареных фруктов); консервы овощные; консервы фруктовые; корнишоны; лук консервированный; мармелад, за исключением кондитерских изделий; масла пищевые; масло арахисовое; масло какао; масло кокосовое жидкое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное для кулинарных целей; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядровое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; муссы овощные; мякоть фруктовая; овощи консервированные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливки консервированные; паста томатная; пикули; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; пюре клюквенное; пюре яблочное; салаты овощные; салаты фруктовые; фрукты консервированные; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; цедра фруктовая; чеснок консервированный; молоко; молоко сгущенное; молоко с повышенным содержанием белка; икра; икра рыб обработанная; консервы рыбные; муссы рыбные; печень; продукты пищевые рыбные; рыба консервированная; рыба соленая» знаков (2, 4-7). Однородность данных товаров обусловлена отнесением их к одним родовым группам – супы и бульоны, а также составы для их приготовления, ассортимент мясных продуктов, масла и жиры пищевые, колбасы и изделия колбасные, продукты готовые из фруктов, продукты консервированные из овощей, продукты рыбные, мясные изделия, мясо, субпродукты и изделия из субпродуктов, птица, ассортимент молочных продуктов, блюда готовые из овощей, продукты готовые из фруктов, овощи, обработанные термически, оливки консервированные,

продукты готовые пастообразные, ассортимент молочных продуктов. Сравнимые товары могут быть произведены одним лицом и иметь одинаковые каналы реализации.

В отношении анализа однородности товаров, для которых оспаривается предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №706696 и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (1-7), коллегия учитывала, что вероятность смешения оспариваемого и противопоставленного знаков (1-7) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров. При этом, смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена однородность сравниваемых товаров 29 класса МКТУ, а также отсутствие сходства сравниваемых обозначений, что исключает вероятность смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте. Наличие серии знаков (1-7) лица, подавшего возражение, а также значительные объемы продаж товаров под противопоставленными знаками (1-7) [5] не опровергают отсутствие их сходства с оспариваемым знаком.

Лицом, подавшим возражение, в рамках доказывания сходства сравниваемых знаков представлено лингвистическое заключение [2]. Вместе с тем, оно отражает частное мнение специалиста, а значение для дела в данном случае может иметь мнение рядовых потребителей соответствующих товаров 29 класса МКТУ, которые в общем случае не являются филологами и лингвистами.

В отношении представленного опроса ВЦИОМ [3] необходимо следующее. Указанный опрос был проведен 10-14 декабря 2021 года с целью определения мнения респондентов относительно сходства / различия упаковки мясных консервов «Семейный бюджет», маркированной товарным знаком по свидетельству №404327,

и упаковки мясных консервов «Семейный запас», маркированной товарным знаком по свидетельству №706696, а также о возможности введения потребителей в заблуждение относительно их производителей. Результаты опроса, касающиеся сходства этикеток, на которые, в том числе, нанесены оспариваемый и противопоставленный знак (1), не относятся к существу рассматриваемого возражения. Вместе с тем, опрос содержит и раздел, касающийся оценки потребителями сходства товарных знаков по свидетельствам №404327 и №706686. Так, в частности, на странице 12 заключения приведены результаты ответа на вопрос «прочитайте, пожалуйста, данные обозначения («СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» и «семейный бюджет»). Как Вы считаете, данные обозначения схожи или не схожи между собой по звучанию?», при этом 52% опрошенных респондентов склоняются к мнению об отсутствии их фонетического сходства, обратного мнения придерживаются лишь 45% респондентов. Согласно странице 12 заключения преимущественное большинство опрошенных (51%) делают вывод об отсутствии визуального сходства оспариваемого и противопоставленного знака (1), об обратном говорят лишь 46% опрошенных. На странице 13 заключения отражается мнение об общем сходстве / различии товарных знаков «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» и «СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ», где большая часть опрошенных (56%) пришла к мнению о том, что они «скорее различны, несмотря на отдельные сходства». На странице 14 опроса приводятся результаты ответа на вопрос «Как Вы считаете, мясные консервы под данными обозначениями выпускаются одной компанией или разными компаниями?», где большинство ответивших (40%) полагают, что товары, производимые под сравниваемыми знаками, выпускаются различными компаниями), меньшая часть опрошенных (35%) считает, что сравниваемые товары исходят из единого источника происхождения. Таким образом, результаты данного опроса являются противоречивыми и не могут однозначно свидетельствовать о сходстве оспариваемого и противопоставленного знака (1), так, в частности, большая часть опрошенных полагает, что товарные знаки «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС» и «Семейный бюджет» не сходны по семантике, фонетике и графике, а товары, маркированные сравниваемыми знаками, производятся различными лицами.

Лицо, подавшее возражение, ссылается также на судебные споры, а именно на Решение Арбитражного суда города Москвы по делу №А40-103297/21-15-719 от 28.10.2021 (далее – Решение Суда), Постановление Девятого Арбитражного апелляционного суда по делу №А40-103297/21 от 26.01.2022 (далее – Постановление Суда), а также на Постановление Суда по интеллектуальным правам №А40-103297/21 от 06.06.2022. Так, Арбитражный суд города Москвы, а также Девятый Арбитражный апелляционный суд пришли к выводу «о близком смысловом значении словесных обозначений «Семейный бюджет» и «Семейный запас». На странице 5 Решения Суда указано: «кроме того, имеется семантическое и фонетическое сходство словесных обозначений «семейный запас» и «семейный бюджет». Вместе с тем, в рамках рассмотрения вышеуказанных споров оценивалось нарушение исключительных прав лицензиата лица, подавшего возражение (АО «Орелпродукт»), на объект авторского права (произведений) – дизайн лицевой части этикетки для банки с тушеным мясом путем размещения на идентичной продукции производного произведения созданного без разрешения правообладателя, а также осуществление недобросовестной конкуренции путем совершения хозяйствующим субъектом действий, способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта – конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом – конкурентов в гражданский оборот Российской Федерации. Таким образом, оценке подлежали иные фактические обстоятельства, не имеющие отношения к вопросу о сходстве сравниваемых знаков. На странице 3 решения Суда указано: «в рамках настоящего дела заявлено требование о защите права на произведения – дизайна лицевой части этикетки для банки с тушеной говядиной, а не исключительного права на товарный знак». В Постановлении Суда (стр. 7) указано также: «Судебный акт не содержит запрета ООО «Уральская Агропромышленная группа» использовать принадлежащий ему товарный знак в том виде, как он зарегистрирован, в составе иных этикеток, которые не нарушают чужих исключительных прав на произведения». В связи с изложенным, приведенные решения и постановления судов также не свидетельствует о сходстве оспариваемого и противопоставленных в возражении товарных знаков (1-7).

Товарный знак по свидетельству №706696 оспаривается в связи с его несоответствием требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего лицо, подавшее возражение, ссылается на наличие исключительных прав на противопоставленные товарные знаки (1-7), зарегистрированные в отношении, в том числе, товаров 29 класса МКТУ.

Выше была установлена однородность товаров 29 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленных знаков (1-2).

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). В рассматриваемом случае противопоставленные знаки (1-7), включающие словесные элементы «семейный бюджет», не являются элементами оспариваемого товарного знака «СЕМЕЙНЫЙ ЗАПАС», в связи с чем положения данной нормы не применимы.

Корреспонденцией от 06.07.2022 от представителя ООО «Главпродукт - патент» поступило особое мнение, которое повторяет доводы, изложенные в возражении. Оценка указанным доводам была дана выше по тексту заключения, в связи с чем они не требуют дополнительного анализа.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.02.2022, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №706696.