

Монастырское

- « **печенье** » по свидетельству №417395 [2] с приоритетом от 30.09.2008, зарегистрированным на имя ООО «ЮрТрейд», Москва;



- « **МОНАСТЫРСКАЯ ТРАПЕЗА** » по свидетельству №383378 [3] с приоритетом от 09.04.2007,



« **МОНАСТЫРСКАЯ ТРАПЕЗА – ДУШЕВНОЕ ЗАСТОЛЬЕ!** » по свидетельству №373183 [4] с приоритетом от 08.11.2007, «МОНАСТЫРСКАЯ ТРАПЕЗА – ДУШЕВНОЕ ЗАСТОЛЬЕ!» по свидетельству №388778 [5] с приоритетом 08.11.2007, зарегистрированными на имя компании АЛЬФА ПРОДАКШНЗ, ЛТД., Британские Виргинские острова;

МОНАСТЫРСКОЕ



- « **МОНАСТЫРСКОЕ** » по свидетельству №221565 [6] с приоритетом от 06.10.2000, зарегистрированным на имя ООО «Евростиль», Санкт-Петербург;

- «МОНАСТЫРСКИЙ ЧАЙ» по свидетельству №164005 [7] с приоритетом 15.10.1996, зарегистрированным на имя компании Рихард Биттнер АГ, Австрия.

В возражении, поступившем 02.02.2018, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы к следующему:

**Монастырский
для трапезы**

- заявленное обозначение « **МОНАСТЫРСКИЙ ЧАЙ** » и противопоставленные **Монастырское** товарные знаки «МОНАСТЫРСКИЙ» [1], « **печенье** » [2], «МОНАСТЫРСКИЙ ЧАЙ» [7] различаются фонетически и графически, поскольку состоят из различной совокупности слов;

- заявленное обозначение отличается от противопоставленных товарных знаков по смыслу ввиду наличия конкретизации – «для трапезы», при этом логическое ударение усиливается именно на данном слове;

- товарные знаки [3-5] прекратили своё действие, в связи с чем не могут служить препятствием для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента зарегистрировать товарный знак по заявке №2016704230 в отношении товаров 30 класса МКТУ, указанных в перечне.

Изучив материалы дела и заслушав доводы участников рассмотрения возражения, коллегия находит доводы заявителя неубедительными.

С учетом даты подачи 15.02.2016 заявки №2016704230 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 июля 2015 г. N 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 27.08.2015 за №38572 (далее - Правила).

В соответствии с 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.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 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.

«МОНАСТЫРСКОЕ», выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита синего цвета.

Основную индивидуализирующую функцию в товарном знаке [6] выполняет слово «МОНАСТЫРСКОЕ», поскольку в комбинированных обозначениях, состоящих из изобразительных и словесных элементов, внимание потребителя, как правило, в большей степени акцентируется на словесных элементах.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что они включают тождественный по звучанию словесный элемент «МОНАСТЫРСКИЙ», либо фонетически сходные словесные элементы «МОНАСТЫРСКИЙ»/«МОНАСТЫРСКОЕ» (совпадает состав большинства звуков (10 из 12) и их расположение).

Кроме того, словесные элементы «МОНАСТЫРСКИЙ»/«МОНАСТЫРСКОЕ» формируют сходные смысловые ассоциации сравниваемых обозначений.

Монастырское

Так, в товарных знаках « **печенье** » [2] и «МОНАСТЫРСКИЙ ЧАЙ» [7] словесный элемент «МОНАСТЫРСКИЙ» является определением товаров печенье и чай, соответственно. При этом необходимо отметить, что именно словесный элемент «Монастырский» выполняет основную индивидуализирующую функцию, поскольку словесные элементы «печенье» и «чай», как указывающие на вид определенных товаров, являются неохранными элементами товарных знаков [2], [7].

Монастырский для трапезы

Что касается заявленного обозначения « **МОНАСТЫРСКОЕ** » и товарных знаков «МОНАСТЫРСКИЙ» [1], «  » [6], то их словесные элементы

«МОНАСТЫРСКИЙ»/«МОНАСТЫРСКОЕ» также воспринимаются в качестве определения к самим товарам, представленным в их перечнях.

Необходимо отметить, что в заявленном обозначении наличие слов «ДЛЯ ТРАПЕЗЫ» («трапеза» - 1. Общий стол для приема пищи в монастыре; 2. Прием пищи, еда в монастыре, см. Толковый словарь русского языка, С.И. Ожегов, Н.Ю.Шведова, Москва, «АЗЪ», 1993, с.837), усугубляет восприятие словесного элемента «МОНАСТЫРСКИЙ» в качестве определения продукта питания или напитка, предназначенного для приема пищи в монастыре.

В то же время слово «МОНАСТЫРСКИЙ», с которого начинается восприятие заявленного обозначения потребителем, воспринимается как самостоятельный индивидуализирующий элемент, поскольку не имеет грамматической связи со словами «ДЛЯ ТРАПЕЗЫ» и размещено на отдельной строке.

Стандартное шрифтовое исполнение и использование букв одинакового алфавита (русского) свидетельствует о графическом сходстве заявленного обозначения и товарных знаков [1], [2], [7].

Таким образом, ввиду присутствия в заявленном обозначении и противопоставленных товарных знаках фонетически тождественных/сходных словесных элементов «МОНАСТЫРСКИЙ»/«МОНАСТЫРСКОЕ», за счет которых обозначения приобретают сходную семантическую окраску, а также наличия графического сходства заявленного обозначения и товарных знаков [1], [2], [7], сравниваемые обозначения были признаны сходными в целом, несмотря на имеющиеся различия.

Заявитель в своем возражении не оспаривает однородность товаров 30 класса МКТУ «кофе, чай, какао, сахар, рис, тапиока (маниока), саго, заменители кофе; мука и зерновые продукты, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, мороженое; мед, сироп из патоки; дрожжи, пекарные порошки; соль, горчица; уксус, приправы; пряности; пищевой лед, напитки чайные, напитки кофейные, муссы медовые, суфле медовые», в отношении которых

испрашивается правовая охрана заявленного обозначения, и товаров 30 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки [1], [2], [6], [7].

Сопоставляемые товары являются однородными, поскольку частично совпадают, либо соотносятся друг с другом как вид/род, имеют одинаковое назначение, круг потребителей и места реализации (в сопоставляемых перечнях представлены как родовые, так и видовые позиции товаров, относящихся к чайным и кофейным напиткам, хлебобулочным и кондитерским изделиям, продукции мукомольно-крупяной, приправам, пряностям, специям, вспомогательным пищевым продуктам).

При маркировке однородных товаров сходными обозначениями существует возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю, что усугубляется отнесением сопоставляемых товаров 30 класса МКТУ к категории товаров широкого потребления.

Таким образом, заявленное обозначение в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени с товарными знаками [1], [2], [6], [7], зарегистрированными в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.02.2018, оставить в силе решение Роспатента от 29.09.2017.