

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 №4520, рассмотрела возражение от 30.01.2008, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Интел», Москва (далее – заявитель), на решение экспертизы об отказе в регистрации товарного знака по заявке №2006701075/50, при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению по указанной заявке в качестве товарного знака с приоритетом от 24.01.2006 испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, приведенных в заявке.

На регистрацию заявлено словесное обозначение «ASIHARA», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Федеральным институтом промышленной собственности 22.11.2007 принято решение об отказе в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, мотивированное его несоответствием требованиям пункта 3 статьи 6 Закона Российской Федерации от 23.09.1992 №3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 №166-ФЗ (далее – Закон).

Данное решение обосновано тем, что заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товаров, поскольку, согласно сведениям с Интернет-сайта «<http://www.tolks.ru>», словосочетание «Асихара-но Накацукуни» в японском языке означает «тростниковая равнина – срединная страна» и является мифическим самоназванием Японии.

В Палату по патентным спорам поступило возражение от 30.01.2008, в котором заявитель выражает несогласие с решением экспертизы от 22.11.2007.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- 1) слово «ASIHARA» не содержится ни в одном языке мира, то есть является фантазийным;
- 2) словосочетание «Асихара-но Накацукуни» относится к мифологии и поэтической литературе древней Японии и является малоизвестным российскому потребителю;
- 3) заявленное обозначение индивидуализирует товары заявителя, который производит продукцию под своим обозначением «ASIHARA», заказывая ее производство у японской компании «Чойя Умешу» на основании договора заказа, заключенного с представительством данной компании, находящимся в Германии, – «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ».

С учетом изложенных доводов заявитель выразил просьбу отменить решение экспертизы и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех товаров, приведенных в заявке.

К возражению приложены копии следующих документов:

- Письмо компании «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ» – на 1 л., в 2 экз. [1];
- Договор заказа на производство продукции – на 4 л., в 2 экз. [2];
- Изображения винных этикеток и контрэтикеток – на 6 л., в 2 экз. [3].

Корреспонденцией от 03.07.2008 представлено письмо компании «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ» с его переводом на русский язык – на 2 л., в 2 экз. [4].

На заседании коллегии Палаты по патентным спорам, состоявшемся 24.04.2009, представлены копии следующих документов:

- Письмо компании «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ» с его переводом на русский язык – на 2 л. [5];

- Распечатки результатов поиска товарных знаков – на 2 л. [6].

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

С учетом даты подачи заявки (24.01.2006) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, рег. №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее – Правила).

В соответствии с абзацами 1 и 2 пункта 3 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков 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.

Заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «ASIHARA», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ.

Информация сети Интернет («<http://www.tolks.ru>»), на которую дана ссылка в решении экспертизы, указывает на то, что словосочетание «Асихара-но Накацукуни» в японском языке означает «тростниковая равнина – срединная страна» и «мир, населенный людьми», а также является мифическим самоназванием Японии.

Приведенные смысловые значения («тростниковая равнина – срединная страна» и «мир, населенный людьми») относятся к словосочетанию

«Асихара-но Накацукуни» в целом и не содержат в себе прямого указания на Японию. Вместе с тем, информация о том, что словосочетание «Асихара-но Накацукуни» является мифическим самоназванием Японии, относит его к древнеяпонской мифологии. Однако, вероятность того, что средний российский потребитель знаком со словосочетанием «Асихара-но Накацукуни», крайне мала, что обуславливает вывод о том, что оно не известно российскому потребителю.

Кроме того, данное словосочетание в указанной ссылке приведено буквами русского алфавита, и рассматриваемая информация не содержит сведений о его написании (транслитерации) в латинице.

Установлено, что заявленное словесное обозначение «ASIHARA» не обладает семантикой, то есть является фантазийным. Его транслитерация буквами русского алфавита – «АСИХАРА» – также не содержится в словарях и, следовательно, представляет собой фантазийное слово.

Таким образом, отсутствуют основания полагать, что заявленное обозначение «ASIHARA» способно породить у российского потребителя прямые ассоциации с указанием на то или иное место происхождения товаров. Фантазийный характер заявленного обозначения обуславливает то, что оно может вызывать в сознании различные образно-смысловые ассоциации, требующие дополнительных рассуждений и домысливания.

Следовательно, вывод экспертизы о том, что заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товаров, следует признать необоснованным.

Кроме того, материалы [1 – 5] указывают на то, что вина под обозначением «ASIHARA» изготавливаются по заказу заявителя и исключительно для него компанией «Чойя Умешу» (Осака, Япония) на основании договора заказа, заключенного с представительством данной компании, находящимся в Германии, – «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ».

Так, договором заказа [2] определено, что компания «Чойя Умешу (Дойчланд) ГмбХ» (исполнитель) осуществляет производство алкогольной продукции, маркированной обозначением «ASIHARA», принадлежащим заявителю, эксклюзивно для заявителя (заказчика). Положениями пунктов 2.1 и 3.3 договора [2] право на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака на территории Российской Федерации определено сторонами договора за заявителем.

Указанное подтверждается также письмами [1], [4], [5].

Контрэтикетки [3] содержат в себе сведения о производителе виноматериала – японской компании «Чойя Умешу».

Распечатки результатов поиска товарных знаков со словесным элементом «ASIHARA» [6] показывают, что данный поиск, проведенный в том числе в базе товарных знаков Японии, не выявил наличия таких знаков.

Ввиду вышеизложенного, коллегия Палаты по патентным спорам не имеет оснований для признания заявленного обозначения способным ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя и места происхождения товаров.

Указанное обуславливает вывод об отсутствии оснований для признания заявленного обозначения несоответствующим требованиям пункта 3 статьи 6 Закона.

Учитывая изложенное, Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить возражение от 30.01.2008, отменить решение экспертизы от 22.11.2007 и зарегистрировать обозначение «ASIHARA» по заявке №2006701075/50 в качестве товарного знака в отношении следующего перечня товаров:

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

(511)

- 32 – аперитивы безалкогольные; коктейли безалкогольные; напитки безалкогольные.
- 33 – алкогольные напитки (за исключением пива); аперитивы; арак; бренди; вина; виски; водка; джин; коктейли; ликеры; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напиток медовый; настойка мятная; ром; сакэ.

Приложение: сведения об уплате пошлины за регистрацию товарного знака на 1 л. в 1 экз.