

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 29.11.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Хаматвалиевым Маратом Рашидовичем, Республика Татарстан, г. Чистополь (далее – заявитель), на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023763682, при этом установила следующее.

AllureCare



Обозначение «  » по заявке № 2023763682, поданной 14.07.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 09.08.2024 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части товаров 03 класса МКТУ: «препараты для отбеливания и вещества прочие для стирки». Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении части товаров 03 класса МКТУ и всех услуг 35 класса

МКТУ по причине его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку оно сходно до степени смешения с:



- серией товарных знаков, включающих элемент «ALLURE» («
(1), св-во №575468 с приоритетом от 21.11.2014; «ALLURE» (2), св-во №543889 с приоритетом от 19.12.11; «ALLURE THE BEAUTY EXPERT» (3), св-во №502491 с приоритетом от 22.02.2012; «ALLURE» (4) св-во №501581 с приоритетом от 19.12.2011), зарегистрированных на имя Эдванс Мэгэзин Паблицез Инк., Уан Уорлд Трэйд Сентер, Нью-Йорк, Н.-Й., 10007, Соединенные Штаты Америки, в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 03,35 классов МКТУ;

- серией товарных знаков, включающих элементы «ALLURE», «АЛЛЮР» «ROUGE ALLURE VELVET» (5) св-во №777966 с приоритетом от 21.04.2020; «ROUGE ALLURE LAQUE» (6) св-во №778809 с приоритетом от 12.03.2020; «ROUGE ALLURE INK FUSION» (7) св-во №819427 с приоритетом от 03.10.2019; «ROUGE ALLURE INK» (8) св-во №586052 с приоритетом от 21.07.2015; «АЛЛЮР» (9), св-во №421500 с приоритетом от 24.02.2010), зарегистрированных на имя Шанель САРЛ, Ке дю Женераль-Гиса 24, 1204 Женева, Швейцария, в отношении товаров 03 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 03 класса МКТУ;

- товарными знаками, включающими элемент «ALLURE» («NOIR ALLURE» (10) м.р. №1601999 с приоритетом от 21.12.2020; «ALLURE» (11) м.р. №611083 с приоритетом от 30.06.1993), зарегистрированными на имя Шанель САРЛ, Ке дю Женераль-Гиса 24, 1204 Женева, Швейцария (Chanel SARL, Quai du General-Guisan 24 CH-1204 Geneve), в отношении товаров 03 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «АллурПарфюм» (12) (св-во № 0703511 с приоритетом от 29.03.2018), зарегистрированным на имя Токтарова Станислава Валентиновича, 143980, Московская область, г.Балашиха, мкр.Железнодорожный, ул.Октябрьская, 19, кв.66, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В поступившем 29.11.2024 возражении заявитель не согласился с решением Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение «AllureCare» не сходно до степени смешения с серией товарных знаков «ALLURE» и «АЛЛЮР» (1-4), так как его написание производится слитно, имеются отличия в написании шрифтов, эмблемы, цветовой гаммы, типом и способом нанесения на этикетку;

- целью регистрации товарного знака «AllureCare» не является введение потребителей в заблуждение, так как отображение эмблемы и написание слова «AllureCare» отличается от словесных элементов «ALLURE» и «АЛЛЮР» противопоставленных товарных знаков;

- обозначение «AllureCare» не сходно до степени смешения с товарным знаком «АллурПарфюм» (12), поскольку не предполагает русскоязычного использования;

- претензий со стороны противопоставленного товарного знака «АллурПарфюм» (12) к заявителю обозначения «AllureCare» не подавалось;

- словесный элемент «ALLURE» противопоставленных товарных знаков (10-11) в переводе с французского языка на русский язык означает «походка, привлекательность, шарм», в то время как заявленное обозначение «AllureCare» имеет перевод «превосходный уход»;

- наличие зарегистрированных товарных знаков со словесными элементами «ALLURE», «АЛЛЮР», «АллурПарфюм» в одной категории МКТУ не препятствует регистрации товарного знака «AllureCare» по смыслу статьи 1483 Кодекса;

- таким образом, сравниваемые обозначения не сходны до степени смешения по фонетическому, семантическому и графическому признакам;

- товарный знак «ALLURE» не используется компанией Шанель в качестве самостоятельного товарного знака, на всех этикетках «ALLURE» пишется в дополнении к основному названию «CHANEL»;

- компания «Chanel SARL» неправомерно зарегистрировала товарный знак «ALLURE Homme Sport», хотя у заявителя имеется обозначение «AllureCare» с приоритетом 14.07.2023;

- заявителем не оспаривается отказ в регистрации заявленного обозначения по 35 классу МКТУ.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 09.08.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров 03 класса МКТУ.

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

С учетом даты подачи заявки (14.07.2023) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (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 положениями пункта 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 настоящих 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, а именно 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).

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение

AllureCare



« », включающее словесный элемент «AllureCare», выполненный буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом желтого цвета. Чуть ниже указанного словесного элемента расположены изобразительные элементы в виде круга с оригинальным орнаментом, внутри которого расположено стилизованное изображение в виде дерева, а также словесный элемент «AllureCare». Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается заявителем в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №575468 (1) является



комбинированным « », содержащий в своем составе изобразительный элемент в виде круглой печати / пломбирного знака, в центре которого располагаются словесные элементы «allure THE BEAUTY EXPERT». По кругу

расположена надпись «READERS' CHOICE AWARD WINNER», визуально разделенная двумя звездочками. Словосочетания выполнены стандартным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака представлена в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки «Allure» (2), «ALLURE THE BEAUTY EXPERT» (3), «ALLURE», (4), «ROUGE ALLURE VELVET» (5), «ROUGE ALLUR LAQUE» (6), «ROUGE ALLUR INK FUSION» (7), «ROUGE ALLUR INK» (8), «АЛЛЮР» (9), «NOIR ALLURE» (10), «ALLURE» (11), «АллюрПарфюм» (12) выполнены заглавными и строчными буквами латинского и русского алфавитов стандартным шрифтом. Правовая охрана товарным знакам предоставлена, в том числе в отношении товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ.

AllureCare



Коллегия указывает, что в заявленном обозначении «» индивидуализирующим элементом, обращающим на себя внимание потребителей, является словесный элемент «AllureCare», поскольку он повторяется двукратно в обозначении и на него обращает внимание в первую очередь потребитель, он легче запоминается при восприятии обозначения в целом, и он позволяет индивидуализировать товары и услуги конкретного лица.

В противопоставляемых товарных знаках (1-12) основную индивидуализирующую функцию выполняют словесные элементы «ALLURE», «allure», «АЛЛЮР», «Аллюр». Следует указать, что словесные элементы «АЛЛЮР», «Аллюр» являются транслитерацией буквами русского алфавита английского слова «ALLURE».

Анализ заявленного обозначения, содержащего обозначение «AllureCare», и противопоставленных товарных знаков (1-12), включающих элементы «ALLURE», «allure», «АЛЛЮР», «Аллюр», показал следующее.

Сравниваемые словесные элементы сопоставляемых обозначений являются сходными, так как наблюдается полное фонетическое вхождение указанных

словесных элементов противопоставленных обозначений (1-12) в состав словесного элемента «AllureCare» заявленного обозначения. При этом в рассматриваемом обозначении слово «Allure» находится в начальной позиции, с которой начинается прочтение всего обозначения в целом. Оно отделено от слова «Care» графически и на нем акцентируется внимание потребителя в первую очередь. С учетом сказанного, наблюдается высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1-12).

По семантическому признаку сходства заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки (1-12) близки за счет присутствия в них сходных словесных элементов «ALLURE», «allure», «АЛЛЮР», «Аллюр», имеющих одинаковую семантику. Слово «АЛЛЮР» - (франц. allure, от aller идти) ход, побежка, вообще движение лошади: шаг, рысь, галоп, карьер (см. https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/3438/АЛЛЮР). В этой связи имеет место подобие заложенных в обозначениях понятий и идей, что приводит к выводу о семантическом сходстве сопоставляемых обозначений.

Визуально заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки (1-8, 10, 11) являются сходными, поскольку выполнены буквами одного алфавита (латинского). Следует отметить, что поскольку противопоставленные товарные знаки (2-12) являются словесными, выполнены стандартным шрифтом без каких-либо графических проработок, то графический фактор сходства, в данном случае, носит второстепенный характер.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки (1-12) являются сходными, ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на некоторые отличия.

Поскольку правовая охрана заявленному обозначению, согласно возражению, испрашивается заявителем только в отношении товаров 03 класса МКТУ, то товарные знаки (1-4), противопоставленные в части услуг 35 класса МКТУ, могут быть сняты в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Сопоставительный анализ однородности товаров 03 класса МКТУ «продукты косметические и туалетные немедицинские; средства для чистки зубов

немедицинские; продукты парфюмерные, масла эфирные; препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; шампуни, гели для душа, чистящие средства», в отношении которых экспертизой было отказано в регистрации заявленного обозначения по заявке №2023763682 и товаров 03 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (1, 5-11) показал, что они являются однородными, поскольку объединены родовыми понятиями: «косметические, парфюмерные, туалетные препараты, средства для чистки, полировки и абразивной обработки», следовательно, они соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, условия реализации и круг потребителей.

Коллегия также установила, что услуги 35 класса МКТУ «услуги розничной продажи парфюмерных изделий» противопоставленного товарного знака (12) являются сопутствующими товарам 03 класса МКТУ «продукты парфюмерные, масла эфирные» заявленного обозначения, в силу чего признаются однородными.

Следует указать, что однородность сравниваемых товаров и услуг в возражении не оспаривается.

В отношении анализа однородности товаров, для которых испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности этих товаров. При этом, смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) услуг 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 данном случае коллегией установлено фонетическое и семантическое сходство сравниваемых обозначений и высокая степень однородности товаров 03

класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения.

При этом для установления нарушения достаточно опасности, а не реального смешения противопоставленных товарных знаков и заявленного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. В связи с этим вывод о сходстве сравниваемых обозначений и об однородности вышеуказанных товаров является достаточным основанием для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.11.2024, оставить в силе решение Роспатента от 09.08.2024.