

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 17.06.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Институт фармацевтических реактивов РЕФАРМ», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022777502, при этом установила следующее.

К СЧАСТЬЮ


Словесное обозначение «PAR CHANCE» по заявке №2022777502 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 31.10.2022 на имя заявителя для индивидуализации товаров 03, 05 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 15.02.2024 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03, 05 классов МКТУ. Основанием для принятия решения Роспатента явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 2 пункта статьи 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, являющемся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- с серией товарных знаков со словесным элементом «ШАНС», CHANCE», а именно, «**ШАНС**» [1] (свидетельство №427019 с приоритетом от 24.02.2010, срок действия регистрации продлен до 24.02.2030), «**CHANCE**» [2] (международная регистрация №735313 с приоритетом от 08.02.2000, срок действия регистрации продлен до 29.05.2030), «**TAKE YOUR CHANCE**» [3] (международная регистрация №1288547 с приоритетом от 10.07.2015), «**CHANCE CHANEL THREE MOODS**» [4] (международная регистрация №1336549 с приоритетом от 14.06.2016), зарегистрированных в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ на имя компании Шанель САРЛ, Ке дю Женераль-Гиса 24, 1204 Женева, Швейцария;

- с серией товарных знаков со словесным элементом «СЧАСТЬЕ», а именно: «**СЧАСТЬЕ**» [5] (свидетельство №932942 с приоритетом от 13.07.2021),
СЧАСТЬЕ
«**LE BONHEUR**» [6] (свидетельство №859026 с приоритетом от 22.6.2018),
«**СЧАСТЬЕ**» [7] (свидетельство №859025 с приоритетом от 26.10.2017),
«**СЧАСТЬЕ - это...**» [8] (свидетельство №859024 с приоритетом от 11.02.2013, срок действия регистрации продлен до 11.02.2033), «*Счастье*» [9] (свидетельство №554068 с приоритетом от 10.11.2010, срок действия регистрации

продлен до 10.11.2020), « **СЧАСТЬЕ** » [10] (свидетельство №554067 с приоритетом от 07.04.2008, срок действия регистрации продлен до 07.04.2028), «*СЧАСТЬЕ*» [11] (свидетельство №554066 с приоритетом от 23.09.1997, срок действия регистрации продлен о 23.09.2027), зарегистрированных в отношении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Бонер», 191144, Санкт-Петербург, ул. Новгородская, д. 12, лит. Б, пом. 10-н, оф. 1001;

- с товарными знаками со словесным элементом «СЧАСТЬЕ», а именно:
СЧАСТЬЕ
«**LE BONHEUR**» [12] (свидетельство №749776 с приоритетом от 22.06.2018),
«**СЧАСТЬЕ**» [13] (свидетельство №719440 с приоритетом от 26.10.2017), зарегистрированными в отношении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ на

имя Общества с ограниченной ответственностью «Торговый дом «МИР-2000», 109428, Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Рязанский, Рязанский пр-кт, д.10, стр.2, этаж 3, ком.15, помещение V.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента от 15.02.2024, указав на наличие разного смыслового значения между заявленным обозначением, представляющим собой устойчивое словосочетание «К СЧАСТЬЮ», которое не является по смыслу «ШАНСОМ» или «СЧАСТЬЕМ», семантика чего заложена в противопоставленные товарные знаки.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 15.02.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022777502 для всех заявленных товаров 03, 05 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает приведенные в возражении доводы неубедительными.

С учетом даты (31.10.2022) поступления заявки №2022777502 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 требованиями подпункта 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех

элементах. 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 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными 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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, 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).

К СЧАСТЬЮ

Заявленное обозначение «PAR CHANCE» по заявке №2022777502 с приоритетом от 31.10.2022 является словесным, включает в свой состав словесные элементы, выполненные стандартным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавитов. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для широкого перечня товаров 03, 05 классов МКТУ.

Отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022777502 обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса ввиду наличия противопоставленных товарных знаков с более ранним приоритетом, принадлежащих иным лицам и зарегистрированных в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ: «**ШАНС**» [1] по свидетельству №427019, «**CHANCE**» [2] по международной регистрации №735313, «**TAKE YOUR CHANCE**» [3] по международной регистрации №1288547, «**CHANCE CHANEL THREE MOODS**» [4] по международной регистрации №1336549, «**СЧАСТЬЕ**» [5]

СЧАСТЬЕ

по свидетельству №932942, «**LE BONHEUR**» [6] по свидетельству №859026, «**СЧАСТЬЕ**» [7] по свидетельству №859025, «**СЧАСТЬЕ - это...**» [8] по свидетельству №859024, «*Счастье*» [9] по свидетельству №554068,



«СЧАСТЬЕ» [10] по свидетельству №554067, «СЧАСТЬЕ» [11] по свидетельству №554066, «LE BONHEUR» [12] по свидетельству №749776, «СЧАСТЬЕ» [13] по свидетельству №719440.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. 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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного

знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая, в том числе, от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

Заявителем не оспаривается высокая степень однородности товаров 03, 05 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [13], обусловленная отнесением их к одним и тем же родовым категориям, а именно к косметической продукции и средствам бытового назначения таким как препараты для стирки, чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки, к средствам фармацевтики, ветеринарным препаратам, диетическим и гигиеническим препаратам, детскому питанию, препаратам для уничтожения вредоносных организмов, что определяет одинаковое назначение товаров, круг потребителей, способы реализации.

В свою очередь сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

К СЧАСТЬЮ

Так, заявленное обозначение «PAR CHANCE» состоит из расположенных на двух строках словесных частей «К СЧАСТЬЮ» и «PAR CHANCE», образованных лексическими единицами русского и французского языков – предлогами «к» / «par» и существительными «счастье» / «chance» с одинаковой семантикой, где предлог обозначает направленность действия, движения в сторону какого-нибудь предмета, как предела, цели¹, а слово «счастье» трактуется как: 1. чувство и состояние полного, высшего удовлетворения (*счастье созидания; стремление к счастью; семейное счастье*); 2. успех, удача (*во всём счастье кому-нибудь; не бывает бы счастья, да несчастье помогло*)².

Таким образом, заявленное обозначение включает два семантически идентичных выражения на русском и французском языке – «К СЧАСТЬЮ» и «PAR CHANCE» (с учетом правил французской фонетики произносится как [пар шанс]). При этом словесный элемент «СЧАСТЬЮ» / «CHANCE» доминирует в составе

¹ Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/828710?ysclid=m1ughex8cr874940235>.

² Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/237646>.

указанных выражений и определяет семантику заявленного обозначения в целом. Следует отметить, что в Толковом словаре Ожегова значение словосочетания «к счастью³» определяется как удовлетворение по поводу чего-нибудь, т.е. слово «счастье» используется в первом своем словарном значении, следовательно, это словосочетание в целом не является идиоматическим выражением, значение которого не складывается из значений составляющих его слов.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки «ШАНС» [1], «CHANCE» [2], «TAKE YOUR CHANCE» [3], «CHANCE CHANEL THREE
СЧАСТЬЕ
MOODS» [4], «СЧАСТЬЕ» [5], «LE BONHEUR» [6], «СЧАСТЬЕ» [7],
«СЧАСТЬЕ - это...» [8], «Счастье» [9], «СЧАСТЬЕ» [10],



СЧАСТЬЕ
«СЧАСТЬЕ» [11], «LE BONHEUR» [12], «СЧАСТЬЕ» [13] сериями товарных знаков разных лиц, в основу которых положены такие серияобразующие словесные элементы как «chance», «счастье». При этом серия знаков [1] – [4], принадлежащая компании Шанель САРЛ, включает элемент «chance», который, с одной стороны, фонетически воспроизводит слово французского языка в значении «удача, счастье», которое произносится как [шанс], с другой стороны, может быть воспринято как английское слово «chance» (произносится как [чанс]) в значении «шанс» как вероятности возможности осуществления чего-нибудь⁴. Вместе с тем, в случае восприятия обозначения «chance» в противопоставленных товарных знаках [1] – [4] в качестве слова французского происхождения, оно вызывает представление о «счастье», т.е. употребляется в том же значении и звучании, что и в составе заявленного обозначения.

В этой связи сходство заявленного обозначения, выполненного в стандартной графической манере, и противопоставленных товарных знаков [1] – [13] обусловлено фонетическим и семантическим тождеством входящих в их состав словесных элементов «СЧАСТЬЮ» / «СЧАСТЬЕ» / «CHANCE», которые являются

³ Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/237646>.

⁴ Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/268666>.

либо единственными индивидуализирующими элементами сравниваемых обозначений, либо занимают в них доминирующее положение и акцентируют на себе внимание потребителя в первую очередь, поскольку на них падает логическое ударение.

Именно фонетическое и семантическое сходство названных индивидуализирующих словесных элементов обуславливает высокую степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков и предопределяет возможность возникновения представления о том, что сопоставляемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника.

В этой связи также следует упомянуть, что согласно правовой позиции суда, изложенной в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №2050/13 от 18.06.2013, добавление к товарному знаку, принадлежащему иному лицу, уточняющего или характеризующего слова не делает это обозначение не сходным до степени смешения с данным товарным знаком. Также согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной по ряду дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

Резюмируя все вышеизложенные обстоятельства, коллегия пришла к выводу, что наличие высокой степени сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [1] - [13], а также высокая степень однородности товаров, для маркировки которых они предназначены, обуславливает возможность их смешения в гражданском обороте в глазах потребителя, что исключает регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака согласно требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех

заявленных товаров 03, 05 классов МКТУ. Следовательно, оснований для удовлетворения поступившего возражения не имеется.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.06.2024, оставить в силе решение Роспатента от 15.02.2024.