

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 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 20.02.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Маргон», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022788352, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**CURIOSITY КЬЮРИОСИТИ**» по заявке № 2022788352, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 06.12.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 32, 33 и услуг 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 21.11.2023 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022788352 в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ. В отношении иной части товаров 32 класса МКТУ, всех товаров и услуг 33 и 35 классов МКТУ в регистрации товарного знака отказано по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку в результате экспертизы заявленного обозначения было установлено, что оно сходно до степени смешения:



- со знаком «  » по международной регистрации № 1238939 (с приоритетом от 21.03.2014, установленным по дате регистрации), зарегистрированным на имя Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı, Турция, охраняемым на территории Российской Федерации, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным, с указанием слов «AIRLINES, KIDS CLUB» в качестве неохраняемых;

Les

- с товарным знаком « **Curiosites** » по свидетельству № 322306 (с приоритетом от 03.10.2005, срок действия исключительного права продлен до 03.10.2025), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Юнисет-М», Москва, охраняемым в отношении товаров 33 класса МКТУ.

В возражении, поступившем 20.02.2024, заявителем выражено несогласие с принятым Роспатентом решением. Доводы возражения сводятся к несогласию заявителя с выводом о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

В частности, заявителем обращается внимание на то, что российский потребитель, наиболее вероятно будет воспринимать сопоставляемые обозначения как фантазийные, поскольку в России незначительное количество потребителей, владеющих иностранными языками, в том числе, французским.

Также заявитель указывает на присутствие в противопоставленном товарном знаке элемента «LES», который влияет на звуковое воспроизведение и визуальное восприятие противопоставленного товарного знака.

На основании изложенного заявитель просит изменить оспариваемое решение и вынести решение о регистрации товарного знака по заявке № 2022788352 в отношении всех заявленных товаров 32 и товаров *«алкогольные напитки (за исключением вина, вина из виноградных выжимок, пива); продукты алкогольные для приготовления напитков; аперитивы; арак; бренди; виски; водка; водка анисовая;*

*водка вишневая; джин; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые»*33 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (06.12.2022) поступления заявки № 2022788352 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 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.

Согласно пункту 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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил 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.

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 «**CURIOSITY КЬЮРИОСИТИ**» является словесным, состоит из двух слов, выполненных стандартным шрифтом заглавными буквами латинского и русского алфавитов, соответственно, и размещенных на одной строке. Регистрация товарного знака испрашивалась в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в возражении.

Согласно оспариваемому решению, регистрации обозначения по заявке № 2022788352 в качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ и всех товаров и услуг 33, 35 классов МКТУ препятствовали товарный знак по свидетельству № 322306 и знак по международной регистрации № 1238939.

Les

Curiosites

Противопоставленный товарный знак «**Curiosites**» по свидетельству № 322306 (приоритет от 03.10.2005) является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита в две строки. Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении товаров «вина» 33 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «**CUIRO CITY**» по международной регистрации № 1238939 (дата регистрации: 21.03.2014), является комбинированным, включает слова «CUIRO CITY», выполненные в оригинальной манере, а также

расположенный в правой нижней части обозначения графический элемент, на фоне которого размещены слова «TURKISH AIRLINES KIDS CLUB». Правовая охрана данному знаку предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 39, 41 классов МКТУ.

В связи с содержащимся в возражении ограничением объема притязаний заявителя коллегией не оценивается правомерность противопоставления знака по международной регистрации № 1238939, поскольку этот знак не препятствует в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ.

В ходе сравнительного анализа заявленного обозначения и

Les

противопоставленного товарного знака «**Curiosites**» по свидетельству № 322306 на предмет их сходства коллегией установлено следующее.

Индивидуализирующая способность обоих обозначений обусловлена исключительно их словесной составляющей.

Слова «CURIOSITY КЬЮРОСИТИ» и «LES CURIOSITES» характеризуются фонетическим сходством за счет наличия совпадающих согласных и гласных звуков, их одинакового расположения по отношению друг к другу, наличия совпадающих слогов.

Для среднего российского потребителя, с позиции которого анализируется возможность восприятия сопоставляемых слов, следует констатировать высокую степень сходства звучания слов «CURIOSITY» и «CURIOSITES». При этом присутствие части «LES» в противопоставленном товарном знаке не оказывает существенного влияния на вывод о фонетическом сходстве сравниваемых обозначений в целом, поскольку данная часть является короткой, выделена на отдельной строке и также не является семантически значимой для российского потребителя.

Выявление названных признаков фонетического сходства достаточно для квалификации сравниваемых обозначений сходными по звуковому критерию (пункт 42 (1) Правил).

С точки зрения визуального признака, заявленное обозначение «**CURIOSITY КЬЮРИОСИТИ**» отличается использованием двух слов на одной строке, одновременно визуальное восприятие слов «CURIOSITY» и «CURIOSITES» является сходным за счет использования одинаковых букв одного и того же алфавита, их расположения в одинаковых частях слов, а также схожей общей визуальной длины слов. Вместе с тем критерий общего зрительного впечатления не может быть признан определяющим, поскольку противопоставленные товарные знаки лишены каких-либо графических особенностей, влияющих на запоминание их потребителями. В такой ситуации превалируют иные признаки сравнения.

Что касается смыслового признака сравнительной оценки, то «CURIOSITY» может означать любознательность, любопытство, странность (см. Англо-русский словарь Мюллера, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/867922>), в то время как слово «CURIOSITES» является формой множественного числа от слова «CURIOSITY» (<https://english-abc.ru/plural/curiosity>). Таким образом, следует констатировать тождество возможного смыслового восприятия названных слов.

Присутствие в противопоставленном товарном знаке слова «LES» само по себе не дает достаточных оснований для вывода о том, что российский потребитель воспринимает товарный знак в целом с позиции слов французского языка. При этом в переводе с французского языка «curiosité» также означает любопытство, любознательность (см. <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/fr-ru/CURIOSITES>).

Следует согласиться с возможностью восприятия сопоставляемых обозначений в качестве фантазийных, однако снижение роли смыслового критерия не приведет к выводу о несходстве сравниваемых обозначений в целом, поскольку определит превалирование фонетического признака сходства.

Установленные признаки сходства в достаточной степени обосновывают вывод о том, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак ассоциируются друг с другом в целом. При этом наличие признаков сходства по большинству критериев не позволяет сделать вывод о низкой степени сходства.

Заявленные товары 32 класса МКТУ «пиво; вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива» и испрашиваемые товары 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением вина, вина из виноградных выжимок, пива); продукты алкогольные для приготовления напитков; аперитивы; арак; бренди; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дигестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые» относятся к алкогольной и спиртосодержащей продукции (см. ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»). Эти товары по роду, виду, назначению, условиям реализации, признакам взаимодополняемости однородны товарам «вина» 33 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству № 322306.

Исключение из заявленного перечня тождественных позиций не приводит к возможности признания сопоставляемых товаров неоднородными, поскольку не влияет на родовую принадлежность товаров, их круг потребителей, условия реализации. Сказанное свидетельствует о высокой степени однородности товаров сравниваемых перечней.

Для оценки вероятности смешения сравниваемых обозначений установлена высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству № 322306, а также высокая степень однородности,

представленных в сопоставляемых перечнях, следовательно, вывод о сходстве до степени смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака и о несоответствии первого пункту 6 статьи 1483 Кодекса является обоснованным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 20.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 21.11.2023.