


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 25.02.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Гиззатуллиным Ильданом Ильсуровичем, Республика Татарстан, р-н Бугульминский, п.г.т. Карабаш (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022786634, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке №2022786634 подано 30.11.2022 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 29, 30 и услуг 35, 41 классов МКТУ.

Роспатентом 20.01.2024 вынесено решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022786634 в отношении услуг 41 класса МКТУ.

В отношении всех испрашиваемых товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ в регистрации заявленного обозначения Роспатентом было отказано по причине его несоответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В частности в оспариваемом решении установлено, что оно является сходным

Веррия

до степени смешения товарным знаком «*Веррия*» (номер регистрации 785731 с приоритетом от 18.03.2020) на Общество с ограниченной ответственностью ""Веррия"", 403541, Волгоградская область, г. Фролово, пер. Зеленковский, 2А, в отношении товаров и услуг 29, 30, 31, 35 классов, однородных заявленным товарам и услугам 29 30 35 классов МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 29, 30, 35 классов на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.02.2024 поступило возражение на решение Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему.

Заявитель оспаривает сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, указывая на отсутствие между ними признаков сходства как общего зрительного, так и по отдельным элементам сопоставления товарных знаков. Заявитель указывает, что при сопоставлении фонетического ряда подлежит учету слово «VEVERRIA», а не «VERRIA».

Заявитель также сообщает, что ему принадлежит домен: <https://verria.ru>, что подтверждается скриншотами, приложенными к возражению. Заявитель осуществляет хозяйственную деятельность, связанную с шоколадной мастерской.

В подтверждение изложенного заявителем представлены распечатки сайта.

На основании изложенного заявителем выражена просьба изменить решение Роспатента по заявке №2022786634 и зарегистрировать товарный знак в отношении товаров 29, 30 и услуг 35 класса МКТУ в дополнение к услугам 41 класса МКТУ, для которых решение о регистрации принято.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (30.11.2022) поступления заявки №2022786634 на регистрацию товарного знака 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.

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 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 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 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака комбинированное



обозначение «  » по заявке №2022786634 состоит из изобразительного элемента, а также расположенного под ним слова «vergia», выполненного буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 29, 30 и услуг 35, 41 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №785731 с приоритетом от 18.03.2020 является словесным и выполнен буквами русского алфавита.

Анализ обозначения по заявке №2022786634 на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение является комбинированным, а противопоставленный товарный знак словесным, поэтому анализ сходства может быть проведен только по критериям сходства словесных элементов.

Словесные элементы VERRIA и ВИРИЯ имеют сходное звучание, так как воспроизводятся как «ВЕРИЯ» и «ВИРИЯ», характеризуются совпадением звучания второго слова и сходством звучания первого слога, в котором меняется только близкая по звучания гласная Е/И. Длина звукового ряда является совпадающей при одинаковом чередовании гласных и согласных звуков.

Семантический критерий сходства не может быть применен, так как слово «ВИРИЯ» не имеет смыслового значения, как и слово VERRIA.


С точки зрения графического критерия, сопоставляемые словесные элементы выполнены буквами разного алфавита, следовательно, графического сходства между ними не установлено.

При сопоставлении словесных элементов друг с другом фонетический критерий является превалирующим, так как подлежит восприятию при звуковом воспроизведении, в том числе, в рекламных кампаниях.

В отношении довода заявителя о том, что фонетический ряд заявленного обозначения состоит не только из слова «VERRIA», но и из изобразительного элемента, который нанесен на верхнюю часть обозначения, и подлежит прочтению как слог «VE», то коллегия обратилась к материалам заявки.

В графе «описание заявляемого обозначения» содержится следующее «комбинированный знак, состоящий из фантазийного словесного элемента «VERRIA» и фантазийного изобразительного элемента, расположенного над ним».



Изобразительный элемент «» заявленного обозначения действительно может быть воспринят различно и не прочитывается как слог «VE» однозначным образом, поэтому сравнение проведено именно словесного элемента «VERRIA», а не «VEVERRIA».

Довод заявителя о принадлежности ему сайта verria.ru дополнительно подтверждает то обстоятельство, что индивидуализирующим элементом заявителя является словесный элемент «VERRIA».

Анализ однородности испрашиваемых товаров 29, 30 и услуг 35 класса МКТУ и товаров, услуг противопоставленного товарного знака показал следующее.

Испрашиваемые товары 29 класса МКТУ *«композиции из обработанных фруктов; компоты; консервы фруктовые; концентраты фруктовые для приготовления пищи; мармелад [варенье фруктовое]; мякоть фруктовая; паста фруктовая прессованная; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; салаты фруктовые; спреды с фруктовым желе; суп ягодный; фрукты глазированные; фрукты замороженные; фрукты консервированные; фрукты обработанные; фрукты, консервированные в спирте; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; цедра фруктовая; чипсы фруктовые»* тождественны соответствующим товарам в перечне товаров 29 класса МКТУ противопоставленного товарного знака.

Испрашиваемые товары 30 класса МКТУ по большей части тождественны товарам противопоставленного знака, а в части не являющейся тождественной, представляют собой видовые товары относительно однородных родовых товарных групп «приправы, пряности, специи», «чай; кофе; какао», «хлебобулочные изделия», «кондитерские изделия».

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров 29 и 30 классов МКТУ; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; продвижение продаж для третьих лиц в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; прокат рекламных материалов в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; прокат рекламных щитов в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; реклама интерактивная в*

компьютерной сети в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; реклама наружная в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; реклама почтой в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; реклама телевизионная в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; услуги оптовой и розничной торговли в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами] в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ; услуги магазинов по оптовой и розничной торговле товарами 29 и 30 классов МКТУ; услуги по оптовой и розничной торговле товарами 29 и 30 классов МКТУ через Интернет; услуги оптовой и розничной торговли в отношении кондитерских изделий; услуги магазинов, в том числе интернет-магазинов, по оптовой и розничной торговле кондитерскими изделиями» представляют собой услуги по продвижению товаров 29, 30 классов МКТУ.

Указанные услуги однородны услугам 35 класса МКТУ *«агентства по импорту экспорту; демонстрация товаров; организация торговых ярмарок; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; радио реклама; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама телевизионная; телемаркетинг; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; управление процессами обработки заказов товаров»* противопоставленного товарного знака, поскольку перечисленные услуги и испрашиваемые услуги относятся к одной и той же родовой группе услуг по продвижению товаров.

В результате проведенного анализа установлено, что испрашиваемые товары 29, 30 и услуги 35 классов МКТУ в части тождественны, а в остальной части в высокой степени однородны соответствующим товарам и услугам в перечне противопоставленного товарного знака.

Таким образом, коллегией установлена средняя степень сходства сопоставляемых обозначений, а также тождество и высокая степень однородности товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ, что свидетельствует о вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака.

Данный вывод сделан с учетом положений пункта 162 Постановления Пленума ВС РФ №10 от 23.04.2019.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 20.01.2024.