

**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 07.05.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Козловой Маргаритой Валерьевной (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 20.03.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023726749 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Словесное обозначение «**МИЛКИПИНК**» по заявке №2023726749, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.04.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 14, 16, 18, 25 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 20.03.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023726749 в отношении заявленных товаров 14, 16, 18

классов МКТУ. В отношении заявленных товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ выявлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы словесного обозначения «МИЛКИПИНК», заявленного в отношении товаров и услуг 14, 16, 18, 25, 35 классов МКТУ, установлено, что оно сходно до степени смешения с товарным знаком «PINK MILK», зарегистрированным под № 845454 с приоритетом от 22.01.2021, на имя Петросяна Вадима Альбертовича, 141406, Московская область, г. Химки, мкр. Левобережный, ул. Совхозная, 9, кв. 465, в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении доводы заявителя сводятся к следующему:

- фонетически обозначения воспринимаются по-разному, на восприятие обозначения влияет количество и последовательность слогов, звучание и интонация, степень фонетического сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков недостаточна для их взаимного смешения носителями русского языка, указанные различия достаточны для их уверенного различения потребителями при их восприятии на слух,

- заявленное обозначение и противопоставленный знак производят различное общее зрительное впечатление благодаря различному алфавиту словесных элементов,

- обозначение противопоставленного товарного знака имеет четкий перевод на русский язык и словарные слова английского языка в своем составе – «PINK MILK» в переводе на русский язык означают «РОЗОВОЕ МОЛОКО», в отличие от заявленного обозначения, перевод которого отсутствует в словарях,

- узнаваемость обозначение по противопоставленному товарному знаку имеет место только в части услуг 43 класса (обеспечение пищевыми

продуктами и напитками), в то время как по заявке на регистрацию товарного знака №2023726749 регистрация для этих услуг не испрашивается,

- практика Роспатента свидетельствует о том, что полное фонетическое вхождение, прямая транслитерация слов и т.д. не стали препятствием для регистрации приведенных в качестве примеров знаков.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 20.03.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023726749 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (03.04.2023) поступления заявки №2023726749 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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 «**МИЛКИПИНК**» является словесным, выполнено стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита.

Предоставление правовой охраны в рамках поданного возражения испрашивается в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставленный знак представляет собой словесный знак «**PINK MILK**» по свидетельству №845454, выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита в отношении услуг 21, 25, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ с исключением из самостоятельной правовой охраны словесного элемента «MILK» для товаров 33 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения «**МИЛКИПИНК**» и противопоставленного товарного знака «**PINK MILK**» показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные словесные элементы «МИЛКИ» / «MILK» и фонетически тождественные словесные элементы «ПИНК» / «PINK».

Слитное написание шрифтом единого регистра словесного элемента «МИЛКИПИНК» в заявленном обозначении не приводит к качественно иному уровню восприятия, отличного от восприятия отдельных элементов.

Фонетическое сходство заявленного обозначения «**МИЛКИПИНК**» и противопоставленного товарного знака «**PINK MILK**», включающих словесные элементы «МИЛКИ» «ПИНК» и «PINK» «MILK», выражается в наличии совпадающих звуков и звукосочетаний, состава гласных и согласных звуков.

Несмотря на расположение в противопоставленном товарном знаке словесного элемента «PINK» на первом месте в знаке, в отличие от заявленного обозначения, где словесный элемент «МИЛКИ» расположен в начале знака, сравниваемые обозначения созвучны в целом, ввиду присутствия в знаках фонетически сходных словесных элементов «МИЛКИ» «ПИНК» и «PINK» «MILK».

Как отмечает заявитель, перевод словесного элемента противопоставленного товарного знака «PINK MILK» можно определить как «розовое молоко» («Pink» - розовый, <https://translate.academic.ru/pink/en/ru/>, «Milk» - молоко, <https://translate.academic.ru/milk/en/ru/> ).

Перевод заявленного обозначения «МИЛКИПИНК» ввиду слитного исполнения буквами кириллического алфавита не представляется возможным однозначно определить.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что в данном случае нельзя исключить восприятие заявленного обозначения как транслитерацию английских слов буквами русского алфавита, что также не исключает, в таком случае, схожих смысловых ассоциаций, связанные с восприятием словесных элементов «PINK», «MILK».

Восприятие заявленного обозначения, по мнению коллегии, в данном смысловом контексте наиболее вероятно, тем самым возникающие определенные смысловые ассоциации, связанные с восприятием словесных

элементов «МИЛКИ» «ПИНК», не требуют каких-то дополнительных рассуждений, ассоциаций и домысливания.

Ввиду отсутствия графических элементов, а также различного шрифтового исполнения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака графический критерий сходства сравниваемых обозначений отсутствует.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ товаров и услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому 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.

Правовая охрана по заявке №2023726749 испрашивается в отношении широкого перечня товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку предоставлена в отношении широкого перечня, в том числе, товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Испрашиваемые товары 25 и услуги 35 классов МКТУ являются однородными с товарами и услугами 25, 35 классов МКТУ противопоставленного товарного знака, так как сравниваемые товары и услуги

принадлежат одной родовой группе «одежда, обувь, головные уборы», «услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, исследование рынка, услуги в области бухгалтерского учета, услуги кадровые, услуги секретарей, услуги информационно-справочные, услуги в сфере бизнеса, услуги проката, услуги посреднические».

Таким образом, испрашиваемые товары 25 и услуги 35 классов МКТУ либо полностью совпадают, то есть являются идентичными товарам и услугам 25, 35 классов МКТУ противопоставленного товарного знака, либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия реализации, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Заявителем в рамках поданного возражения однородность товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ не оспаривается.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, а также в части идентичность, а в другой части высокую степень однородности испрашиваемых товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ соответствующим товарам и услугам противопоставленного товарного знака, их следует признать сходными до степени смешения.

Проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №845454 в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Коллегия отмечает, что аргумент заявителя относительно различной области деятельности заявителя и правообладателя противопоставленного товарного знака не является основанием для признания отсутствия однородности сравниваемых товаров и услуг, поскольку при оценке однородности во внимание принимается прежде всего перечень товаров и услуг, в отношении которого испрашивается правовая охрана и предоставлена



правовая охрана противопоставленному товарному знаку, а не фактическая деятельность.

Приведенные примеры предоставления правовой охраны иным средствам индивидуализации, правообладателями которых являются иные лица, не входит в предмет спора в рамках настоящего дела.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.05.2024, оставить в силе решение Роспатента от 20.03.2024.**