

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее 04.04.2019, поданное Индивидуальным предпринимателем Байрамовым Намигом Мустафа Оглы, г.Вологда (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2017746628, при этом установила следующее.

GLAMOROS



Комбинированное обозначение «  » по заявке № 2017746628 с приоритетом от 13.10.2017 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Роспатентом 25.12.2018 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2017746628 в отношении заявленных товаров и услуг. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:



- с комбинированным знаком «  » по международной регистрации № 1204425 (1), правовая охрана которому предоставлена ранее на

территории Российской Федерации, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- со словесным знаком «GLAMORISE» по международной регистрации №885687 (2), правовая охрана которому предоставлена ранее на территории Российской Федерации, в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ;

GLAMOUR

- со словесным товарным знаком «**GLAMOUR**» по свидетельству №95872 (3), зарегистрированным на имя иного лица в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ;



- с комбинированным товарным знаком «**GLAMOUR**» по свидетельству №421249 (4), зарегистрированным на имя иного лица в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.04.2019 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки (1-4) являются несходными, поскольку отличаются визуально, прочитываются по-разному, имеют разные семантические значения;

- заявленное обозначение не имеет перевода с какого-либо языка, образовано путем соединения частей слова «Glamour» и латинской транскрипции слова «Россия», намекая на то, что товары производятся в России и предназначены главным образом для отечественного потребителя;

- заявитель считает, что при произношении слова «Glamoros» ударение падает на окончание слова, подчеркивая и усиливая вторую составляющую слова;

- изображение пересекающихся букв «G» и «M» имеет больший размер по отношению к размеру словесного элемента, быстрее воспринимается и легче запоминается потребителем, чем слово, написанное латинскими буквами;

- слово «Glamour» ассоциируется с культурой массового потребления, развлечениями, модой и шоу-бизнесом, а также характеризует определенный стиль

жизни, в силу чего элементы «Glamour» и «Glam» являются востребованными среди производителей одежды и косметики, часто используются как производные или близкие по звучанию слова для обозначения и рекламы своих товаров;

- согласно информационным ресурсам, существует большое количество сходных с заявленным обозначением зарегистрированных знаков, например, «Glamory» по международной регистрации №1260996, «Glamourella» по международной регистрации №1118541, «Glamourflage» по международной регистрации №1193225, «Style glamour» по международной регистрации №1281748, «Glamourchik» по свидетельству №657470, «Glamsharly» по свидетельству №513957, «Glamstyle» по свидетельству №588155, «Glamorama» по свидетельству №289645 (в настоящее время прекратил действие), правовая охрана которым предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ;

- наличие зарегистрированных товарных знаков с корневыми основами «Glam», «Glamour» в отношении аналогичных товаров и услуг позволяет говорить об отсутствии единого подхода к определению сходства элементов по фонетическому признаку.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены сведения о противопоставленных товарных знаках и материалы заявки №2017746628 (1).

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (13.10.2017) поступления заявки №2017746628 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 июля 2015 г. N 482 (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 пунктом 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями 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; 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.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное

GLAMOROS



обозначение «», содержащее словесный элемент «GLAMOROS», выполненный заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом, под которым расположен изобразительный элемент в виде наложенных друг на друга

латинских букв «М» и «G». Правовая охрана товарного знака испрашивается в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак (1) представляет собой



комбинированное обозначение « », состоящее из словесного элемента «Glamorous», выполненного буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана знаку предоставлена на территории Российской Федерации, в том числе, в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак (2) представляет собой словесное обозначение «GLAMORISE», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана знаку предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 25 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак (3) представляет собой словесное обозначение « **GLAMOUR** », выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным жирным шрифтом. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак (4) представляет собой



комбинированное обозначение «GLAMOUR», включающее в себя словесный элемент «GLAMOUR», выполненный заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом, над которым размещен изобразительный элемент в виде двух зеркально расположенных букв «G». Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных ему знаков и обозначений (1-4) показал следующее.

«Сильным» элементом заявленного обозначения, несущим в себе индивидуализирующую функцию товарного знака, является словесный элемент «GLAMOROS».

В противопоставленных комбинированных знаках (1, 4) «основными» элементами являются словесные элементы «Glamorous» и «GLAMOUR», поскольку они легче запоминаются и на них в первую очередь обращает свое внимание потребитель при восприятии обозначений в целом.

С учетом изложенного при анализе сходства сравниваемых знаков учитывалось сходство их «сильных» словесных элементов «GLAMOROS» и «Glamorous», «GLAMORISE», «GLAMOUR».

С точки зрения фонетического фактора сходства сравниваемые словесные элементы характеризуются близким звучанием, обусловленным тождественным составом букв, находящихся в начальных частях обозначений, и незначительными звуковыми различиями в конечных частях обозначений.

Таким образом, является существенным тот факт, что в сравниваемых словесных элементах совпадает большая часть звуков, которая влияет на сходство обозначений при их произношении и восприятии в целом.

Сравниваемые словесные элементы «GLAMOROS» и «Glamorous» могут быть прочитаны одинаково.

На основании изложенного, коллегия пришла к выводу о сходстве указанных обозначений по фонетическому критерию ввиду совпадения большей части буквенного состава словесных элементов, и как следствие, возможность ассоциирования их друг с другом.

Графически сопоставляемые обозначения следует признать сходными в силу выполнения словесных элементов буквами одного алфавита (латинского), а также сходного написания большинства букв «G» «L» «A» «M» «O» «R» «O» «S».

Таким образом, сравниваемые знаки производят одинаковое общее зрительное впечатление, несмотря на некоторые различия.

Заявленное обозначение «GLAMOROS» отсутствует в лексике латинского языка, в связи с чем не представляется возможным провести анализ на предмет сходства обозначений по семантическому критерию, что усиливает превалирование фонетического и графического факторов восприятия.

Довод заявителя о том, что семантика словесного элемента заявленного обозначения будет ассоциироваться в сознании потребителей с товарами, произведенными в Российской Федерации, является неубедительным и документально не подтвержденным.

На основании вышеизложенной информации, коллегия приходит к выводу о том, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки (1-4) являются сходными и ассоциируются с друг с другом в целом.

Анализ однородности товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ сравниваемых обозначений показал следующее.

Заявленные товары 25 класса МКТУ «одежда» и товары 25 класса МКТУ «одежда», указанные в перечне противопоставленного товарного знака (3), являются идентичными.

Заявленные товары 25 класса МКТУ являются однородными товарам 25 класса МКТУ «чулки, носки и женское нижнее белье, а именно вязанное, трикотажное женское белье» товарного знака (4), товарам 25 класса МКТУ «бюстгальтеры, пояса, корсеты, основы одежды и трусики» товарного знака (2), поскольку объединены родовым понятием «одежда», имеют одно назначение (предохраняет тело человека от негативного влияния окружающей среды и выполняет эстетические функции — создаёт образ человека, демонстрирует его социальный статус), круг потребителей (широкий круг потребителей), условия реализации (магазины верхней и нижней одежды).

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «продвижение товаров для третьих лиц» и услуги 35 класса МКТУ «объединение во благо других разнообразных товаров, позволяющее клиентам удобно просматривать и приобретать эти товары в розничной торговой точке и/или у оптового продавца, из общего каталога товаров по почте, посредством телекоммуникаций или у Интернет-сайт товаров общего назначения, товары после бритья, одеколон, немедицинские туалетные средства, парфюмерия, средства по уходу за волосами, средства по уходу за кожей, средства для загара, освежители воздуха, включающие парфюмированные продукты, зубная паста, средства для чистки зубов, крем для обуви и полироль для обуви, крема для кожи,

мыло, средства для депиляции, туалетные принадлежности, антиперспиранты» противопоставленного товарного знака (1), так как относятся к услугам по продвижению товаров различными способами, имеющими одно назначение (совокупность различных мер, усилий, действий, предпринимаемых маркетологами, продавцами товара, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта).

Однородность сопоставляемых товаров и услуг заявителем в возражении не оспаривается.

Таким образом, заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками (1-4) 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.

Указанные в возражении заявителем зарегистрированные на имя иных лиц товарные знаки по международным регистрациям №№1260996, 1118541, 1193225, 1281748, по свидетельствам №№657470, 513957, 588155, имеющие правовую охрану на территории Российской Федерации в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, не могут быть положены в основу выводов об отсутствии сходства сопоставляемых обозначений, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно, с учетом всех имеющихся в материалах дела документов.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.04.2019, оставить в силе решение Роспатента от 25.12.2018.