

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 05.02.2025 возражение, поданное Бочковым А.В., Нижегородская обл., Городецкий р-н, д.Кожухово (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023742811, при этом установила следующее.

INTERIERNO
FABRIKA

Обозначение «
» по заявке №2023742811 с приоритетом от 19.05.2023 испрашивается на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 20, 35, 37, 40, 42 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 06.10.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023742811 в отношении части товаров 20 класса МКТУ, всех услуг 37, 40, 42 классов МКТУ с исключением из правовой охраны словесного элемента «FABRIKA». Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для части товаров 20

класса МКТУ и всех услуг 35 класса МКТУ на основании пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «FABRIKA», представляющий собой транслитерацию с английского языка на русский язык слова «ФАБРИКА» - это промышленное предприятие, основанное на применении системы машин (см. Интернет-словари, например: <https://dic.academic.ru/>, Большой Энциклопедический словарь. 2000), не обладает различительной способностью и является неохраемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров и услуг 20, 35, 37, 40, 42 классов МКТУ, поскольку представляет собой видовое наименование предприятия.

Кроме того, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку оно сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «ИНТЕРЬЕРНО», зарегистрированным на имя ООО "ИНТЕРЬЕРНО ФАСАД", 603035, г.Нижний Новгород, ул.Ярошенко, 3-6 (св.№788380, приоритет 03.07.2020, см. на сайте <http://www1.fips.ru> Открытые реестры), в отношении однородных товаров и услуг 20, 35 классов МКТУ.

В поступившем возражении и в дополнениях к нему заявителем было указано следующее:

- услуги 35 класса МКТУ, интересующие заявителя, это услуги, связанные с деятельностью магазинов по продаже товаров 20 класса МКТУ;

- потребителями вышеуказанных услуг являются рядовые покупатели мебели, напрямую обратившиеся в салон-магазин за товаром, в противопоставленной регистрации к услугам продажи относится специализированная продажа произведений искусства, фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей;

- таким образом, товары «мебель», в отношении которых заявитель просит зарегистрировать товарный знак по заявке №2023742811, не являются однородными товарам, перечисленным в противопоставленной регистрации, относящимся к

медицинским, гигиеническим товарам или произведениям искусства, соответственно, и услуги по продаже данных товаров не будут однородны услугам по продаже мебели;

- под продвижением продаж через спонсорство в спортивных мероприятиях скрываются услуги по продвижению товаров и услуг посредством заключения соглашений о спонсорстве, при этом лицо, оказывающее такую услугу – это непосредственно организация, которая организует спортивное мероприятие, ищет спонсоров и обеспечивает им рекламу, а сами производители становятся на место клиентов, заинтересованных в продвижении своего товара;

- заявителем оказывается услуга по продаже мебели, а клиентом оказывается лицо, которому нужна мебель, то есть непосредственно сам потребитель мебели;

- таким образом, сравниваемые услуги различаются кругом потребителей, назначением услуг и условиями сбыта;

- позиция «продажа аукционная» – это весьма специфичная услуга, которая предполагает организацию продажи товара через аукционы;

- вышеуказанную услугу оказывают компании, специализирующиеся на организации аукционов, следовательно, можно утверждать, что услуги аукционов и обычных магазинов различаются разными каналами сбыта и условиями сбыта;

- остальные услуги 35 класса МКТУ противопоставленной регистрации относятся к информационным услугам, в силу чего не могут быть признаны однородными с заявленными услугами 35 класса МКТУ;

- заявитель просит учесть судебные акты о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по противопоставленной регистрации №788380.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023742811 в отношении услуг 35 класса МКТУ «оптовая и розничная продажа мебели и мебельной фурнитуры; услуги по оптовой и розничной продаже мебели и мебельной

фурнитуры; услуги магазинов по продаже мебели и мебельной фурнитуры; магазины по продаже мебели и мебельной фурнитуры; продажа мебели и мебельной фурнитуры с использованием интернет-сайтов [интернет-магазины по продаже мебели и мебельной фурнитуры]; услуги интернет-магазинов по продаже мебели и мебельной фурнитуры».

К возражению приложены следующие материалы:

- решение Суда по интеллектуальным правам от 05.07.2023 по делу №СИП-192/2022 (1);
- постановление Суда по интеллектуальным правам от 30.10.2023 по делу №СИП-192/2022 (2).

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

С учетом даты приоритета (19.05.2023) заявки №2023742811 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 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, отдельные буквы и сочетания букв, не

обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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. 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. 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. 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2023742811 заявлено

INTERIERNO
FABRIKA

словесное обозначение « _____ », выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом в две строки. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении скорректированного заявителем перечня услуг 35 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что в его состав входит словесный элемент «FABRIKA», не обладающий различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на видовое наименование предприятия. С неохраноспособностью указанного словесного элемента заявитель в возражении не спорит.

Относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегия сообщает следующее.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №788380 представляет



собой комбинированное обозначение «», включающее в свой состав квадрат черного цвета, на фоне которого в центральной его части расположен словесный элемент «ИНТЕРЬЕРНО», выполненный заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом, над которым помещен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения дома.

Сопоставительный анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленного ему товарного знака по свидетельству №788380 показал следующее.

Поскольку, как было отмечено выше, словесный элемент «FABRIKA» является неохраноспособным элементом заявленного обозначения, то «сильным» элементом выступает словесный элемент «INTERIERNO».

В противопоставленном товарном знаке основным индивидуализирующим элементом является словесный элемент «ИНТЕРЬЕРНО», поскольку именно на него обращает внимание потребитель при восприятии обозначения и он легче запоминается.

Учитывая изложенное, сопоставительный анализ проводится относительно сходства и тождества словесного элемента «INTERIERNO» заявленного обозначения и словесного элемента «ИНТЕРЬЕРНО» противопоставленного товарного знака.

Словесный элемент заявленного обозначения «INTERIERNO» и словесный элемент «ИНТЕРЬЕРНО» противопоставленного товарного знака являются сходными в силу высокой степени фонетического сходства сравниваемых словесных элементов. Словесный элемент «INTERIERNO» заявленного обозначения может быть прочитан как «ИНТЕРИЕРНО». Таким образом, наблюдается близкое прочтение данного элемента со словесным элементом «ИНТЕРЬЕРНО»

противопоставленного товарного знака. Кроме того, фонетическое сходство признается на основании близости и одинакового расположения гласных и согласных звуков, наличием одинаковых звуко сочетаний и местом совпадающих звуко сочетаний в составе обозначений.

С точки зрения смыслового критерия было установлено следующее. Словесный элемент «INTERIerno» заявленного обозначения в переводе с испанского языка на русский язык означает «интерьер» - внутреннее пространство здания, помещения, а также его устройство, убранство. Оформление интерьера. (см. <https://translate.google.com/>, Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992). Смысловое значение словесного элемента «ИНТЕРЬЕРНО» противопоставленного товарного знака связано по значению с существительным «интерьер» (<https://ru.wiktionary.org/>).

С учетом сказанного, коллегия приходит к выводу о том, что сравниваемые словесные элементы являются сходными, поскольку вызывают одинаковые смысловые ассоциации, связанные с интерьером, что свидетельствует о подобии заложенных в обозначениях понятий, идей.

Визуальный критерий сходства, в данном случае, не является определяющим при восприятии заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, в силу того, что заявленное обозначение является словесным, выполнено в стандартном шрифтовом исполнении, без каких-либо графических особенностей.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными, ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на некоторые отличия.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Анализ однородности испрашиваемых заявителем в возражении услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, приведенных в перечне противопоставленного товарного знака, показал следующее.

Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается заявителем в отношении услуг 35 класса МКТУ «оптовая и розничная продажа мебели и мебельной фурнитуры; услуги по оптовой и розничной продаже мебели и мебельной фурнитуры; услуги магазинов по продаже мебели и мебельной фурнитуры; магазины по продаже мебели и мебельной фурнитуры; продажа мебели и мебельной фурнитуры с использованием интернет-сайтов [интернет-магазины по продаже мебели и мебельной фурнитуры]; услуги интернет-магазинов по продаже мебели и мебельной фурнитуры».

Правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству №788380 на основании решения Роспатента от 21.11.2023 признана недействительной частично, ее действие сохранено, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; управление процессами обработки заказов товаров; услуги субподрядные [коммерческая помощь]».

Анализ однородности сопоставляемых услуг показал, что испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к услугам по продвижению и продаже мебели и мебельной фурнитуры, являются однородными услугам 35 класса МКТУ «продажа аукционная; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий», относящимся к услугам по продаже и продвижению различными способами товаров и услуг, поскольку они соотносятся между собой как род-вид,

имеют одно назначение, круг потребителей и оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Резюмируя изложенное, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, следовательно, заявленное обозначение в отношении данных услуг не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 05.02.2025,
оставить в силе решение Роспатента от 06.10.2024.**