

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 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 16.10.2014 на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее - Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2012739690, поданное Международной коммерческой компанией «ИПО груп ЭйДжи», Сейшельские Острова (далее - заявитель), при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2012739690 с приоритетом от 15.11.2012 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 18, 25, 35, 40, 42 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно описанию, приведенному в заявке, в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Роспатентом 17.09.2014 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака (далее – решение Роспатента) по заявке №2012739690. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому товарный знак не соответствует требованиям пунктов 3 (1), 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Заключение мотивировано тем, что заявленное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ» воспроизводит основную индивидуализирующую часть фирменного наименования известной в области производства часов компании «PARMIGIANI ELEURIER», а также фамилию известного лица и основателя данной

компании - Мишеля Пармиджиани (Michel Parmigiani) без его согласия, в связи с чем заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и услуг.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с наименованием места происхождения товара «PARMIGIANO REGGIANO» по свидетельству №131, исключительное право использования на которое предоставлено Консорцио дел Формаджо "Пармиджано-Реджано", Виа Кеннеди, 18 Реджо-Эмилия, Италия (свидетельство №131/1) и с серией товарных знаков со словесным элементом «PARMIGIANI», зарегистрированных на имя Пармиджани Флерье С.А., 11, рю дю Тампль, 2114 Флерье, Швейцария в отношении однородных товаров и услуг 18, 35 классов МКТУ, а именно: «PARMIGIANI FLERIER» по свидетельству №411758 с конвенционным приоритетом от 12.12.2006 и «PARMIGIANI» по международной регистрации №681487 с приоритетом от 27.08.1997 (срок действия регистрации продлен до 27.08.2017).

В возражении от 20.02.2015 заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель считает, что заявленное обозначение не содержит в своем составе не соответствующей действительности информации об изготовителе товара;

- решением Суда по интеллектуальным правам № СИП-122/2013 от 04.12.2013 по иску Michel Parmigiani (Мишеля Пармиджани) и Parmigiani Fleurier S.A. (Пармиджани Флерье С.А.) о досрочном прекращении правовой охраны товарных знаков по свидетельствам №№255639, 355976 вследствие их неиспользования была сохранена правовая охрана товарного знака «PARMIGIANI» по свидетельству №355976 в отношении части товаров 18 и 25 классов МКТУ;

- как установлено решением суда, товарный знак используется правообладателем (заявителем по заявке № 2012739690) в отношении части товаров 18 и 25 классов МКТУ;

- поскольку знак используется, то никакого введения в заблуждение потребителя быть не может;

- полное наименование часовой компании - Parmigiani Fleurier S.A. (Пармиджани Флерье С.А.).

- название компании можно перевести, как Пармиджани из Флерье (Флерье (Fleurier) - населенный пункт в Швейцарии, Пармиджани (Parmigiani) - фамилия основателя часовой компании;

- заявленное обозначение состоит из одного слова - «ПАРМИДЖИАНИ», которое по своему фонетическому составу отличается от основной индивидуализирующей части фирменного наименования указанной часовой компании;

- на основании изложенного заявитель считает, что указанный довод экспертизы является необоснованным;

- деятельность компании Parmigiani Fleurier S.A. (разработка, производство и продажа часовой продукции) не однородна товарам и услугам, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения (относятся к разному виду товаров и услуг, не являются взаимодополняемыми товарами и услугами, имеют разное назначение, производятся производителями, относящимися к разным отраслям промышленности);

- заявитель уже является правообладателем серии зарегистрированных товарных знаков, сходных с заявленным обозначением: «PARMIGIANI» по свидетельству №355976 с приоритетом от 27.06.2007, «PARMIGIANI III» по свидетельству №419732 с приоритетом от 15.05.2009, «III PARMIGIANI» по свидетельству №420069 с приоритетом от 15.05.2009;

- по каждому из указанных товарных знаков есть вступившее в законную силу решение Роспатента об отказе в удовлетворении возражений компании Parmigiani Fleurier S.A. (Пармиджани Флерье С.А.) и господина Michel Parmigiani (Мишеля Пармиджани);

- предоставление правовой охраны товарным знакам, принадлежащим заявителю, оспаривалось по пункту 3 статьи 6, пунктам 1 и 3 статьи 7 Закона

Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», пунктам 6 (1), 8, 9 (2), 3 (1), 3 (2) статьи 1483 Кодекса, статье 6 quinqise и 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности;

- таким образом, отказав в удовлетворении возражений, Роспатент подтвердил, что регистрация данных товарных знаков на имя заявителя не нарушает ни одной из указанных норм;

- согласно решению Суда по интеллектуальным правам №СИП-122/2013 от 04.12.2013 по иску Michel Parmigiani (Мишеля Пармиджани) и Parmigiani Fleurier S.A. (Пармиджани Флерье С.А.) о досрочном прекращении правовой охраны товарных знаков по свидетельствам №№ 255639, 355976 Мишелю Пармиджани было отказано в удовлетворении его требований, поскольку он не был признан заинтересованным лицом по указанному делу;

- Суд сослался на то, что Мишель Пармиджани, являясь основателем часовой компании Parmigiani Fleurier S.A. (Пармиджани Флерье С.А.), при этом сам не является производителем часовой продукции;

- вопрос об известности имени Мишеля Пармиджани в России на дату подачи заявки является спорным;

- заявленное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ», представляющее одно слово, выполненное буквами русского алфавита, не воспроизводит имя известного лица, поскольку имя создателя часовых механизмов состоит из фамилии и собственно имени (Michel Parmigiani);

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным наименованием места происхождения товара «PARMIGIANO REGGIANO» по свидетельству №131;

- наименование места происхождения товара «PARMIGIANO REGGIANO» представляет собой словосочетание из двух слов, выполненное буквами латинского алфавита, которое переводится с итальянского языка как «СЫР ПАРМЕЗАН»;

- заявленное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ» является фантазийным обозначением в отношении заявленных товаров и услуг, вследствие чего не способно ассоциироваться с каким-либо определенным местом происхождения товара;

- на основании вышеизложенного заявитель считает, что данные обозначения оригинальны, отличаются не только визуально и фонетически, но и имеют разное семантическое значение, в целом друг с другом не ассоциируются, следовательно, не могут считаться сходными до степени смешения;

- поскольку заявителю принадлежит более раннее исключительное право на серию вышеуказанных товарных знаков, чем право на наименование места происхождения товара по свидетельству №131, последнее не может являться препятствием в регистрации заявленного обозначения;

- в отношении противопоставленных товарного знака по свидетельству №411758 и знака по международной регистрации №681487 заявитель отмечает, что они не образуют серии товарных знаков, поскольку зарегистрированы в отношении разных, не пересекающихся между собой товаров и услуг;

- заявитель ограничил заявленный перечень товаров 18 и услуг 35 классов МКТУ, в связи с чем заявленное обозначение не является сходным до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг с товарным знаком по свидетельству №411758 и знаком по международной регистрации №681487.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и вынести решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2012739690 в отношении товаров 18 (*шкур животных; зонты от дождя и солнца; трости; хлысты, кнуты, конская сбруя и шорные изделия, альпенштоки; гарнитурные сбруйные; детали для стремян резиновые; зонты; зонты солнечные; изделия шорно-седельные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; кнуты; кожаные для рессор; кольца для зонтов; крепления для седел; наколенники для лошадей; намордники; недоузки для лошадей; оболочки колбасные; одежда для животных; ошейники для животных; папки для нот; пленка газонепроницаемая из*

кишок животных; плетки многохвостые; поводки; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; покрывала [меха]; попоны для лошадей; постромки [конская сбруя]; пушнина; ранцы; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни для коньков; ремни стременные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; седла для лошадей; спицы для дождевых или солнечных зонтов; стремяна; торбы [мешки для кормов]; трензели для конской сбруи; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; удила [сбруя конская]; уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; хомуты для лошадей; чепраки под седло для лошадей; чехлы для дождевых зонтов; шоры [сбруя конская]), 25 и услуг 35 (менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба, абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; анализ себестоимости; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная, за исключением часовой продукции; продвижение товаров для

третьих лиц, за исключением часовой продукции; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; расклейка афиш; распространение образцов; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по оптовой и розничной продаже товаров, за исключением часовой продукции; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], за исключением часовой продукции; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования), 40, 42 классов МКТУ.

Заявителем представлена копия решения Суда по интеллектуальным правам №СИП-122/2013 от 04.12.2013.

Изучив материалы дела, коллегия находит доводы заявителя неубедительными.

С учетом даты приоритета (15.11.2012) заявки №2012739690 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003, № 4322 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих

элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Согласно пункту 2.5.1 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы одни из его элементов.

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 14.4.2. Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), и смысловым (семантическим) и определяется по признакам, изложенным в подпунктах (а), (б), (в) пункта 14.4.2.2. Правил.

Звуковое сходство определяется на основании признаков, перечисленных в пункте 14.4.2.2(а) Правил, а именно: 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 словесных обозначений в соответствии с пунктом 14.4.2.2(б) Правил определяют по общему зрительному впечатлению, виду шрифта, графическому написанию с учетом характера букв, расположению букв по отношению друг к другу, алфавиту и цветовой гамме.

Смысловое сходство определяют на основании признаков, перечисленных в пунктах 14.4.2.2 (в) Правил:

- 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, перечисленные в подпунктах (а) – (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (г) Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю.

Для установления однородности товаров принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

В соответствии с требованиями пункта 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с Кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, если регистрация товарного знака осуществляется в отношении

тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Согласно пункту 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные имени (статья 19), псевдониму (пункт 1 статьи 1265) или производному от них обозначению, портрету или факсимиле известного в Российской Федерации на дату подачи заявки лица, без согласия этого лица или его наследника.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 18, 25 и услуг 35, 40, 42 классов МКТУ (перечень товаров 18 и услуг 35 классов МКТУ был уточнен заявителем в возражении).

Анализ заявленного обозначения на предмет его соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как способного вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров/лица оказывающего услуги, показал следующее.

Словесный элемент «ПАРМИДЖИАНИ» не является лексической единицей русского языка. Вместе с тем, он однозначно воспринимается как транслитерация буквами русского языка фамилии иностранного происхождения «PARMIGIANI», которая известна на территории Российской Федерации в связи с деятельностью компании Пармиджани Флерье С.А. (Parmigiani Fleurier S.A.), специализирующейся на разработке, производстве и продаже часов. Мишель Пармиджани (Michel Parmigiani) является известным часовым мастером, основавшим данную компанию, а его фамилия образует собственно наименование юридического лица Пармиджани Флерье С.А. (Parmigiani Fleurier S.A.). Остальные части фирменного наименования указывают на местонахождение (Fleurier – населенный пункт в Швейцарии) и на организационно-правовую форму (S.A. – общепринятое сокращение от французского «Société Anonyme» – акционерное общество).

Задолго до даты подачи заявки №2012739690 швейцарская компания Пармиджани Флерье С.А. вела активную деятельность на территории Российской Федерации по продвижению своих товаров - часов и различной сувенирной продукции (зонтов, модных аксессуаров, одежды), которые маркировались обозначением «PARMIGIANI».

Известность компании Пармиджани Флерье С.А. и часового мастера Мишеля Пармиджани на территории Российской Федерации установлена Судом по интеллектуальным правам в решении по делу №СИП-265/2014 от 17.12.2014. Постановлением Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-265/2014 от 15.04.2015 решение Суда по интеллектуальным правам в решении по делу №СИП-265/2014 от 17.12.2014 оставлено без изменения.

С учетом известности и высокой различительной способности товарных знаков со словесным элементом «PARMIGIANI», принадлежащих Пармиджани Флерье С.А., Суд по интеллектуальным правам в решении по делу №СИП-265/2014 от 17.12.20014 признал однородными товары 14 ,18, 25 классов МКТУ, используемые потребителями в единой совокупности для формирования своего имиджа.

III

В своем возражении заявитель ссылается на товарные знаки PARMIGIANI

PARMIGIANI
III

по свидетельству №419732, по свидетельству №420069, PARMIGIANI по свидетельству №355976, которые ранее были зарегистрированы на его имя в отношении товаров 18, 25 классов МКТУ.

Вместе с тем, на основании решения Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-265/2014 от 17.12.2014 правовая охрана перечисленных товарных знаков была признана недействительной полностью ввиду несоответствия требованиям пунктов 3, 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса. Кроме того, Суд по интеллектуальным правам установил, что регистрация товарных знаков по свидетельствам №№419732, 420069, 355976 представляет собой акт

недобросовестной конкуренции. Сведения о прекращении правовой охраны данных товарных знаков внесены в Госреестр и опубликованы 25.01.2015.

В связи с изложенным коллегия усматривает, что заявленное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ» в случае его регистрации в качестве товарного знака в отношении товаров 18, 25 и связанных с ними услуг 35, 40 классов МКТУ способно ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров/лица оказывающего услуги.

В решении Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-265/2014 от 17.12.2014 относительно применения пункт 9 (2) статьи 1483 Кодекса отмечено, что «указанная норма права не имеет конкретной привязки к определенным товарам и услугам. Напротив, правовая охрана в качестве товарного знака для любых товаров и услуг не может быть предоставлена обозначению, тождественному имени (или производному от имени обозначению) известного в Российской Федерации на дату подачи заявки лица без его согласия. При этом закон не предусматривает необходимости широкой известности. Достаточно известности как таковой, включая известность в определенной области».

Согласие Мишеля Пармиджани на регистрацию обозначения «ПАРМИДЖИАНИ» в качестве товарного знака на имя заявителя представлено не было, в связи с чем обозначение по заявке №2012739690 не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всего заявленного перечня товаров и услуг 18, 25, 35, 40, 42 классов МКТУ.

Решение Роспатента в части несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса основано на наличии сходных до степени смешения товарного знака по свидетельству №411758 и знака по международной регистрации №681487, правообладателем которых является Пармиджани Флерье С.А. (Parmigiani Fleurier S.A.).

Товарный знак по свидетельству №411758 с конвенционным приоритетом от 12.12.2006 представляет собой словесное обозначение «PARMIGIANI FLEURIER», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Правовая охрана товарному знаку предоставлена для товаров 18 класса МКТУ «кожа и имитация кожи, сумки женские, кошельки, сумочки, ридикюли, за исключением изготовленных из благородных металлов, карманные бумажники, чемоданы плоские, изделия для документов кожаные, портфели, рюкзаки, саквояжи, чемоданы, сундуки дорожные [предметы багажа]».

Знак по международной регистрации №681487 с приоритетом от 27.08.1997 представляет собой словесное обозначение «PARMIGIANI», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана указанному знаку на территории Российской Федерации предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ «розничная продажа часов; реклама в электронных средствах массовой информации, в особенности через Интернет, предоставление коммерческой информации посредством Интернет», услуг 38 класса МКТУ «распространение информации в сети Интернет» и услуг 39 класса МКТУ «поставка товаров, заказанных посредством телекоммуникаций».

С учетом того, что заявленное обозначение «ПАРМИДЖИАНИ» фонетически и семантически тождественно знаку «PARMIGIANI» по международной регистрации №681487 и полностью входит в состав товарного знака «PARMIGIANI FLEURIER» по свидетельству №411758 в качестве основного индивидуализирующего элемента (как отмечено высшее в тексте заключения, слово FLEURIER представляет собой название населенного пункта в Швейцарии), сравниваемые знаки признаны сходными.

С учетом высокой различительной способности и известности товарных знаков со словесным элементом «PARMIGIANI» на территории Российской Федерации, а также с учетом пересечения круга потребителей товаров 18 и 25 классов МКТУ, совместно используемых для формирования имиджа, коллегия пришла к выводу о том, что товары и услуги 18, 35, 38, 39 классов МКТУ, указанные в перечне противопоставленных товарных знаков, однородны товарам 18, 25 и услугам 35, 40 классов МКТУ (имеются в виду услуги, связанные с продвижением товаров, либо услуги, относящиеся к изготовлению товаров, например, пошив одежды, крашение

текстильных изделий, выделка шкур и пр.), в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленного обозначения.

Принимая во внимание изложенное, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №411758 и знаком по международной регистрации №681487, зарегистрированными в отношении товаров 18, 35, 38, 39 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 18, 25 классов МКТУ и услугам 35, 40 классов МКТУ.

Заявленному обозначению в рамках требований пункта 7 статьи 1483 Кодекса противопоставлено наименование места происхождения товара «PARMIGIANO REGGIANO» по свидетельству №131, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «сыры».

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленного наименования места происхождения товара показал, что, несмотря на фонетическое сходство словесных элементов «ПАРМИДЖИАНИ»/«PARMIGIANO», они не являются сходными в целом, поскольку вызывают различные смысловые ассоциации. Так, заявленное обозначение ассоциируется с фамилией известного часового мастера Мишеля Пармиджани, а наименование места происхождения товара «PARMIGIANO REGGIANO» представляет собой широко известное название сыра (сыр пармезан).

В силу изложенного, основания для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

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

отказать в удовлетворении возражения от 16.10.2014, оставить в силе решение Роспатента от 17.09.2014.