

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии палаты по патентным спорам
по результатам рассмотрения ☒возражения ☐ заявления

Коллегия палаты по патентным спорам в порядке, установленном пунктом 3 статьи 1248 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, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 15.07.2013, на решение федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2011730927 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2011730927 с приоритетом от 21.09.2011 было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака ООО «СаШиКо», 644089, Омская обл., г. Омск, пр-т Мира, 98, в отношении товаров 34 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Впоследствии право на заявку №2011730927 было передано «ЮНИОН ТАБАКО ФАКТОРИ» Дружество с ограничена отговорност, гр. Варна, 9000, област Варна, общна Варна, район р-н Одесос, бул. Мария Луиза, №24, вх. А, ет. 1, ап. 1, Болгария (далее - заявитель).

Согласно описанию, приведенному в заявке, на регистрацию в качестве



товарного знака заявлено комбинированное обозначение в виде этикетки , верхняя часть которой выполнена синим цветом, ассоциирующимся с игрой

света на камне, а в нижней части выполнен вытянутый в горизонтальном направлении прямоугольник с черным контуром. Над прямоугольником на фоне синей части этикетки на двух строках размещены словесные элементы «FILTER» (фильтр) и «OPAL» (опал – название полудрагоценного камня). Словесный элемент «OPAL» выполнен оригинальным объемным шрифтом желтого цвета буквами латинского алфавита. Слово «FILTER» размещено на фоне белого прямоугольника стандартным шрифтом буквами синего цвета. Обозначение выполнено с использованием синего, темно-синего, желтого, темно-желтого, желто-бежевого, бронзово-золотистого, черного, белого цветов.

Роспатентом 15.04.2013 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2011730927 для всех 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 ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Данное решение обосновано тем, что заявленное обозначение в целом воспроизводит обозначение, используемое болгарской компанией «Булгартабак-Холдинг» (см. bulgartabac.bg, www.yandex.ru, www.google.ru, поисковые запросы «сигареты OPAL», «Булгартабак») для индивидуализации товаров, однородных заявленным товарам 34 класса МКТУ. Компания «Булгартабак-Холдинг» была создана в 1951 году и является одним из крупнейших мировых производителей и экспортеров табака и табачной продукции. На протяжении нескольких десятилетий компания поставляла на экспорт, сначала в СССР, а затем и в Российскую Федерацию, табачные изделия, маркированные обозначением «OPAL», что обеспечило известность указанных товаров среди потребителей на территории Российской Федерации.

Довод заявителя о том, что компания «Булгартабак-Холдинг» за период 2000 – 2013 год не осуществляла хозяйственную деятельность на территории Российской Федерации, а также тот факт, что заявителем предприняты попытки

досрочного прекращения правовой охраны товарных знаков «Булгартабак-Холдинг», не могут быть приняты в качестве основания для регистрации, поскольку в данном случае возможность введения потребителей в заблуждение обусловлена наличием у потребителей опыта покупки (потребления) сигарет «OPAL» на протяжении продолжительного периода времени, в связи с чем, использование заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 34 класса и связанных с ними услуг 35 класса, способно породить у потребителей ассоциации с определенным производителем – компанией «Булгартабак-Холдинг», что в отношении заявителя не соответствует действительности.

Вывод экспертизы подтверждается материалами из социологического опроса по определению мнения респондентов относительно производителя сигарет Интер, ВТ, Стюардесса, Опал, Радопи, ТУ-134, а также вероятности введения в заблуждение потребителей относительно места производства сигарет, произведенному ОАО «ВЦИОМ», предоставленного представителями компании «Булгартабак-Холдинг». Согласно опросу, сигареты, маркированные обозначением «OPAL», известны 91,7% респондентов (73,4% знают о них более 20 лет), при этом, компанией производителем считают компанию «Булгартабак» - 66,7% среди респондентов начавших курить до 2000 года, 37,8% - среди тех, кто начал курить после 2000 года.

Согласно опросу, проведенному ГЭПИЦЕНТР, представленному заявителем, 1,15% респондентов (а именно, 69 человек из опрошенных 6000) в результате открытого вопроса (не подразумевающего подсказок) о том, кто является производителем сигарет «OPAL», назвали компанию «Булгартабак». Результаты опроса также подтверждают выводы экспертизы о наличии у потребителей определенных знаний о товаре и производителе.

Кроме того, использование определенной коммерческой репутации, созданной не заявителем, известности, узнаваемости этой марки потребителями при регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака

обслуживания) на имя заявителя - «ЮНИОН ТАБАКО ФАКТОРИ» Дружество с ограничена отговорност (Болгария) будет противоречить общественным интересам.

Также экспертизой установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:

- с комбинированными товарными знаками, зарегистрированными на имя «Акционерно дружество (Акционерное общество)» «Булгартабак-Холдинг», Республика Болгария, София, ул. Граф Игнатиев, 62, по свидетельству №188550 [1] с приоритетом от 24.07.1998 (срок действия регистрации продлен до 24.07.2018) и по свидетельству №139523 [2] с приоритетом от 22.08.1994 (срок действия регистрации продлен до 22.08.2014) в отношении однородных товаров 34 класса МКТУ, а также услуг 35, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- со словесными товарными знаками «ОПАЛ», зарегистрированными на имя ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада», 191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 24, по свидетельствам №332418 [3] с приоритетом от 11.04.2006 и №131561 [4] с приоритетом от 13.12.1993 (срок действия регистрации продлен до 13.12.2013), в отношении услуг 35, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Доводы заявителя о том, что 04.10.2012 года решением Арбитражного суда г. Москвы правовая охрана товарного знака по свидетельству №188550 была прекращена, не могут быть приняты во внимание, поскольку 29.12.2012 постановлением Девятого Арбитражного Апелляционного суда указанное решение отменено.

Словесный элемент «FILTER» является неохраняемым элементом товарного знака.

Суммируя вышеизложенное, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для всех заявленных товаров и услуг 34 и 35 классов МКТУ.

Заявитель выразил несогласие с данным решением Роспатента в возражении, поступившем 15.07.2013, доводы которого сводятся к следующему:

- указанное в заключении по результатам экспертизы в качестве производителя табака со сходным товарным знаком Акционерно дружество «Булгартабак-Холдинг» (далее - «Булгартабак-Холдинг»), не использует данную маркировку продукции, а также, в принципе, не осуществляет коммерческую деятельность на территории Российской Федерации с конца 90-х годов прошлого века;

- на дату подачи заявки «Булгартабак-Холдинг» являлось правообладателем ряда товарных знаков, зарегистрированных на территории Российской Федерации в отношении товаров 34 класса МКТУ, однако их правовая охрана была досрочно прекращена в связи с неиспользованием на территории России (товарные знаки по свидетельствам №№122464, 171776, 173409, 174383, 184290, 184376, 237326, 255862, 272409, 277598, 318534, 318537, 320288, 320418, 328335 и знаки по международным регистрациям №№580826, 612609);

- ввиду полного отсутствия табачной продукции на протяжении более 15 лет на российском рынке, в настоящее время заявленное обозначение у потребителей не ассоциируется с «Булгартабак-Холдинг»;

- противопоставленные экспертизой товарные знаки со словесным элементом «OPAL» по свидетельствам №№131561, 139523, 188550, 332418 зарегистрированы в отношении однородных услуг на разные компании, то есть они не были признаны сходными до степени смешения;

- в товарном знаке по свидетельству №188550 словесный элемент «pale oral» имеет иную семантику (переводится с английского – «бледный опал»), нежели словесный элемент «oral» в заявленном обозначении;

- Роспатентом также принято решение о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака «OPAL» по свидетельству №111419, правообладателем которого на момент прекращения правовой охраны являлась компания «Набурн Лимитед», Республика Кипр;

- таким образом, заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками и не может ассоциироваться с «Булгартабак-Холдинг», поскольку ему на территории России никогда не принадлежало исключительное право на обозначение «OPAL»;

- с 2012 года 79,83% акций «Булгартабак-Холдинг» принадлежит российскому акционеру, а именно ОАО «Банк ВТБ», в связи с чем данная компания не может ассоциироваться у российских потребителей с иностранным производителем;

- болгарские сигареты во времена СССР характеризовались невысоким качеством, поэтому никакой положительной потребительской репутации не имели даже в те времена;

- доводы о поставках в СССР и Россию сигарет с наименованием «OPAL» также не обоснованы, поскольку непосредственными производителями и поставщиками табачной продукции являлся не «Булгартабак-Холдинг», а его дочерние компании, соответственно те сигареты могли ассоциироваться у потребителей с государством Болгария, но не с конкретным юридическим лицом;

- таким образом, регистрация заявленного обозначения на имя болгарского заявителя не способна ввести потребителей в заблуждение относительно принадлежности товарного знака;

- данные выводы подтверждаются, в том числе, отчетом о социологическом исследовании рынка табачных изделий на территории Российской Федерации, проведенным ООО «Центр гуманитарных, социально-экономических и политических исследований-2»;

- результатами исследования установлено, что в представлениях потребителей доминирует мнение о производстве сигарет марок «ВТ», «Интер», «Opal», «Opal Special Edition», «*p.*o*.g.*o.*n.*u*.*», «Стюардесса» («Stewardess»), «TU-134» российскими компаниями, на территории России, либо в конкретных регионах нашей страны;

- мнение о том, что эти сигареты производят в Болгарии либо компанией «Булгартабак», разделяют в среднем всего 9,1% потребителей;

- среди потребителей, убежденных в "болгарском" происхождении сигарет указанных марок, выше доля лиц в возрасте 45 лет и старше, начавших курить в 1995 г. и ранее;

- при этом, это курильщики с большим стажем (в возрасте от 45 лет и старше, начавшие курить до 1995 года), чьи представления о производителях табачных изделий сформированы в конце XX в.;

- таким образом, по мнению заявителя, результаты опроса, опровергают выводы экспертизы, а количество респондентов, ассоциирующих рассматриваемую марку с «Булгартабак-Холдинг», мало и стремится к нулю;

- ООО «СаШиКо», правопреемник заявителя, входящее с ним в одну группу, осуществляет коммерческую деятельность по производству табачной продукции с января 2007 года;

- на основании договоров подряда изготовления продукции из давальческого сырья (испечением заказчика) ООО «ТФ «Омь» и ООО «ЮнионТабак Фэктори» выпускают сигареты под обозначениями «SweetSmell»,

«Sensation», «BT-Business Tobacco», «*p.*o*.g.*o.*n.*u*», «Opal», «Интер», «Прима», «TU-134» под контролем ООО «СаШиКо»;

- после регистрации товарного знака заявитель предполагает заключить лицензионные договоры с предприятиями-производителями, входящими в одну группу, и начнет выпуск сигарет уже под собственным фирменным наименованием;

- сведения о правообладателе зарегистрированного товарного знака и о компании-производителе будут размещены на упаковке табачной продукции в соответствии с требованиями закона и технических регламентов;

- таким образом, для потребителей заявленное обозначение будет ассоциироваться с болгарской компанией как правообладателем и с российской компанией как производителем, что согласуется с законом, результатами проведенных социологических исследований и мировой практикой на рынке потребительских товаров.

К возражению приложена информация с сайта «Булгартабак-Холдинг» [5].

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2011730927 в отношении всех заявленных товаров 34 и услуг 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия палаты по патентным спорам установила следующее.

С учетом даты приоритета (21.09.2011) заявки №2011730927 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 подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков

обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, в частности, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Подпунктом 2.3.2.3 пункта 2.3 Правил установлено, что к обозначениям, характеризующим товары, относятся, в частности, простые наименования товаров; обозначения категории качества товаров; указание свойств товаров (в том числе носящие хвалебный характер); указания материала или состава сырья; указания веса, объема, цены товаров; даты производства товаров; данные по истории создания производства; видовые наименования предприятий; адреса изготовителей товаров и посреднических фирм; обозначения, состоящие частично или полностью из географических названий, которые могут быть восприняты как указания на место нахождения изготовителя товара.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 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 один из его элементов.

Согласно подпункту 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с пунктом 2.5.2 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства, слова, написание которых нарушает правила орфографии русского языка, и т.п.

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 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.

Комбинированные обозначения в соответствии с пунктом 14.4.2.4 Правил 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, приведенные в пункте 14.4.2.2 Правил, а именно звуковое сходство (признаки подпункта (а)), графическое сходство (признаки подпункта (б)), смысловое сходство (признаки подпункта (в)).

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.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное



обозначение в виде этикетки, верхняя часть которой выполнена синим цветом с желтыми проблесками, а в нижней части выполнен вытянутый в горизонтальном направлении прямоугольник с черным контуром. Над прямоугольником на фоне синей части этикетки на двух строках размещены словесные элементы «FILTER» (фильтр) и «OPAL» (опал – название полудрагоценного камня). Словесный элемент «OPAL» выполнен буквами латинского алфавита оригинальным объемным шрифтом желтого цвета. Слово «FILTER» размещено на фоне белого прямоугольника и выполнено стандартным шрифтом буквами синего цвета.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается на имя Дружество с ограничена отговорност «ЮНИОН ТАБАКО ФАКТОРИ», Болгария, в отношении товаров 34 (табачные изделия, а именно сигареты) и услуг 35 (услуги, связанные с продвижением сигарет) классов МКТУ.

Словесный элемент «FILTER» (фильтр) заявленного обозначения является неохраноспособным, поскольку представляет собой указание на функциональную часть сигареты. Вывод о несоответствии данного словесного элемента требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса и включении его в состав заявленного обозначения в качестве неохраняемого элемента заявителем не оспаривается.

Согласно заключению по результатам экспертизы, заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации товарного знака ввиду его несоответствия требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как способного ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, либо лица, оказывающего услуги.

Обозначение может быть признано способным ввести в заблуждение потребителей относительно изготовителя товаров на основании возникновения у

них устойчивой ассоциативной связи такого обозначения с иным изготовителем товаров, появившимся на рынке до даты приоритета заявленного обозначения.

Из совокупности имеющихся в деле заявки №2011730927 документов (распечатки из сети Интернет, материалы, представленные ООО «СаШиКо», заявителем и «Булгартабак-Холдинг») усматривается, что заявленное обозначение в целом воспроизводит обозначение, используемое крупнейшим в Болгарии производителем табачных изделий – компанией «Булгартабак-Холдинг» для индивидуализации однородных товаров (сигарет).

Наименование и дизайн упаковки указанных сигарет были разработаны по заказу «Булгартабак-Холдинг» и переданы ему как объекты авторских прав в целях маркировки производимых и реализуемых предприятием табачных изделий. В течение нескольких десятилетий сигареты «OPAL» в значительных объемах экспортировались в СССР и в последствии на территорию Российской Федерации, в связи с чем данное обозначение приобрело узнаваемость и репутацию у целевой группы потребителей.

Известность компании «Булгартабак» и товаров, маркированных знаком «OPAL», подтверждается также результатами социологического исследования, проведенного ОАО «ВЦИОМ», согласно которому данные сигареты известны 91,7% респондентов, при этом, компанией производителем сигарет считают компанию «Булгартабак» 37,8% респондентов. Необходимо отметить, что указанный показатель по знанию производителя касается той части респондентов, которые отнесли себя к курильщикам, начавшим курить после 2000 года, то есть в тот период, который продукция компании «Булгартабак» на российском рынке не присутствовала. Что касается знания производителя сигарет респондентами, начавшими курить до 2000 года, то этот показатель еще более значительный (66,7%).

В этой связи появление на российском рынке сигарет, маркированных



заявленным обозначением , способно вызвать в сознании потребителя ошибочное представление о том, что производитель этих товаров имеет непосредственное отношение, либо связан родственными отношениями с известным болгарским производителем табачных изделий - «Булгартабак-Холдинг».

Следует отметить, что в представленном заявителем отчете о социологическом исследовании рынка табачных изделий на территории Российской Федерации (в частности, по марке сигарет «OPAL») приведены данные о том, что данная марка знакома более 20 лет 37,8% респондентов, то есть со времен «советского периода». При этом на открытый вопрос о компании-производителе сигарет «OPAL», предоставляющий респонденту полную свободу в ответе на задаваемый вопрос, 10,22% опрошенных предположили, что сигареты производят в Болгарии, либо компанией «Булгартабак».

Таким образом, представленный заявителем социологический отчет не опровергает сделанные выше выводы о способности заявленного обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно компании «Булгартабак-Холдинг».

Что касается деятельности первоначального заявителя по рассматриваемой заявке - ООО «СаШиКо» по производству сигарет «OPAL» с 2007 года, то коллегия палаты по патентным спорам не усматривает, что в результате данной деятельности репутация товарного знака «OPAL», приобретенная именно болгарской компанией «Булгартабак-Холдинг», кардинально изменилась и в сознании потребителя ассоциируется теперь с ООО «СаШиКо».

Согласно имеющимся в материалах дела заявки документам в настоящее время компания «Булгартабак-Холдинг» предпринимает действия,

направленные на возобновление производства сигарет «OPAL» и реализации их на территории Российской Федерации.

В этой связи при предоставлении заявителю исключительного права на использование данного обозначения при маркировке товаров 34 и услуг 35 классов МКТУ, при отсутствии такого права у компании «Булгартабак-Холдинг», имеющей определенную коммерческую репутацию в отношении рассматриваемого обозначения, усматривается противоречие общественным интересам согласно требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2011730927 основано также на наличии сходных до степени смешения товарных знаков [1-4], которые ранее были зарегистрированы на имя иных лиц в отношении товаров и услуг, однородных заявленным товарам/услугам.

Товарные знаки [1-2] представляют собой комбинированные обозначения в виде прямоугольника, горизонтально разделенного на две части. В верхней части размещен словесный элемент «OPAL» (в товарном знаке [2] также присутствует словесный элемент «PALE»). Указанные словесные элементы выполнены оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. В нижней части знака на фоне прямоугольника белого цвета размещены стилизованное изображение звезды и словесный элемент «BULGARTABAC», выполненный мелким шрифтом. Правообладателем товарных знаков [1-2] является вышеупомянутая широко известная компания «Булгартабак-Холдинг».

Товарные знаки [3-4] представляют собой словесное обозначение «ОПАЛ», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В ходе сравнительного анализа заявленного обозначения и товарных знаков [1-4] было установлено, что знаки являются сходными в целом, поскольку включают семантически и фонетически тождественный словесный элемент «OPAL»/«ОПАЛ», который является основным индивидуализирующим элементом. Кроме того, товарные знаки [1-2] и заявленное обозначение производят сходное общее зрительное впечатление, что обусловлено

одинаковым композиционным построением этикеток и присутствием в них совпадающего словесного элемента «OPAL» с одинаковой графической проработкой. При этом присутствие в товарном знаке [1] слова «PALE» (переводится с английского языка как «бледный») не влияет коренным образом на слово «OPAL» и не образует с ним качественно нового понятия, поскольку данный цветовой оттенок характерен для опалов.

Товары и услуги 34, 35 классов МКТУ, указанные в перечне заявки №2011730927, и товары/услуги 34, 35, 42 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарным знаками [1-4], однородны, поскольку относятся к одному роду/виду (табачные изделия и услуги, связанные с продвижением товаров), имеют одинаковое назначение, круг потребителей и условия реализации.

Сопровождение однородных товаров и услуг сходными знаками может привести к смешению товаров разных производителей и услуг, оказываемых разными лицами.

Резюмируя изложенное, вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи со сходством до степени смешения с товарными знаками [1-4] является правомерным.

В отношении мнения заявителя о том, что параллельное предоставление правовой охраны товарным знакам [1-4] в отношении однородных услуг, свидетельствует о возможности регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, следует отметить, что оно не может быть учтено, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведётся отдельно, а оценка правомерности регистрации данных товарных знаков не входила в предмет рассмотрения по данному возражению.

Учитывая вышеизложенное, коллегия палаты по патентным спорам пришла к выводу:

отказать в удовлетворении возражения от 15.07.2013, оставить в силе решение Роспатента от 15.04.2013.