

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 №2011730929 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2011730929 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 №2011730929 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 коричневым цветом,

ассоциирующимся с игрой света на камне, а в нижней части выполнен вытянутый в горизонтальном направлении прямоугольник с черным контуром. Над прямоугольником на фоне коричневой 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 коричневого, светло-коричневого, темно-коричневого, темно-желтого, желто-бежевого, бронзово-золотистого, черного, белого, синего цветов.

Роспатентом 15.04.2013 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2011730929 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, Родопи, TU-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.

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 «ORAL» 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 «ORAL» 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», «*р.*о*.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», правопродшественник 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 (испживением заказчика) ООО «ТФ «Омь» и ООО «ЮнионТабак Фэктори» выпускают сигареты под обозначениями «SweetSmell», «Sensation», «BT-Business Tobacco», «*р.*о*.g.*о.*п.*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 №2011730929 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 №2011730929 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 коричневым цветом с желтыми проблесками, а в нижней части выполнен вытянутый в горизонтальном направлении прямоугольник с черным контуром. Над прямоугольником на фоне коричневой 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 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 №2011730929 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 компании «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 №2011730929 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 №2011730929, и товары/услуги 34, 35, 42 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарным знакам [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.