

ТОП-10

дел Палаты по патентным спорам





1

ПРОТИВОСТОЯНИЕ КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ФАСТФУДА ИЗ-ЗА ТОВАРНОГО ЗНАКА «БИГ МАК» РАЗРЕШИЛОСЬ В ПОЛЬЗУ MCDONALD'S

Палата оставила товарный знак «БИГ МАК» за McDonald's, поскольку заявитель ООО «Бургер Рус» не представил доказательства того, что в результате длительного применения для одного и того же товара или товара того же вида различными производителями обозначение «БИГ МАК» стало **видовым понятием**.

Кроме того, необходимо было доказать, что обозначение использовалось в качестве наименования товара специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями, вошло в общедоступные словарно-справочные источники информации и периодические издания.



Решение Роспатента



2

БОРЬБА ЗА IWATCH

Палата оставила правовую охрану товарного знака «iWatch» в силе, поскольку сравниваемые обозначения («iWatch» / «SWATCH») **не являются сходными**: имеют совершенно разное смысловое значение («SWATCH» - с англ. «образец, экземпляр»), отличаются составом звуков и шрифтовым исполнением.

Более того, устройство «iWatch» относится к семейству широко известной в России продукции Apple Inc. по обязательно присутствующему в их названии префиксу «i», что подтверждается результатом социологического опроса и иной представленной правообладателем информацией.

iWatch

swatch

Решение Роспатента



3

СБЕРБАНК ДОКАЗАЛ РАЗЛИЧИТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ СЕРИИ ЗНАКОВ «СПАСИБО»

Палата отменила решение Роспатента и зарегистрировала серию товарных знаков («Спасибо», «Большое спасибо», «Огромное спасибо») за ПАО «Сбербанк», поскольку в силу активного использования заявленных обозначений они приобрели различительную способность в качестве средства индивидуализации заявителя, а, следовательно, отсутствуют основания для отнесения их к категории обозначений, не соответствующих требованию п. 1 ст. 1483 ГК РФ.

[Решения Роспатента №1](#)

[Решение Роспатента №2](#)

[Решение Роспатента №3](#)



4

«ЯНДЕКС» И МТС ОСТАЛИСЬ БЕЗ ТОВАРНОГО ЗНАКА «АФИША»

Коллегия приняла во внимание, что оспариваемые товарные знаки «МТС Афиша» и «Яндекс Афиша» включают в себя элемент «афиша», который охраняется по свидетельству № 206077, принадлежащему ООО «Компания Афиша», что нарушает п. 10 ст. 1483 ГК РФ. Регистрация отменена полностью или частично по всем восьми классам товаров и услуг, где были зарегистрированы эти товарные знаки.

МТС Афиша	<i>афиша</i>
Яндекс Афиша	

[Решение Роспатента №1](#)

[Решение Роспатента №2](#)



5

МОЖНО ЛИ ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ «SANTA MARIA» В ОТНОШЕНИИ ВИНА?

Палата указала, что использование обозначения «SANTA MARIA DE OSBORNE» (с исп. «Санта-Мария от Осборна») для индивидуализации алкогольной продукции не противоречит общественным интересам и не способно оскорбить религиозные чувства верующих, поскольку требует неких рассуждений и домысливания у потребителей.

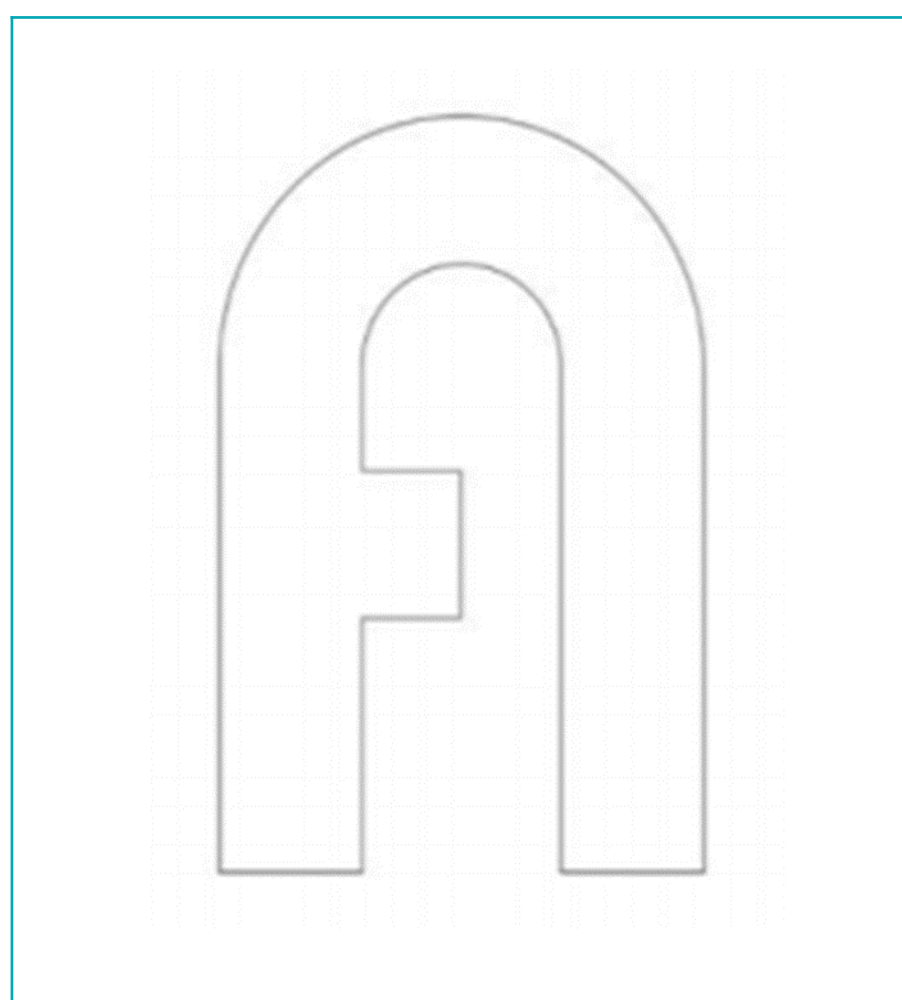
[Решение Роспатента](#)



6

ВОЗМОЖНО ЛИ ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ В КАЧЕСТВЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ОБРАЗЦА ОРНАМЕНТ?

Furla удалось зарегистрировать орнамент для сумок в качестве промышленного образца, но не сразу, а после того, как компания уточнила название своего промышленного образца и указала на изделие, для которого он предназначен.



Решение Роспатента



7

РАЗЛИЧИТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ БРЕНДА OFF-WHITE

В обоснование возражения заявитель указал, что само по себе слово «OFF-WHITE» имеет общеупотребительное значение (не совсем белый) и для части заявленных товаров является описательным. Палата не поддержала позицию заявителя, поскольку обозначение «OFF-WHITE» не описывает цвет, не имеет конкретной семантики и является фантазийным. Доказательства того, что слово «OFF-WHITE» необходимо для свободного использования производителями-конкурентами в качестве описательной характеристики аналогичного товара, не представлены.

Решение Роспатента



8

О СХОДСТВЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ «Гитекс» vs. «G-TEX»

Товарные знаки были признаны несходными, так как единственный индивидуализирующий элемент оспариваемого товарного знака произносится как «гитекс», в отличие от словесного элемента знака заявителя, произносимого как «джитекс». Кроме того, обозначения различаются по графическому критерию сходства: составлены буквами разных алфавитов, «тире» в товарном знаке «G-TEX» визуально разделяет обозначение на две части.

ГИТЕКС

G-TEX 

[Решение Роспатента](#)



9

FIX PRICE COFFEE vs. STARBUCKS

Чем больше известность и репутация ранее зарегистрированных товарных знаков, тем больше вероятность того, что использование сходных обозначений для индивидуализации однородных товаров вызовет смешение в гражданском обороте.

Так, Палата по патентным спорам подтвердила сходство обозначения FIX PRICE COFFEE с товарным знаком STARBUCKS.



Решение Роспатента



10

«JANTAR» VS. «ЯНТАРЬ»

Палата признала товарные знаки несходными, поскольку они производят разное визуальное впечатление, обусловленное существенным различием композиционного построения, а также наличием в противопоставленном товарном знаке различных изобразительных элементов.

Кроме того, обозначения не являются семантически сходными, так как «Jantar» переводится с португальского языка как «ужин».



Решение Роспатента