


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, рег. №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 24.09.2018 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Затыльным Е.А., г. Красноярск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2017716809, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2017716809, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.04.2017, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 38, 41 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 14.06.2018 было принято решение о государственной регистрации товарного знака только для услуг 41 класса МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 6 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35, 38 классов МКТУ.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «ЯЗАМУЖ.РФ» (свидетельство №587164 с приоритетом от 11.06.2015), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35, 38 классов МКТУ на имя Таюрского Евгения Викторовича, 662971, Красноярский край, г. Железногорск, ул. Комсомольская, 23, кв. 21.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к тому, что заявленное обозначение не является сходным с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №587164 в силу их фонетических и семантических отличий, а также разного общего зрительного восприятия, которые производят сравниваемые обозначения.

В этой связи заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2017716809 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг, в том числе 35, 38 классов МКТУ.

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

С учетом даты (27.04.2017) приоритета заявленного обозначения по заявке №2017716809 правовая база для оценки его охраноспособности 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 подпункта 3 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 указывающие на их вид, качество, количество, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

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

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

В соответствии с требованиями подпункта 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.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения 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, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:


- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

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).



Заявленное обозначение «» по заявке №2017716809 с приоритетом от 27.04.2017 является комбинированным, выполнено в белом, светло-розовом, светло-фиолетовом, розовом, темно-фиолетовом цветовом сочетании, включает в свой состав расположенные на фоне прямоугольника словесные элементы: «Красноярск», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита; «ЗамужРу», выполненный оригинальным шрифтом буквами русского алфавита, при этом буквы «З» и «Р» являются стилизованными (над буквой «З» расположено изображение шляпы, над буквой «Р» - изображение фаты). Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что входящий в его состав словесный элемент «КРАСНОЯРСК» представляет собой географическое наименование, название города на территории Российской Федерации (город Красноярск, центр Красноярского края, см. Географическую энциклопедию, <https://dic.academic.ru>), и, следовательно, вызывает представление о месте нахождения лица, оказываемого услуги, следовательно, использование этого обозначения при сопровождении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ должно быть свободным в гражданском обороте в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Следует отметить, что при подаче заявки №2017716809 словесный элемент «КРАСНОЯРСК» был указан самим заявителем в качестве неохраняемого элемента.

Вместе с тем, отказ в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для услуг 35, 38 классов МКТУ основан на наличии сходного до степени смешения товарного знака «ЯЗАМУЖ.РФ» по свидетельству №587164 с более ранним приоритетом, зарегистрированного в отношении

однородных услуг на имя иного лица – Индивидуального предпринимателя Таюрского Е.В., Красноярский край, г. Железногорск.

Противопоставленный товарный знак «ЯЗАМУЖ.РФ» по свидетельству №587164 с приоритетом от 11.06.2015 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Буквы «РФ» указаны в качестве неохраняемого элемента. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35, 38 классов МКТУ.

Что касается вопроса однородности услуг 35, 38 классов МКТУ сравниваемых обозначений, то необходимо отметить следующее.

Регистрация заявленного обозначения испрашивается для услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных;

обновление рекламных материалов; 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; оформление рекламных материалов; 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; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш / реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций

для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по развозной продаже товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», представляющим собой различные бизнес-услуги, рекламные и офисные услуги, услуги, связанные с торговлей.

Противопоставленный товарный знак зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; маркетинг; распространение образцов; услуги по сравнению цен; обзоры печати; распространение рекламных материалов; услуги в области общественных отношений; поиск поручителей; запись сообщений; помощь в управлении

коммерческими или промышленными предприятиями; информация и советы коммерческим потребителям [информация потребительская товарная]; телемаркетинг; обновление рекламных материалов; реклама почтой; сбор информации в компьютерных базах данных; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; исследования конъюнктурные; радиореклама; консультации по управлению персоналом; агентства по коммерческой информации; исследования в области бизнеса; редактирование рекламных текстов; обработка текста; макетирование рекламы; ведение бухгалтерских документов; прокат офисного оборудования и аппаратов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; тестирование психологическое при подборе персонала; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; информация деловая; службы консультативные по управлению бизнесом; ведение автоматизированных баз данных; выписка счетов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; систематизация информации в компьютерных базах данных; оформление витрин; репродуцирование документов; рассылка рекламных материалов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; изучение общественного мнения; аренда площадей для размещения рекламы; расклейка афиш; прокат фотокопировального оборудования; составление рекламных рубрик в газете; производство рекламных фильмов; агентства рекламные; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги оптовой и розничной продажи товаров, услуги магазинов, услуги Интернет-магазинов; услуги фотокопирования; помощь в управлении бизнесом; оценка коммерческой деятельности; сведения о деловых операциях; продажа аукционная; исследования маркетинговые; реклама; изучение рынка; прокат рекламных материалов; консультации по организации бизнеса; реклама телевизионная; аудит; агентства по импорту-экспорту; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; составление налоговых деклараций; управление гостиничным бизнесом; прогнозирование экономическое; услуги манекенщиков для рекламы или

продвижения товаров; комплектование штата сотрудников; услуги секретарей; менеджмент в области творческого бизнеса; организация подписки на газеты для третьих лиц; консультации по управлению бизнесом; бюро по найму; сбор и предоставление статистических данных; демонстрация товаров; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; публикация рекламных текстов; деловая экспертиза; составление отчетов о счетах; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; реклама интерактивная в компьютерной сети; анализ себестоимости; организация показов мод в рекламных целях; прокат торговых автоматов; реклама наружная; менеджмент спортивный; консультации профессиональные в области бизнеса; управление процессами обработки заказов товаров; подготовка платежных документов», которые также, как вышеперечисленные услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения, относятся к сфере бизнес-услуг, рекламе, офисной службе, торговле.

Регистрация заявленного обозначения также испрашивается в отношении услуг 38 класса МКТУ «агентства печати новостей; вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; информация по вопросам дистанционной связи; обеспечение доступа в Интернет; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к Интернету; прокат модемов; прокат оборудования для телекоммуникационной связи; прокат телефонных аппаратов; прокат факсимильных аппаратов; радиовещание; радиосвязь; рассылка


электронных писем; связь волоконно-оптическая; связь радиотелефонная; связь с использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; связь телеграфная; связь телефонная; связь факсимильная; служба пейджинговая [с использованием радио, телефона или других средств электронной связи]; телеконференции; услуги абонентской телеграфной службы; услуги голосовой почты; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; услуги по передаче потока данных; услуги по предоставлению телеграфной связи; услуги по предоставлению телефонной связи», представляющих собой различные услуги в области связи и телекоммуникаций.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №587164 также зарегистрирован для широкого перечня услуг 38 класса МКТУ, отнесенных к связи и телекоммуникационным службам, а именно «передача телеграмм; связь телеграфная; служба пейджинговая [с использованием радио, телефона или других средств электронной связи]; передача цифровых файлов; связь факсимильная; услуги голосовой почты; вещание телевизионное; передача сообщений; телеконференции; радиовещание; почта электронная; связь волоконно-оптическая; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; агентства печати новостей; связь радиотелефонная; связь с использованием компьютерных терминалов; вещание телевизионное кабельное; обеспечение доступа к базам данных; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; прокат оборудования для телекоммуникационной связи; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; связь спутниковая; прокат факсимильных аппаратов; прокат модемов; услуги по предоставлению телеграфной связи; обеспечение доступа в Интернет; информация по вопросам дистанционной связи; вещание беспроводное; прокат телефонных аппаратов; прокат времени доступа к Интернету; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; связь телефонная; услуги абонентской телеграфной службы; прокат

аппаратуры для передачи сообщений; услуги по предоставлению телефонной связи; передача поздравительных открыток он-лайн».

Отнесение сопоставляемых услуг 35, 38 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №587164 к одному роду, их одинаковое назначение обуславливает вывод об однородности, что в возражении не оспаривается. Кроме того, следует констатировать, что часть сопоставляемых услуг 35, 38 классов МКТУ сравниваемых обозначений являются идентичными.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых обозначений

 «Замуж.ру» / «ЯЗАМУЖ.РФ» на предмет их сходства показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Поскольку заявленное обозначение является комбинированным, важно установить, какова роль того или иного элемента в его составе.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей. Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют

словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Заявленное комбинированное обозначение включает в свой состав изображение прямоугольника, выполненного в фиолетовой цветовой гамме, словесный элемент «КРАСНОЯРСК», а также словесный элемент «ЗамужРу». Изобразительный элемент в виде прямоугольника фиолетового цвета и словесный элемент «КРАСНОЯРСК» относятся к слабым элементам.

Так, слово «КРАСНОЯРСК» не выполняет индивидуализирующей функции в знаке в силу своей описательности и периферийного положения, а прямоугольник, выполненный в фиолетовом цвете, сам по себе не обладает различительной способностью. Так, согласно Толковому словарю С.И. Ожегова «цвет» – это один из видов красочного радужного свечения от красного до фиолетового, а также их сочетаний или оттенков (см. <https://dic.academic.ru>). Исходя из положений пункта 2 статьи 1482 Кодекса, товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании, очевидно, что цвет является характеристикой (свойством) обозначения, предназначенного для индивидуализации товаров (услуг). Иными словами, цвет предназначен для использования в товарных знаках неограниченного круга лиц, то есть сам по себе не способен выполнять отличительную функцию, присущую товарному знаку.

Что касается словесного элемента «ЗамужРу», то в нем выделяются две части «Замуж» и «Ру», выполненные в оригинальной графической манере. Вместе с тем, элемент «Ру», как и слово «КРАСНОЯРСК», нельзя отнести к сильным элементам знака, в силу того, что он ассоциируется с национальным доменом высшего уровня «ru» в сети Интернет, означающим принадлежность к Российской Федерации (<https://ru.wikipedia.org/wiki/.ru>).

Что касается элемента «Замуж», то согласно толковому словарю С.И. Ожегова (см. <https://dic.academic.ru>) он представляет собой лексическую единицу русского языка (наречие) со значением: 1. выйти замуж за кого-то, стать чьей-нибудь женой; 2. отдать или выдать замуж кого-то, согласиться на вступление в брак с кем-нибудь

своей дочери, сестры, родственницы, способствовать тому, чтобы женщина вышла замуж.

Таким образом, сильным элементом, акцентирующим на себе внимание потребителя в первую очередь, в составе заявленного обозначения является слово «Замуж», имеющее определенное смысловое значение, нейтральное по отношению к заявленным услугам 35, 38, 41 классов МКТУ.

Указанное словесное обозначение «ЗАМУЖ» является сильным, доминирующим элементом противопоставленного товарного знака «ЯЗАМУЖ.РФ», в свой состав которого также входит личное местоимение «Я» и неохраняемые буквы «РФ», представляющие собой домен высшего уровня в сети Интернет, обозначающий принадлежность к Российской Федерации.

Имеющееся в рассматриваемом случае вхождение в состав заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака одного и того же словесного элемента «Замуж» / «ЗАМУЖ», являющегося основным индивидуализирующим элементом сравниваемых обозначений, обуславливая вывод о наличии их фонетического и семантического сходства.

Также следует отметить, что наличие в составе сравниваемых обозначений элементов «Ру» и «РФ», вызывающих одинаковые смысловые ассоциации с сетью Интернет и территорией Российской Федерации, усиливают смысловое сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, что дополнительно свидетельствует о возможности столкновения их в гражданском обороте и возникновения у потребителя представления о том, что сопоставляемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника, тем более, что заявитель и правообладатель противопоставленного товарного знака находятся в одном регионе – Красноярском крае.

В части визуального восприятия сравниваемых обозначений следует указать, что графический критерий в данном случае не является определяющим, поскольку противопоставленный товарный знак по свидетельству №587164 выполнен стандартным шрифтом, без каких-либо особенностей, оказывающим влияние на

его запоминание потребителем, вместе с тем выполнение сравниваемых обозначений буквами одного и того же алфавита – русского, усиливает сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака.

Таким образом, все вышеизложенное свидетельствует о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака в целом, несмотря на отдельные отличия.

Наличие высокой степени сходства заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком, а также однородность услуг 35, 38 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, обуславливает вывод о сходстве сравниваемых обозначений до степени их смешения.

Следовательно, заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных услуг 35, 38 классов МКТУ, в силу чего основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации товарного знака по заявке №2017716809 в отношении этих услуг отсутствуют.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.09.2018, оставить в силе решение Роспатента от 14.06.2018.