

**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 (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261 (далее – Правила ППС), вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 22.10.2021 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «М.С.ИНСТРУМЕНТС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020719928, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2020719928 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 14.04.2020 на имя заявителя в отношении услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), а именно: *абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; 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; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; 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; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях;

*предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; 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 бизнесом временное; 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 РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; 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 телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая.*

Роспатентом 22.06.2021 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг по причине его несоответствия требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы, являющимся неотъемлемой частью решения Роспатента, включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «biomedical» («биомедицинский») - свойственный биомедицине, характерный для неё (см. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой, 2000, <https://translate.google.ru>), указывает на назначение заявленных услуг, не обладает различительной способностью и является неохраняемым.

Кроме того, в результате проведения экспертизы заявленного обозначения установлено, что оно сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя иных лиц товарными знаками с более ранним приоритетом:

- с товарными знаками «» [1] (свидетельство №354087 с приоритетом от 27.12.2006, срок действия продлен до 27.12.2026), «» [2] (свидетельство №354090 с приоритетом от 27.12.2006, срок действия продлен до 27.12.2026), «» [3] (свидетельство №354089 с приоритетом от 27.12.2006, срок действия продлен до 27.12.2026), «» [4] (свидетельство №354088 с приоритетом от 27.12.2006, срок действия продлен до 27.12.2026), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью «Интервест», 196128, Санкт-Петербург, ул. Варшавская, д.19, корп.1, лит. А, пом.23Н, в отношении услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «» [5] (свидетельство №823277 (заявка №2020702720) с приоритетом от 24.01.2020), зарегистрированным на имя Валишина Марсея Ильясовича, 422780, Республика Татарстан, Пестречинский р-н, с. Ленино-Кокушкино, ул. Камалеева, 83Б, в отношении услуг 35 класса МКТУ;

- со знаком «» [6] (международная регистрация №1383930 с приоритетом от 09.10.2017), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена на имя компании COMPAGNIE DE SAINT-GOBAIN, Tour SAINT-GOBAIN, 12 place de l'Iris, F-92400 Courbevoie, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом в возражении указывается на осуществление действия по получению письма-согласия от правообладателя противопоставленных товарных знаков [1] – [4] по свидетельствам №354087, №354088, №354089, №354090, что

подтверждается отправкой соответствующих писем в адрес правообладателя и его представителя, в связи с чем представляется допустимым зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака по заявке №2020719928 для узкоспециализированных услуг 35 класса МКТУ *«продажа оптовая медицинских принадлежностей и оборудования, в том числе лабораторного и их частей и компонентов; продажа розничная медицинских принадлежностей и оборудования, в том числе лабораторного и их частей и компонентов»*.

В качестве иллюстрации доводов возражения заявителем представлена копия запроса о предоставлении письма-согласия на имя правообладателя противопоставленных товарных знаков [1] – [4].

Изучив материалы дела в отсутствие заявителя, в установленном порядке уведомленном о дате и времени рассмотрения настоящего возражения (почтовый идентификатор 80092968853374), коллегия считает изложенные в возражении доводы неубедительными.

Следует констатировать, что согласно положениям пункта 21 Правил ППС сторона спора, уведомленная о принятии возражения к рассмотрению, самостоятельно предпринимает меры по получению информации о движении дела с использованием любых источников такой информации и любых средств связи и несет риск наступления неблагоприятных последствий в результате мер по получению такой информации.

В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка стороны спора, надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

С учетом даты (14.04.2020) поступления заявки №2020719928 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) 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;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

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: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. 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.

В соответствии с положениями пункта 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположения 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;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначение понятий, идей (в частности, совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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.

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

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).



Обозначение «» по заявке №2020719928 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 14.04.2020, является комбинированным, включает в свой состав расположенные на фоне четырехугольника черного цвета словесные элементы «nova» и «biomedical», выполненные прописными буквами латинского алфавита белого цвета, а также элемент «®».

С учетом доводов возражения регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении измененного заявителем перечня услуг 35 класса МКТУ *«продажа оптовая медицинских принадлежностей и оборудования, в том числе лабораторного и их частей и компонентов; продажа розничная медицинских принадлежностей и оборудования, в том числе лабораторного и их частей и компонентов»*.

Однако при подаче заявки №2020719928 на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака в перечне 35 класса МКТУ были указаны такие услуги как *«продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная*

*фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей*», т.е. услуги в области оптовой и розничной продажи определенных товаров, среди которых отсутствует медицинское оборудование, в том числе лабораторное, его части и компоненты.

В силу требования пункта 2 статьи 1497 Кодекса до принятия решения по рассматриваемой заявке заявитель вправе дополнять, уточнять или исправлять материалы заявки, в том числе путем подачи дополнительных материалов. Если в дополнительных материалах содержится перечень товаров, не указанных в заявке на дату ее подачи, такие дополнительные материалы не принимаются к рассмотрению.

Поскольку услуги 35 класса МКТУ *«продажа оптовая медицинского оборудования, в том числе лабораторного и его частей и компонентов; продажа розничная медицинского оборудования, в том числе лабораторного и его частей и компонентов»* изначально отсутствовали в материалах заявки №2020719928, то в отношении них доводы поступившего возражения на предмет возможности предоставления правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака не исследуются.

Таким образом, поступившее возражение рассматривается в отношении услуг 35 класса МКТУ *«продажа оптовая медицинских принадлежностей; продажа розничная медицинских принадлежностей»*.

Анализ заявленного обозначения показал, что входящие в его состав словесный элемент «biomedical» (в переводе с английского языка «биомедицинский», см. <https://translate.google.ru>), т.е. свойственный биомедицине, характерный для неё (см. Современный толковый словарь русского языка Т.Ф. Ефремовой, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/272911/биомедицинский>) и элемент «®» являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Неохраноспособность указанных элементов заявителем не оспаривается, при этом следует отметить, что элемент «®» указывался в качестве неохраняемого элемента самим заявителем при подаче заявленного обозначения на регистрацию в качестве товарного знака.

Вместе с тем отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020719928 основан на выводе о несоответствии этого обозначения требованиям б

(2) статьи 1483 Кодекса в связи с наличием товарных знаков «» [1] по

свидетельству №354087, «» [2] по свидетельству №354090,

«» [3] по свидетельству №354089, «» [4] по

свидетельству №354088, «» [5] по свидетельству №823277,

«» [6] по международной регистрации №1383930, имеющих более ранний приоритет и зарегистрированных в отношении услуг 35 класса МКТУ на имя иных лиц.

Противопоставленные знаки [1] – [4] зарегистрированы для услуг 35 класса МКТУ *«продвижение товаров (для третьих лиц), включая магазины оптовой и розничной торговли»*.

Противопоставленный товарный знак [5] зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; комплектование штата сотрудников; макетирование рекламы; 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; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы / службы по связям с прессой; прогнозирование экономическое; 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; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор информации в компьютерных базах данных; сбор и предоставление статистических данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги машинописные; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги

субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

Правовая охрана на территории Российской Федерации знаку [6] предоставлена для услуг 35 класса МКТУ «*business project management services, project management consulting and assistance in the field of housing, building, construction, industry and transportation; intermediary services for the creation of business partnerships; intermediary services to connect potential investors and start-ups in the field of housing, building, construction, industry and transport; business networking service; business strategy consultancy service; business sponsorship service; negotiation of business contracts for third parties*» / «услуги по управлению бизнес-проектами, консультации и помощь в управлении проектами в области жилищного строительства, строительства, строительства, промышленности и транспорта; посреднические услуги по созданию деловых партнерских отношений; посреднические услуги для подключения потенциальных инвесторов и стартапов в области жилищного строительства, строительства, строительства, промышленности и транспорта; услуги по налаживанию деловых связей; консультационные услуги по бизнес-стратегии; услуги по спонсорству бизнеса; переговоры о деловых контрактах для третьих сторон».

При этом необходимо констатировать, что в поступившем возражении не оспаривается сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [6], а также однородность услуг 35 класса МКТУ, для индивидуализации которых они предназначены.

Довод возражения сводится исключительно к возможности получения письма-согласия от правообладателя противопоставленных товарных знаков [1] – [4]. Однако упомянутое письмо-согласие заявителем представлено не было.

В этой связи следует отметить, что анализ заявленного обозначения



«» и противопоставленных товарных знаков «» [1] по



свидетельству №354087, «



» [3] по свидетельству №354089, «



» [4] по свидетельству №354088 на предмет их сходства показал следующее.

Согласно правоприменительной практике относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Следует констатировать, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [4] характеризуются наличием в их составе фонетически и семантически тождественных сильных индивидуализирующих словесных элементов «nova» / «NOVA» / «НОВА» («nova» (транслитерация [нова]) - «новый; сверхновая звезда», см. англо-русский онлайн-переводчик, <https://translate.yandex.ru/?lang=en-ru&text=nova>).

При этом графический критерий сходства при сопоставлении указанных словесного и комбинированного обозначений имеет второстепенное значение, поскольку именно фонетическое и семантическое тождество вышеназванных словесных элементов сравниваемых обозначений предопределяет возможность возникновения представления о том, что сопоставляемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника.

Все вышеизложенное свидетельствует о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [4] в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Что касается анализа однородности услуг, в отношении которых в возражении испрашивается регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака, и противопоставлений [1] – [4], то необходимо указать, что услуги 35 класса МКТУ *«продажа оптовая медицинских принадлежностей; продажа розничная медицинских принадлежностей»* и *«продвижение товаров (для третьих лиц), включая магазины оптовой и розничной торговли»* относятся к такому роду услуг как *«продвижение товаров»*.

Под продвижением товаров следует понимать совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров. К данной родовой группе относятся услуги, представляющие собой деятельность торговых предприятий, осуществляющих продажу товаров, т.е. услуги, приведенные в перечнях заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [4]. При этом следует отметить, что в противопоставленных товарных знаках не конкретизировано, для реализации каких товаров они предназначены, что подразумевает широкую область их применения, включающую, в том числе, торговлю медицинскими принадлежностями. Сопоставляемые услуги соотносятся по виду и назначению, характеризуются одинаковым кругом потребителей, что обуславливает вывод о высокой степени их однородности.

Таким образом, установленная высокая степень сходства заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [1] - [4] в целом, а также высокая степень однородности услуг 35 класса МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые обозначения, предопределяет вывод о наличии между ними сходства до степени смешения согласно требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. В этой связи основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации товарного знака по заявке №2020719928 для указанных в возражении услуг 35 класса МКТУ отсутствуют.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.10.2021, оставить в силе решение Роспатента от 22.06.2021.**