

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, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 09.05.2022 возражение Индивидуального предпринимателя Карелина Дениса Владимировича, Красноярский край (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021716472, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**Бочкарёв**» по заявке №2021716472 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 23.03.2021 на имя заявителя в отношении услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 12.04.2022 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ по причине его несоответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, являющимся неотъемлемой частью решения Роспатента от 12.04.2022, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения в отношении однородных услуг с ранее зарегистрированными на имя иных лиц товарными знаками:

БОЧКАРИ

- с серией товарных знаков «» [1] (свидетельство №769418 с

приоритетом от 13.12.2019), «**БОЧКАРИ**» [2] (свидетельство №702926 с



приоритетом от 19.03.2018), «**БОЧКАРИ**» [3] (свидетельство №652373 с



приоритетом от 03.08.2016), «» [4] (свидетельство №641633 с приоритетом

от 06.07.2016), «**БОЧКАРИ**» [5] (свидетельство №613533 с приоритетом от

04.06.2015), зарегистрированными в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Бочкаревский пивоваренный завод», 659445, Алтайский край, Целинный р-н, с. Бочкари, ул. Молодежная, 1А;

- с серией товарных знаков «**БОЧКАРЁВ**» [6] (свидетельство №224643 с

приоритетом от 19.10.2000), «**BOCHKAREV**» [7] (свидетельство №238790 с

приоритетом от 06.03.2001), «**BOTCHKAROV**» [8] (свидетельство №223049 с

приоритетом от 19.10.2000), зарегистрированными в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Объединенные Пивоварни Хейнекен», 193230, Санкт-Петербург, ул. Тельмана, д. 24, литер «А».

В поступившем возражении было высказано несогласие с решением Роспатента, при этом основные аргументы заявителя сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1] - [5], включающими словесный элемент «БОЧКАРИ», в силу их фонетических и семантических отличий (фамилия человека «Бочкарёв» не может ассоциироваться с существительным «БОЧКАРИ» во множественном числе, которое воспринимается либо как фантазийное обозначение, либо обозначает товарный поезд с цистернами (см. слово «бочкарь» в Словаре воровского жаргона, <https://thief.slovaronline.com/422-BOCHKAR>), либо как

название населенного пункта, см. село Бочкари в Целинном районе Алтайского края, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бочкари>);

- кроме того, противопоставленные товарные знаки [1], [5] помимо словесного элемента «БОЧКАРИ» включают в свой состав иные словесные элементы – «все для удачного дня» и «тонны хватит на всех светлое пиво крафтовое алк», что обуславливает отсутствие предпосылок для фонетического смешения заявленного обозначения с этими обозначениями в силу разной постановки ударений, разного количества слов и слогов;

- примерами аналогичных регистраций являются товарные знаки «**ПЕКАРЁВЪ**» по свидетельству №488009 и «» по свидетельству №414428, «» по свидетельству №432979 и «**Виноградов**» по свидетельству №806173;

- не являются однородными услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [6] - [8], поскольку «услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров» (вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров как для использования их в предпринимательской деятельности, так и для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности) и «аукционная продажа» (публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства, и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона), поскольку характеризуются разными целями, имеют разный круг потребителей, разные места оказания, разный штат сотрудников, разный круг товаров;

- товарные знаки [1] - [5] со словесным элементом «БОЧКАРИ» были зарегистрированы при наличии товарных знаков [6] - [8] со словесными элементами «БОЧКАРЁВ», «BOCHKAREV», «BOCHKAROV» в отношении однородных товаров и услуг на имя разных правообладателей, следовательно, расценивались как не сходные;

- указанные обстоятельства обуславливают необходимость соблюдения принципа правовой определенности и недопустимости различного толкования административным органом одной и той же правовой ситуации при рассмотрении заявок разных лиц, поскольку органы государственной власти обязаны осуществлять возложенные на них функции с учетом принципа защиты законных ожиданий, на что Суд по интеллектуальным правам обращает внимание в постановлении от 10.02.2021 по делу № СИП-432/2020.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021716472 в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ.

Изучив материалы дела в отсутствие заявителя, коллегия сочла доводы поступившего возражения неубедительными. При этом необходимо отметить, что 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 (23.03.2021) поступления заявки №2021716472 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 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 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 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.

Признаки, указанные в настоящем пункте, 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).

Заявленное обозначение «**Бочкарёв**» по заявке №2021716472 с приоритетом от 23.03.2021 является словесным, выполнено оригинальным шрифтом заглавными и строчными буквами кириллического алфавита. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров».

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения «**Бочкарёв**» по заявке №2021716472 в качестве товарного знака для услуг 35 класса МКТУ основан на выводе о несоответствии этого обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в связи с наличием противопоставленных товарных

знаков «» [1] по свидетельству №769418 с приоритетом от 13.12.2019, «**БОЧКАРИ**» [2] по свидетельству №702926 с приоритетом от

19.03.2018, «» [3] по свидетельству №652373 с приоритетом от



03.08.2016, «**BOCHKARI**» [4] по свидетельству №641633 с приоритетом от 06.07.2016, «**BOCHKARI**» [5] по свидетельству №613533 с приоритетом от 04.06.2015, «**BOCHKARËV**» [6] по свидетельству №224643 с приоритетом от 19.10.2000, «**BOCHKAREV**» [7] по свидетельству №238790 с приоритетом от 06.03.2001, «**BOTCHKAROV**» [8] по свидетельству №223049 с приоритетом от 19.10.2000, принадлежащих иным лицам.

Противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №769418 зарегистрирован для товаров и услуг 29, 30, 32, 35, 42 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ *«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; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; 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 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 административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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; 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; 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 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; 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 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 переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня

подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; 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».

Противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №702926 зарегистрирован, для товаров и услуг 29, 30, 32, 35, 43 классов МКТУ, в частности, 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; 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; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; 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 связях с общественностью; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; 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 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 административная в вопросах тендера; 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 медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; 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; 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 наружная; 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; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищников 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 переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"/услуги PPC; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов».

Противопоставленный товарный знак [3] по свидетельству №652373 зарегистрирован для товаров и услуг 29, 30, 32, 35, 43 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ «организация выставок в коммерческих и рекламных целях;

организация торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях; представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц, включая услуги продажи; реклама; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами).

Противопоставленные товарные знаки [4] по свидетельству №641633, [5] по свидетельству №613533 зарегистрированы для товаров и услуг 32, 35, 43 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ *«представление товаров 32 класса на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров 32 класса для третьих лиц, включая услуги продажи».*

Противопоставленный товарный знак [6] по свидетельству №224643 зарегистрирован для товаров и услуг 01, 02, 07, 09, 12, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 35, 36, 37, 39, 42 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ *«автоматизированное ведение файлов; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аукционная продажа; ведение бухгалтерских книг; выпуск рекламных материалов; запись сообщений; изучение общественного мнения; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам штата сотрудников; наем помещений для сдачи их в аренду; обработка текста; подготовка платежных документов; почтовая рассылка рекламных материалов [проспектов, брошюр и т.п.]; прокат конторских машин и оборудования; прокат оборудования для офисов; прокат рекламных материалов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка объявлений, афиш; распространение рекламных объявлений; реклама; реклама в газете; реклама телевизионная; рекламная хроника [составление рекламных полос в печатных изданиях]; рекламные агентства; репродуцирование документов; сбор информации в машинные базы данных; систематизация информации в машинных базах данных; службы телефонных ответчиков; составление налоговых деклараций; управление гостиницами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов и предоставление манекенов для рекламы или роста сбыта товаров; фотокопирование».*

Противопоставленный товарный знак [7] по свидетельству №238790 зарегистрирован для товаров и услуг 01, 02, 07, 09, 12, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 42 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ *«автоматизированное ведение файлов, анализ себестоимости, аукционная продажа, ведение бухгалтерских книг, запись сообщений, изучение общественного мнения, комплектование штата сотрудников, наем помещений для сдачи их в аренду, обработка текста, подготовка платежных документов, помощь по управлению делами /по разработке проектов, планов, составлению смет/, помощь по управлению коммерческими или промышленными операциями, проверка счетов, прогнозирование экономическое, прокат конторских машин и оборудования, прокат оборудования для офисов, прокат фотокопировального оборудования, репродуцирование документов, сбор информации в машинные базы данных, систематизация информации в машинных базах данных, служба телефонных ответчиков, составление налоговых деклараций, составление отчетов о состоянии счетов, управление гостиницами, услуги в области общественных отношений, фотокопирование».*

Противопоставленный товарный знак [8] по свидетельству №223049 зарегистрирован для товаров и услуг 01, 02, 07, 09, 12, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 35, 36, 37, 39, 42 классов МКТУ, в частности, услуг 35 класса МКТУ *«автоматизированное ведение файлов, агентства по коммерческой информации, анализ себестоимости, аренда площадей для размещения рекламы, аукционная продажа, ведение бухгалтерских книг, выпуск рекламных материалов, запись сообщений, изучение общественного мнения, комплектование штата сотрудников, консультации по вопросам штата сотрудников, консультации по управлению делами, наем помещений для сдачи их в аренду, обработка текста, организация торговых ярмарок для коммерческих или рекламных целей, оформление витрин, оценка деловых операций, подготовка платежных документов, помощь по управлению делами [по разработке проектов, планов, составлению смет], помощь по управлению коммерческими или промышленными операциями, почтовая рассылка рекламных материалов [проспектов, брошюр и т.п.], проверка счетов,*

прогнозирование экономическое, прокат конторских машин и оборудования, прокат оборудования для офисов, прокат рекламных материалов, прокат фотокопировального оборудования, публикация рекламных текстов, радиореклама, расклейка объявлений, афиши, распространение образцов, распространение рекламных объявлений, реклама, реклама в газете, реклама телевизионная, рекламная хроника [составление рекламных полос в печатных изданиях], рекламные агентства, репродуцирование документов, сбор информации в машинные базы данных, систематизация информации в машинных базах данных, служба телефонных ответчиков, составление налоговых деклараций, составление отчетов о состоянии счетов, справки о деловых операциях, управление гостиницами, услуги в области общественных отношений, услуги манекенищиков и предоставление манекенов для рекламы или роста сбыта товаров, фотокопирование, экспертиза в деловых операциях».

Сопоставительный анализ заявленного обозначения «**Бочкарёв**» и

противопоставленных товарных знаков «» [1], «**БОЧКАРИ**»

[2], «» [3], «» [4], «**БОЧКАРИ**» [5], «**БОЧКАРЁВ**» [6], «**BOCHKAREV**» [7], «**BOTCHKAROV**» [8] на предмет их сходства показал следующее.

Согласно сложившейся правоприменительной судебной 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.

В заявленном обозначении «**Бочкарёв**» единственным индивидуализирующим элементом является слово «Бочкарёв», которое, как справедливо указано в возражении, воспринимается в качестве имени собственного, а именно русской фамилии. Согласно общедоступным сведениям сети Интернет (см. <https://www.analizfamilii.ru/>¹, где приводится ссылка на такие словарные источники как: Веселовский С.Б. Ономастикон. М., 1974, Тупиков Н.М. Словарь древнерусских личных имен. СПб., 1903, Унбегаун Б.- О. Русские фамилии. М., 1995, Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1998) фамилия «Бочкарёв» принадлежит к типу русских фамилий, образованных от прозвища, указывающего на род занятий их носителей. К числу подобных «профессиональных» именовании относится и бытовавшее некогда прозвище Бочкарь. Бочкарями в станину называли ремесленников, промышлявших изготовлением «обручной или вязаной деревянной посуды» - различных бочек, кадок и т.п.

Противопоставленные товарные знаки [6] – [8] также содержат в своем составе единственный индивидуализирующий элемент «БОЧКАРЁВ» / «BOCHKAREV» / «BOCHKAROV», при этом данные слова фактически являются

¹ <https://www.analizfamilii.ru/Bochkareva/proishozhdenie.html?ysclid=l4z8xjj5u6256168518>

транслитерацией друг друга буквами русского и латинского алфавитов, воспринимаются в качестве русской фамилии с вышеприведенной этимологией.

Заявленное обозначение «**Бочкарёв**» и противопоставленный товарный знак «**БОЧКАРЁВ**» [6] являются тождественными в фонетическом и семантическом отношении, имеют высокую степень графического сходства за счет выполнения этих словесных обозначений буквами одного алфавита – русского. Заявленное обозначение тождественно по смыслу с противопоставленными товарными знаками «**BOCHKAREV**» [7], «**BOTCHKAROV**» [8], а также между этими словесными обозначениями имеется высокая степень фонетического сходства за счет совпадения большинства входящих в их состав звуков. Сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [6] - [8] заявителем не отрицается.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки «» [1], «» [2], «» [3], «» [4], «**БОЧКАРИ**» [5] представляют собой серию, образованную на основе индивидуализирующего словесного элемента «БОЧКАРИ».

Заявленное обозначение «Бочкарёв» и противопоставленные товарные знаки [6] - [8] с основным (или единственным) индивидуализирующим словесным элементом «БОЧКАРИ» характеризуются фонетическим сходством за счет тождества звучания их начальных частей «бочкар-», в сопоставляемых обозначениях совпадает большинства гласных и согласных звуков, имеется одинаковый порядок расположения совпадающих звуков, совпадает число слогов, ударение падает на последний слог. Сопоставляемые индивидуализирующие элементы «Бочкарев» и «БОЧКАРИ» вызывают сходные смысловые ассоциации, связанные с названием устаревшей профессии «бочкарь». Выполнение

сравниваемых словесных элементов буквами русского алфавита сближает их визуально.

Коллегия приняла к сведению довод заявителя о том, что слово «БОЧКАРИ» может восприниматься в качестве наименования населенного пункта. Действительно, в общедоступных источниках информации² Бочкари фигурирует в качестве топонима, которым обозначаются населенные пункты (поселки, деревни) в различных регионах Российской Федерации (Рязанская обл., Нижегородская обл., Свердловская обл., Смоленская обл.). Вместе с тем указанный топоним, также как и фамилия Бочкарёв, произошел от наименования профессиональной деятельности, т.е. по занятию жителей, занимавшихся изготовлением бочек³. Данные обстоятельства также обуславливают вывод о том, что сопоставляемые обозначения «Бочкарёв» и «БОЧКАРИ», даже при их восприятии в качестве фамилии и топонима, порождают сходные смысловые ассоциации.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [8] сходны друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Необходимо отметить, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [8] предназначены для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ.

Так, регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ *«услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров»*, т.е. данная услуга представляет собой деятельность по реализации различной продукции, которая относится к такой категории как *«продвижение товаров»*.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки [1] - [6] зарегистрированы для широкого перечня услуг 35 класса МКТУ, который включает непосредственно услуги по продаже товаров, в том числе оптом и в розницу, так и различные виды услуг по продвижению товаров. Однородность услуг 35 класса

² <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бочкари>; <https://wordmap.ru/meaning/бочкари?ysclid=l4zbvw4fwe14459577>

³ http://info.rounb.ru/elbibl/kray/top_slov.pdf (Топонимический словарь Рязанской области, 2-е изд., испр. и доп. / Под ред. А.А. Никольского; Ряз. гос. пед. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2004, стр. 32)

МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] - [6] заявителем не оспаривается.

Что касается противопоставленных товарных знаков [6] - [8], то они зарегистрированы, в частности, для такого вида услуг, связанных с продвижением товаров, а именно их непосредственным введением в гражданский оборот как «аукционная продажа» ([6] - [8]) и «организация торговых ярмарок для коммерческих или рекламных целей» ([8]).

Следует констатировать, что магазин⁴ представляют собой предприятие торговли.

Между тем под торговой ярмаркой⁵ понимают крупный, периодически или постоянно действующий и открытый рынок, собирающийся регулярно в одних и тех же местах, в определенное время года и в установленный срок для демонстрации образцов товаров и заключения коммерческих сделок или большой сельский базар, рынок.

В свою очередь аукцион⁶ - это разновидность продажи товаров, когда товары продаются покупателям, предложившим наибольшую цену. На аукционах обычно продаются те вещи, на которые, вероятно, найдется несколько конкурирующих между собой покупателей, например дома, подержанная и антикварная мебель, произведения искусства и т.д., а также некоторые товары (чай, щетина, шерсть, меха и т.д.), которые могут выставляться как отдельные лоты в отличие от стандартных образцов или образцов различного качества одного и того же товара.

Деятельность магазинов, торговых ярмарок и аукционов непосредственно относится к продвижению товаров, а именно их реализации, т.е. доведению до конечного потребителя. Сопоставляемые услуги заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [6] - [8], несмотря на приведенные заявителем, нюансы оказания, тем не менее, относятся к одной родовой группе, имеют одинаковое назначение и могут охватывать один круг потребителей, что, вопреки доводам возражения, обуславливает вывод об их однородности.

⁴ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/185062;>

⁵ https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/16278/ТОРГОВАЯ?ysclid=l4zd0oyxk2378530253;

⁶ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/1008>

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [8] характеризуются высокой степенью сходства, предназначены для маркировки однородных услуг 35 класса МКТУ.

В силу установленной выше высокой степени сходства и однородности услуг сравниваемых обозначений заявленное обозначение признается сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1] - [8] согласно требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ, что обуславливает вывод об отсутствии оснований для удовлетворения поступившего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 09.05.2022, оставить в силе решение Роспатента от 12.04.2022.