

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (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 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 08.07.2021 возражение, поданное Ассоциацией торговых компаний «ТОГАС», Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020713271, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «OffmiteTM «Togas Innovations»» по заявке № 2020713271, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 16.03.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 20, 24, 27, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 09.03.2021 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020713271 в отношении товаров и услуг 20 (части), 27 (части) и 35 (части) классов МКТУ с указанием элементов «TM» и «Innovations» в качестве неохраняемых (пункт 1 статьи 1483 Кодекса). В отношении товаров 20 (части), 24 (всех), 27 (части) и услуг 35 (части) классов МКТУ в регистрации заявленного обозначения отказано по основаниям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Так, в заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- с товарными знаками «OFF-WHITE», «OFF-WHITE C/O VIRGIL ABLOH», «OFF-WHITE» по свидетельствам №№ 609112 (приоритет от 16.03.2016), 608982 (приоритет от 16.03.2016), 736922 (приоритет от 16.05.2019), зарегистрированными на имя Офф-Вайт ЛЛСи, Соединенные Штаты Америки, в отношении однородных товаров и услуг 20, 24, 27 и 35 классов МКТУ

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 08.07.2021, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 09.03.2021. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками по фонетическому, визуальному и смысловому признакам сходства;

- заявитель претендует на правовую охрану пространственно-композиционного решения в целом, а также всех элементов обозначения в совокупности, как их и воспринимает потребитель;

- противопоставленные товарные знаки не образуют серию товарных знаков одного лица;

- сильными элементами сравниваемых обозначений является слова «mite» (в переводе с английского языка на русский означает «крошка») и «white» (в переводе с английского языка на русский означает «белый цвет»), которые не сходны по смысловому признаку сходства;

- доводы заявителя о несхождении обозначений подтверждаются практикой регистраций товарных знаков, приведенных в возражении;

- товары заявителя и товары правообладателя противопоставленных регистраций относятся к разной ценовой категории, следовательно, сравниваемые обозначения, маркирующие эти товары, не будут смешиваться потребителями;

- результаты социологического опроса потребителей, представленные в заключении ФНИСЦ РАН № 121-2020 от 03.11.2020, показывают, что потребитель

четко различает заявленный товарный знак и два противопоставленных знака одного заявителя.

На основании изложенных доводов заявитель просит удовлетворить возражение, изменить решение Роспатента от 09.03.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020713271 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 05.08.2021, коллегией указано на выявленное несоответствие заявленного обозначения пункту 6(2) статьи 1483 Кодекса в связи с противопоставленными регистрациями в отношении более широкого перечня товаров и услуг, в частности, в отношении услуг, относящихся к родовой группе «продвижение товаров», для которых оспариваемым решением ошибочно установлена возможность регистрации заявленного обозначения.

Заявитель представил ходатайство о том, что дополнительного времени для ответа на новые доводы коллегии ему не требуется. При этом устно представитель заявителя отметил, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки не являются сходными, в связи с чем расширение перечня товаров и услуг, признанных однородными, не влечет изменение позиции заявителя по делу.

Изучив материалы дела и заслушав участников представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (16.03.2020) заявки № 2020713271 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 пунктом 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.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохранные элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 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.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 42 Правил 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; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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 обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет

самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

Согласно пункту 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 «OffmiteTM Togas Innovations» по заявке № 2020713271 является комбинированным, включает словесные элементы «OFFMITE», «TOGAS» и «INNOVATIONS», расположенные в две строки под изобразительным элементом, имеющим форму квадрата с закругленными углами. Справа над словом «OFFMITE» расположен знак охраны «TM», являющийся неохраняемым элементом товарного знака. Обозначение представлено в сиреневом, светло-сиреневом, бирюзовом, светло-голубом, черном, белом цветовом сочетании. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров и услуг 20, 24, 27 и 35 классов МКТУ, указанных в заявке.

Вывод экспертизы о несоответствии элемента «INNOVATIONS» пункту 1 статьи 1483 Кодекса заявителем не оспаривается. При этом правомерность

указанного вывода обусловлена семантическим значением данного слова, означающего «новинка», «новая идея», «метод или механизм», «нововведение», «новшество», «инновация», «новаторство», «новация» (см. <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/INNOVATIONS>), являющегося хвalebной характеристикой заявленных товаров и связанных с ними услуг.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки «OFF-WHITE», «OFF-WHITE C/O VIRGIL ABLOH», «OFF-WHITE» по свидетельствам №№ 609112 (приоритет от 16.03.2016), 608982 (приоритет от 16.03.2016), 736922 (приоритет от 16.05.2019) являются словесными, выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в одну строку.

Основным доминирующим элементом заявленного обозначения является словесный элемент «OFFMITE», поскольку именно он обуславливает индивидуализирующую способность обозначения в целом.

Доминирующим элементом противопоставленных товарных знаков «OFF-WHITE», «OFF-WHITE», а также «OFF-WHITE C/O VIRGIL ABLOH» является элемент «OFF-WHITE», являющийся либо единственным, либо расположенным в начальной сильной позиции и акцентирующим на себе внимание в первую очередь.

В своем возражении заявитель приводит довод о том, что элементы «OFFMITE» и «OFF-WHITE» имеют разное смысловое значение. Вместе с тем слово «OFFMITE» является фантазийным, поскольку отсутствует в словарных источниках. Разделение этого слова на части не обусловлено ни его графикой, ни образом обозначения в целом, поскольку «OFF» имеет множество значений, в том числе, в качестве наречия, предлога, междометия, а также прилагательного и глагола (см. <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/off>), и ни одно из них не

образует смысловую связь со словом «MITE», означающим «скромная доля», «лептаминиатура», «маленькая вещь»; «крошечное существо» (см. <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/mite>).

При этом даже если принимать во внимание передоложенное заявителем разделение, то коллегия не усматривает оснований для учета смысловых значений образующихся частей, поскольку указанные слова являются мало известными среднему российскому потребителю, который, в большинстве своем, недостаточно владеет иностранными языками, в том числе и английским языком, в связи с чем потребителю вряд ли известен перевод этих слов английского языка. В этом случае восприятие основного элемента заявленного обозначения обозначений, вероятнее всего, будет основываться на фонетике и графике этого словесного элементов.

В данном случае сравнение доминирующих элементов «OFFMITE» и «OFF-WHITE» показывает, что в них совпадают как по звучанию (фонетике), так и по написанию (графике), начальные и конечные звуки и буквы, что позволяет сделать вывод о сходстве этих обозначений по фонетическому и графическому признакам сходства словесных обозначений. При этом важным представляется то обстоятельство, что различающиеся буквы «M» и «W» визуально воспринимаются сходными, как отражающими друг друга относительно горизонта.

Таким образом, фонетическое и визуальное сходство, наряду с отсутствием смыслового значения у одного из сравниваемых слов, свидетельствуют о сходстве сопоставляемых обозначений в целом, несмотря на отдельные отличия.

Заявленные товары 20 класса МКТУ «бамперы защитные для детских кроваток, за исключением постельного белья; блоки пластмассовые для штор; браслеты опознавательные неметаллические; буфеты; бюсты из дерева, воска, гипса или пластмасс; валики для поддерживания подушек; верстаки; верстаки с тисками [мебель]; вешалки для костюмов напольные; вешалки для одежды [мебель]; вешалки для одежды [плечики]; витрины; витрины [мебель]; витрины для газет; витрины для ювелирных изделий; вывески деревянные или пластиковые; гардеробы [шкафы платяные]; дверцы для мебели; держатели для занавесей, за исключением текстильных; диваны; доводчики дверные неметаллические, неэлектрические; доски

для ключей; жалюзи внутренние [мебель]; жалюзи внутренние бумажные; жалюзи внутренние из плетеного дерева; жалюзи внутренние текстильные; жардиньерки [мебель]; завязки для занавесей; заменители панцирей черепах; замки навесные неметаллические, за исключением электронных; замки неметаллические, за исключением электрических; занавеси из бисера декоративные; запоры дверные неметаллические; защелки неметаллические; зеркала; зеркала ручные [зеркала туалетные]; изделия бамбуковые; изделия из когтей животных; изделия из копыт животных; изделия из кораллов; изделия из морской пенки; изделия из необработанного или частично обработанного китового уса; изделия из оленьих рогов; изделия из панциря черепах; изделия из раковин; изделия из рога необработанного или частично обработанного; изделия из рогов животных; изделия из ротанговой пальмы; изделия из слоновой растительной кости; изделия из соломы плетеные, за исключением циновок; изделия плетеные; изделия художественные из дерева, воска, гипса или пластмасс; изделия художественные резные деревянные; камыш [сырье для плетения]; канопе; карнизы для занавесей; картотеки [мебель]; ключи пластиковые; ключи-карточки пластиковые без кода и ненамагниченные; коврики для детского манежа; коврики напольные для сна; колесики для кроватей неметаллические; колесики для мебели неметаллические; колоды для рубки мяса [столы]; колокольчики ветровые [украшения]; колокольчики дверные неметаллические, неэлектрические; колыбели; кольца для занавесей; кольца разъемные для ключей неметаллические; комоды; консоли [мебель]; конторки; корзины неметаллические; корзины-переноски для новорожденных; коробки для бутылок деревянные; коробки для инструментов неметаллические; кресла; кресла парикмахерские; кресла раздвижные легкие; кровати; кровати больничные; кровати водяные, за исключением медицинских; кровати деревянные; кровати надувные, за исключением медицинских; кровати детские; кромка пластмассовая для мебели; кронштейны для мебели неметаллические; крышки столов; крючки ветровые оконные неметаллические; крючки вешалок для одежды неметаллические; крючки для занавесей; крючки для одежды неметаллические; крючки для сумок неметаллические; лестницы приставные деревянные или пластмассовые; манежи для

детей; матрацы; матрацы надувные, за исключением медицинских; матрацы туристические; маты для сна; мебель; мебель металлическая; мебель надувная; мебель офисная; мебель школьная; мобайлы [украшения]; молотки дверные, неметаллические; направляющие для занавесей; направляющие для раздвижных дверей неметаллические; ножки для мебели; ножки короткие для мебели; номера зданий несветящиеся неметаллические; ограничители дверные неметаллические или каучуковые; ограничители оконные неметаллические или каучуковые; основания для кроватей; перегородки для мебели деревянные; перегородки отдельностоящие [мебель]; перламутр необработанный или частично обработанный; пластинки янтарные; пластины опознавательные неметаллические; плитка зеркальная; подголовники [мебель]; подставки [мебель]; подставки для журналов; подставки для книг [фурнитура]; подставки для счетных машин; подставки для цветочных горшков; подстилки для пеленания детей; подушки; подушки диванные; подушки для поддержания головы младенцев; подушки для стабилизации младенцев; подушки надувные диванные, за исключением медицинских; подушки надувные, за исключением медицинских; подушки-фиксаторы для головы младенцев; полки [мебель]; полки для библиотек; полки для картотечных шкафов; полки для мебели; полки для хранения; полосы из дерева; полосы из соломы; полотенцедержатели [мебель]; полочки для шляп; поручни для ванн неметаллические; прилавки [столы]; принадлежности постельные, за исключением белья; пруты для укрепления ковров на лестнице; пюпитры; распятия из дерева, воска, гипса или пластмасс, за исключением ювелирных изделий; ролики для занавесей; ручки дверные неметаллические; ручки круглые неметаллические; секретеры; сиденья для ванны детские; сиденья металлические; скамьи [мебель]; софы; статуи из дерева, воска, гипса или пластмасс; статуэтки из дерева, воска, гипса или пластмасс; створки раковин устриц; стекло посеребренное [зеркала]; стеллажи; стержни янтарные; стойки для зонтов; стойки для ружей; столики на колесиках для компьютеров [мебель]; столики рабочие на колени; столики туалетные; столики умывальные [мебель]; столы; столы для пишущих машин; столы для рисования, черчения; столы массажные; столы металлические; столы пеленальные настенные; столы пильные

[мебель]; столы письменные; столы рабочие портативные; столы сервировочные; столы сервировочные на колесиках [мебель]; стремянки [лестницы] неметаллические; стремянки неметаллические; стулья [сиденья]; стулья высокие для младенцев; стулья для душа; сундуки неметаллические; табуреты; табуреты для ног; тележки [мебель]; тесьма плетеная из соломы; тюфяки соломенные; украшения из пластмасс для продуктов питания; умывальники [мебель]; упоры дверные неметаллические; упоры оконные неметаллические; устройства для закрывания окон неметаллические неэлектрические; устройства для открывания дверей неметаллические неэлектрические; устройства для открывания окон неметаллические неэлектрические; фигурки из дерева, воска, гипса или пластмасс; фурнитура дверная неметаллическая; фурнитура для кроватей неметаллическая; фурнитура мебельная неметаллическая; фурнитура оконная неметаллическая; ходунки детские; чехлы для одежды [хранение]; чучела животных; чучела птиц; шарниры неметаллические; шезлонги; ширмы [мебель]; шкафы для документов; шкафы для лекарств; шкафы для посуды; шкафы для хранения пищевых продуктов; шкафы книжные; шкафы платяные; шкафы стенные; шкивы для подъемных окон неметаллические; шкивы оконные неметаллические; шторы бамбуковые; шторы внутренние из планок; экраны каминные [мебель]; янтарь; ящики выдвижные; ящики для игрушек; ящики для инструментов неметаллические; ящики из дерева или пластика; ящики почтовые неметаллические и некаменные; ящики с перегородками для бутылок» являются однородными товарам 20 класса МКТУ «подушки; подушки диванные; кровати; матрацы; обстановка мебельная; кольца для ключей неметаллические; браслеты опознавательные неметаллические», указанным в перечнях регистраций № 608982, 609112, поскольку относятся к общей родовой группе «мебель и предметы интерьера», являются взаимодополняемыми, взаимозаменяемыми, имеют общие условия реализации и круг потребителей.

Заявленные товары 24 класса МКТУ «байка [ткань]; баннеры текстильные или пластиковые; бархат; белье для домашнего хозяйства; белье из узорчатого полотна; белье купальное [за исключением одежды]; белье постельное; белье столовое, за исключением бумажного; бортики-бамперы для детских кроватей [постельное

белье]; бортовка; бумазея; вкладыши для спальных мешков; войлок; вымпелы текстильные или пластиковые; газ [ткань]; дамаст [ткани камчатные]; джерси [ткань]; дорожки для столов не из бумаги; дрогет [ткань с рисунком]; занавеси для душа текстильные или пластмассовые; занавеси текстильные или пластмассовые; занавеси тюлевые; зефир [ткань]; канва для вышивания или ткачества; кисея; конверты для новорожденных; креп [ткань]; крепон; марабу [ткань]; материалы для обивки мебели текстильные; материалы для текстильных изделий; материалы для фильтрования текстильные; материалы драпировочные для стен текстильные; материалы нетканые текстильные; материалы пластмассовые [заменители тканей]; материалы текстильные; маты на стол текстильные; мешки бивуачные, являющиеся защитными чехлами для спальных мешков; мешки спальные; мешки спальные для новорожденных; молескин [ткань]; муслин [ткань]; наволочки; наматрацники; одеяла; одеяла для домашних животных; парча; пеленки тканевые для младенцев; платки носовые из текстильных материалов; пледы для пикника; пледы дорожные; поддонники текстильные; подзоры для кроватей; подкладка [ткань]; подкладка для шляп текстильная; подхваты для занавесей текстильные; покрывала постельные; покрывала постельные бумажные; покрытия для мебели пластмассовые; полотенца текстильные; полотно; полотно из пенькового волокна; полотно прорезиненное, за исключением используемого для канцелярских целей; полотно текстильное для печатных машин; портьеры [занавеси]; простыни; пуховики [одеяла пуховые]; рукавицы для мытья тела; саваны; салфетки для протирания стеклянной посуды [полотенца]; салфетки для снятия грима текстильные; салфетки косметические текстильные; салфетки под приборы текстильные; салфетки столовые текстильные; сетки противомоскитные; ситец; скатерти клеенчатые; скатерти, за исключением бумажных; сукно бильярдное; тафта [ткань]; тик [полотно матрацное]; тик [ткань льняная]; ткани; ткани бельевые; ткани газонепроницаемые для аэростатов; ткани джутовые; ткани для обуви; ткани из волокна рами; ткани из дрока; ткани из искусственного шелка; ткани из стекловолокна текстильные; ткани клейкие, приклеиваемые при высокой температуре; ткани льняные; ткани обивочные для мебели; ткани пеньковые; ткани подкладочные для обуви; ткани с узорами для

вышивания; ткани синельные; ткани ситцевые набивные; ткани трикотажные; ткани хлопчатобумажные; ткани шелковые для типографских шаблонов; ткани шерстяные; ткани эластичные; ткани, имитирующие шкуры животных; ткань волосяная [мешковина]; ткань хлопчатобумажная для обертки сыров; тюль; флаги текстильные или пластиковые; фланель; холст [ткань]; чехлы для диванных подушек; чехлы для крышек туалетов тканевые; чехлы для мебели; чехлы для подушек; шевииот [ткань]; шелк [ткань]; этикетки из текстильных материалов» относятся к общей родовой группе «ткани и изделия из ткани», к которой также относятся товары противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 609112 и 608982, следовательно, сравниваемые товары имеют общий род, вид, назначение, круг потребителей и условия реализации.

Заявленные товары «коврики для занятий йогой; коврики напольные огнестойкие для каминов и барбекю; ковры; ковры для автомобилей; ковры для ванных комнат; ковры, препятствующие скольжению; линолеум; материалы драпировочные настенные, нетекстильные; маты для лыжных склонов; обои; обои текстильные; подложки для ковровых покрытий; подстилки мягкие гимнастические; покрытия виниловые напольные; покрытия для полов; покрытия настенные текстильные; половики для вытирания ног; татами; циновки; циновки тростниковые» 27 класса МКТУ представляют собой напольные покрытия. Эти товары по всем признакам однородности однородны товарам «ковры; ковровые покрытия для дома; коврики напольные текстильные для дома; стенные обои и обивочные материалы, нетекстильные; коврики пластиковые для ванной; коврики резиновые для ванной; бордюры в качестве стенных украшений в виде покрытия для стен; бордюры обойные для стен; покрытия с твердой поверхностью для полов; покрытия настенные виниловые; коврики для занятий йогой; коврики текстильные для ванной; коврики махровые для ванной» противопоставленной регистрации № 736922.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся

коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; 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 рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами

обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги рекламные “оплата за клик”; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по оптовой или розничной продаже постельного белья; администрирование программ поощрительных премий с целью стимулирования продажи товаров и услуг для третьих лиц; администрирование программ поощрительных премий с целью стимулирования продаж товаров и услуг для третьих лиц; демонстрационные услуги продажи для третьих лиц; заключение контрактов для третьих лиц на покупку и продажу товаров; заключение контрактов на покупку и продажу товаров и услуг для третьих лиц; закупка контрактов на покупку и продажу товаров и услуг; консультации по вопросам управления бизнесом, относящиеся к стратегии, маркетингу, производству, персоналу и розничной продаже; контракты на закупку для третьих лиц, связанные с продажей товаров; организация, осуществление и контроль продаж и рекламных поощрительных программ; получение контрактов на покупку и продажу продукции; предоставление рекомендаций относительно продаж и технических методов; продвижение продаж продукции и услуг других лиц путём предоставления баллов при использовании кредитных карт; продвижение товаров в целях покупки или продажи (для третьих лиц); согласование договоров, связанных с куплей-продажей товаров; содействие продаже модных товаров через статьи в журналах; управление продажами и программами стимулирования; услуги деловые посреднические и консультационные в области продажи товаров; услуги по бизнес-управлению для оформления продаж, сделанных через интернет; услуги по контролированию объема продаж для третьих лиц; услуги по оптовой или розничной продаже тканых материалов; услуги рекламные, связанные с продажей товаров; услуги розничной и оптовой продажи мебели; услуги розничной и оптовой продажи одежды; услуги управления бизнесом, связанным с обработкой продаж, сделанных через глобальную компьютерную сеть», в отношении которых оспариваемым решением установлено несоответствие заявленного обозначения требованиям

законодательства, относятся к родовой группе услуг «услуги, связанные с продвижением товаров», поскольку под «продвижением товаров» следует понимать совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров.

Вместе с тем коллегия отмечает, что перечень 35 класса МКТУ содержит также иные услуги, которые могут быть отнесены к названной родовой группе услуг. Так, к таким услугам следует отнести информационные бизнес (деловые) услуги, находящиеся в 35 классе МКТУ, поскольку деловая информация – это сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации. Размещение информации о товарах также имеет своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования и может рассматриваться как реклама этого товара.

Маркетинговые исследования, услуги по изучению рынка и т.п. услуги представляют собой анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него ценность (<http://www.glossary.ru>).

Целью маркетинговых исследований является помощь предприятию по определению возможности массового производства товаров или услуг, по установлению иерархии характеристик товаров или услуг, способных обеспечить успех на рынке, по проведению анализа типологий и мотиваций имеющейся и потенциальной клиентуры, по определению цены и оптимальных условий продажи товаров и услуг.

Данная правовая позиция отражена, в частности, в решении Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 по делу № СИП-469/2017.

Посредническая деятельность реализуется по договорам поручения, комиссии, агентским. Целью таких услуг является выполнение определенных действия по поручению и за счет другой стороны. Чаще всего поручение касается купли-продажи товаров, что позволяет отнести посредническую деятельность также и к деятельности по продвижению товаров третьих лиц.

Таким образом, услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; оценка коммерческой деятельности; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; экспертиза деловая; исследования в области бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных;» также могут быть отнесены к общему понятию «продвижение товаров» и, следовательно, быть признаны однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам № 608982, 609112, которые также относятся к общему понятию «продвижение товаров».

Коллегия отмечает, что однородность заявителем в возражении не оспаривается.

Вероятность смешения спорного обозначения с противопоставленным товарным знаком определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлено сходство сравниваемых обозначений и однородности товаров и услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначения и товарных знаков.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками в отношении однородных товаров 20, 24, 27 и услуг 35 классов МКТУ, перечисленных выше, следовательно, заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса для этих товаров и услуг.

Относительно представленного заявителем заключения ФНИСЦ РАН, касающегося мнения потребителей относительно сходства сопоставляемых обозначений, коллегия поясняет, что оценка сходства обозначений осуществляется на основе норм Кодекса и Правил с учетом существующих методологических подходов, а также разъяснений высшей судебной инстанции.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 08.07.2021, изменить решение Роспатента от 09.03.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020713271 с учетом дополнительных оснований.