

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

КОЛЛЕГИИ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.10.2023, поданное Индивидуальным предпринимателем Найчуком Олегом Николаевичем, Республика Крым, г. Керчь (далее - заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022716448 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2022716448 подано на регистрацию 17.03.2022 на имя заявителя в отношении товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявляется



комбинированное обозначение «», состоящее из стилизованного изображения капли голубого и синего цветов, на фоне которой расположены полосы


различной формы серого цвета. Ниже расположено стилизованное изображение листьев зеленого и светло-зеленого цветов, под которым расположены словесные элементы «Чистый Крым», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Обозначение заявлено в сером, голубом, синем, зеленом, светло-зеленом цветовом сочетании.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности принято решение от 27.06.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022716448 в отношении всех заявленных товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 6 и пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение включает в свой состав словесный элемент «Крым» («Крым» - (Республика Крым), субъект Российской Федерации. Расположен на Крымском полуострове, омывается водами Чёрного (на западе и юге) и Азовского (на северо-востоке) морей (длина береговой линии св. 1 тыс. км). / см. Интернет-словарь Большой российской энциклопедии https://bigenc.ru/domestic_history/text/5682887) не обладает различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, является неохраноспособным элементом обозначения, поскольку указывает на местонахождение изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги), а также на место производства товаров (оказания услуг).

Кроме того в решении экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками:

- «» по свидетельству №557694, с приоритетом от 21.07.2006 в отношении однородных товаров 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ [1].

Также экспертизой было установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее заявленным на регистрацию в качестве наименования места происхождения товаров обозначением «КРЫМСКОЕ МЫЛО», заявка

№2021700598 (с приоритетом от 09.07.2021, делопроизводство по заявке не завершено), в отношении товаров «МЫЛО ручное», поданным на имя ООО "Мануфактура Дом Природы", 295003, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Балаклавская, 68, лит. А, комн. 85 [2];

- с наименованием мест происхождения товаров №240 «минеральная вода «КРЫМСКАЯ», право пользования которым принадлежит Акционерному обществу «ПИВОБЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ КОМБИНАТ «КРЫМ», 295047, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Героев Сталинграда, 12, свидетельство № 240/1 [2].

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 27.10.2023 поступило возражение, в котором заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель не возражает с мнением экспертизы, что сам по себе словесный элемент «КРЫМ» указывает на место производства товаров, местонахождение лица, оказывающего услуги, является неохраняемым элементом обозначения;

- в то же время заявитель просит принять во внимание, что заявленное обозначение «Чистый Крым» представляет собой словосочетание, в состав которого входит два слова;

- словесный элемент «Чистый Крым» является грамматически связанным неделимым словосочетанием, представляющим собой яркий красочный образ, вызывающий у потребителя определенные ассоциации и эмоции и в целом является охраноспособным;

- в соответствии с данным основанием заявитель полагает, что в отношении словесного элемента заявленного обозначения не могут быть противопоставлены сходные товарные знаки;

- указание экспертизой, что сравниваемые обозначения сходны фонетически и семантически не оспаривается заявителем. Вместе с тем, в отношении обозначений, которые сами по себе не обладают различительной способностью, данные критерии сходства не могут быть применены;

- заявитель отмечает, что заявленными обозначениям, состоящим только из элементов, характеризующих товары, не предоставляется правовая охрана, а

производителям – исключительное право на их использование, так как у любого лица может возникнуть необходимость использовать в гражданском обороте обозначения, которые характеризуют товар;

- словесный элемент «КРЫМ» противопоставленного товарного знака и заявляемого обозначения указывает на местонахождение изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги), а также на место производства товаров (оказания услуг);

- заявленным обозначениям, состоящим только из элементов, характеризующих товары, не предоставляется правовая охрана, а производителям – исключительное право на их использование, так как у любого лица может возникнуть необходимость использовать в гражданском обороте обозначения, которые характеризуют товар;

- словесный элемент «КРЫМ» противопоставленного товарного знака по свидетельству №557694 и заявляемого обозначения указывает на местонахождение изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги), а также на место производства товаров (оказания услуг);

- таким образом, любое лицо, оказывающее подобные услуги, вправе и должно обладать возможностью использования в своей деятельности при оказании подобных услуг подобное обозначение;

- в связи с этим, заявитель полагает, что в отношении словесного элемента заявленного обозначения не может быть противопоставлен товарный знак по свидетельству №557694;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с НМПТ «КРЫМСКАЯ» и заявкой на НМПТ «КРЫМСКОЕ МЫЛО» на основании фонетического, графического и семантического критериев;

- несмотря на то, что у заявителя отсутствует исключительное право использования упомянутых НМПТ, в регистрации товарного знака для товаров неоднородных тем, для которых предназначено НМПТ, не должно быть отказано;

- по мнению заявителя, в результате восприятия заявленного обозначения и НМПТ ассоциативные связи между ними не образуются, что объективно объясняется отсутствием между словами «МЫЛО» и «ЧИСТЫЙ» смысловой

близости, равно как и предпосылок для возникновения каких-либо ассоциаций. Единственное совпадение словесных элементов сравниваемых обозначений заключается в том, что они включают в себя указание на географический объект (заведомо слабый элемент), что, учитывая отсутствие каких-либо ассоциативных связей, очевидно, является недостаточным для включения «ЧИСТЫЙ КРЫМ» в поле ассоциаций обозначений «КРЫМСКОЕ МЫЛО» и «КРЫМСКАЯ»;

- отдельно заявитель обращает особое внимание на сложившуюся правовую позицию Суда по интеллектуальным правам, согласно которой специализированный судебный орган не раз обращал внимание патентного ведомства на возможность регистрации товарных знаков с использованием географических наименований, которые включены в НМПТ. Например, решением Суда по интеллектуальным правам от 24.03.2020 по делу №СИП-645/2019 отменено решение Роспатента об отказе в регистрации комбинированного обозначения «Алтайский стандарт» из-за его сходства с НМПТ «АЛТАЙСКИЙ МЁД» №142, решением Суда по интеллектуальным правам от 06.10.2020 по делу №СИП-551/2020 отменено решение Роспатента об отказе в регистрации словесного обозначения «ТУЛЬСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ» из-за его сходства с НМПТ «ТУЛЬСКИЙ ПРЯНИК» №32.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022716448 в отношении заявленных товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (17.03.2022) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя 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 июля 2015 г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, состоящих только из элементов, 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.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой

учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 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 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с Кодексом, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Согласно требованиям пункта 47 Правил на основании пункта 7 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не относится ли заявленное обозначение в отношении любых товаров к обозначениям, тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации наименованием места происхождения

товара или с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака.

При этом учитывается тот факт, что такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение может быть включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 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 пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями 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; 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 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.



Заявленное обозначение является комбинированное обозначение «», состоящее из стилизованного изображения капли голубого и синего цветов, на фоне которой расположены полосы различной формы серого цвета. Ниже расположено стилизованное изображение листьев зеленого и светло-зеленого цветов, под которым расположены словесные элементы «Чистый Крым», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Обозначение заявлено в сером,

голубом, синем, зеленом, светло-зеленом цветовом сочетании. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение содержит в своем составе словесные элементы: «Чистый Крым», где:

1. «Чистый» - прилагательное (чистым называют то, на чём нет грязи, мусора, пыли и т. п. Чистый пол. | Чистые улицы. | Им выдали чистое бельё и новые комбинезоны. | Они сели в чистый, прохладный вагон, см. Толковый словарь Дмитриева, <https://dic.academic.ru>;

2. «Крым» - субъект Российской Федерации. Расположен на Крымском полуострове, омывается водами Чёрного (на западе и юге) и Азовского (на северо-востоке) морей (длина береговой линии св. 1 тыс. км), см. Интернет-словарь Большой российской энциклопедии https://bigenc.ru/domestic_history/text/5682887).

Коллегия отмечает, что географический объект Крым известен российскому потребителю, поскольку имеются многочисленные русифицированные ссылки в сети Интернет с информацией о данном географическом объекте (см. <https://ru.wikipedia.org>, <https://www.culture.ru/s/crimea/>, <https://www.kp.ru/russia/krym/>, <https://vmeste-rf.tv/regions/republic-of-crimea/>, <http://orv.gov.ru/Regions/Details/2>, <https://zapovedcrimea.ru/> и т.д.).

Также коллегия обращает внимание на то, что Крым славится производством натуральных косметических средств. Основа крымской косметики – это целебные травы, чистые растительные и эфирные масла, натуральные экстракты и минералы, см. например, <https://крымская-косметика.пф/>, <https://kosmetika-krym.ru/>, <https://lavanda.ru/company>, <https://crimskaya-cosmetica.ru/> и т.д.

Таким образом, в силу своего семантического значения обозначение «Крым» воспринимается как указание на место происхождения товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, то есть является описательным. В этой связи целесообразно обратить внимание, что обозначения, характеризующие товары (услуги), должны

быть свободными для использования всеми производителями в гражданском обороте в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Словесный элемент «Чистый» заявленного обозначения является качественной характеристикой заявленных товаров и связанных с ними услуг, а прибавление данного слова к словесному элементу «Крым» не придает словосочетанию оригинальности, в связи с чем, данный словесный элемент не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Относительно словесного элемента «Чистый» заявленного обозначения, коллегия отмечает, что исходя из значений, указанных выше слов, нельзя сделать вывод о том, что словосочетание «Чистый Крым» является устойчивым, поскольку нет таких сведений, а также, нет информации о том, что существует такое определенное понятие, как «Чистый Крым».

Вместе с тем усматривается, что все ассоциативные образы обозначения «Чистый Крым» связаны с названием географического региона. То есть именно слово «Крым» акцентирует на себе внимание при восприятии обозначения «Чистый Крым», в первую очередь, влияя на создание ассоциативных образов.

Кроме того, понятие «Крым» в сознании потребителя имеет стойкую ассоциацию с полуостровом в северной части Чёрного моря.

Таким образом, сочетание слов «Чистый» и «Крым» в силу их семантического значения не формирует новой оригинальной семантики, которая бы не совпадала со значением составляющих его слов. В связи с этим в рассматриваемом словосочетании прилагательное «Чистый» является второстепенным (слабым) по отношению к существительному «Крым».

В связи с чем, в заявленном обозначении сильным элементом является слово «Крым».

Также коллегия отмечает, что заявителем не представлены необходимые сведения об объемах поставляемых товаров, длительности и регулярности



использования обозначения «Чистый Крым», объеме затрат на рекламу, а также сведения об информированности потребителя о товарах заявителя, маркированных данным обозначением. В силу отсутствия предусмотренных пунктом 35 Правил доказательств приобретения заявленным обозначением различительной способности у коллегии нет оснований для вывода о том, что средний российский потребитель воспринимает обозначение «Чистый Крым» не в общем лексическом значении как название места происхождения товаров, а как средство индивидуализации продукции заявителя.

С учетом изложенного коллегия пришла к выводу о том, что словесный элемент «Крым» не обладает различительной способностью, указывает на место производства товаров и услуг, местонахождение заявителя, а также на вид товаров и услуг, в связи с чем, является неохранным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему был противопоставлен товарный знак [1].

Противопоставленный товарный знак [1] является словесным и состоит из оригинально выполненного словесного элемента «Крым» буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в белом, черном, светло-коричневом цветовом сочетании, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что довод заявителя о том, что противопоставление товарного знака [1], противоречит логике экспертизы, где она указывает, что словесный элемент «Крым» не обладает различительной способностью и является неохранным, не может быть учтен, поскольку коллегия при сопоставительном анализе сравниваемых комбинированных обозначений, одно из которых содержит неохраноспособные элементы, исходила из того, что оценка их сходства должна

производиться на основе общего зрительного впечатления, формируемого, в том числе благодаря неохранным элементам, а также под воздействием любых особенностей обозначений (доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного цветографического решения и др.).

Так, исходя из расположения изобразительных и словесных элементов в заявленном обозначении, коллегия пришла к выводу о том, что словесные элементы «Чистый Крым», хоть и не занимают в нем доминирующего положения, но акцентируют на себе внимание потребителей в первую очередь и несут смысловую нагрузку, за счет которой потребители ориентируются при выборе той или иной продукции на рынке товаров и услуг.

Как указывалось выше, в заявленном обозначении сильным элементом является слово «Крым».

Также коллегия отмечает, что согласно общепринятому методологическому подходу, если словесное обозначение состоит из двух и более слов, экспертиза проводится как отдельно по каждому слову, так и по всему обозначению в целом. Исключение составляют устойчивые словосочетания (например «ШАПКА МОНОМАХА», «ELIXIR D'AMOUR»), при экспертизе которых анализируется сходство всего обозначения, а не его отдельных элементов.

Учитывая то, что отсутствуют сведения устойчивости словосочетания «Чистый Крым», в этой связи при оценке сходства за основу должно быть взято сравнение словесных элементов «Крым» и «Крым».

Таким образом, в ходе сравнительного анализа заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] было установлено, что каждое из сопоставляемых обозначений включает в состав фонетически и семантически тождественные словесные элементы: «Крым»/«Крым».

При этом некоторые отличия сравниваемых знаков по графическому критерию сходства обозначений (разное цветовое и шрифтовое исполнение, разное количество слов, слогов, звуков и букв, наличие иных слов и разная внешняя форма изобразительных элементов) играют лишь второстепенную роль при восприятии данных знаков в целом.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ услуг 35 класса МКТУ, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; 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 связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; 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 подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; 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 информации телефонных справочников; 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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 прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; 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 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; 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 консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах

[офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; 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; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» заявленного обозначения являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «управление бизнесом; продвижение товаров для третьих лиц» противопоставленного товарного знака [1], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному виду услуг (услуги по продвижению товаров, услуги снабженческие, услуги рекламы, услуги в области ведения бизнеса), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком [1] в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными с услугами 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], и, следовательно, вывод

Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Также, заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в отношении всех заявленных товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему было противопоставлены заявка на НМПТ «КРЫМСКОЕ МЫЛО» [2] и НМПТ «КРЫМСКАЯ» [3], правовая охрана которому предоставлена на имя иного лица.

Сравниваемые обозначения включают сходные словесные элементы «КРЫМ»/«КРЫМСКОЕ»/«КРЫМСКАЯ».

Сравниваемые словесные элементы образованы от одного слова «Крым», что свидетельствует о подобии заложенных в обозначении понятий и обуславливает вывод об их сходстве по семантическому критерию.

Фонетическое сходство сравниваемых словесных элементов обусловлено совпадением большинством звуков, входящих в их состав, одинаковым количеством слогов и ударением.

При сравнительном анализе оспариваемого товарного знака и указанных выше противопоставленных товарных знаков [2, 3] коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеют именно фонетический и семантический факторы, на основе которых и было установлено сходство соответствующих слов.

При этом некоторые отличия сравниваемых знаков по графическому критерию сходства обозначений (разное цветовое и шрифтовое исполнение, разное количество слов, слогов, звуков и букв, наличие иных слов и разная внешняя форма изобразительных элементов) играют лишь второстепенную роль при восприятии данных знаков в целом.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Кроме того, коллегия отмечает, что известность обозначений «КРЫМСКАЯ» установлена в связи с регистрацией этого обозначения в качестве наименования места происхождения товара (статья 1516 Кодекса), что является фактором, влияющим на вероятность смешения сопоставляемых обозначений.

Противопоставленное НМППТ «КРЫМСКАЯ» зарегистрировано - в отношении товара *«вода минеральная природная питьевая лечебно-столовая»*, который относится к безалкогольным напиткам, в то же время правовая охрана товарного знака по рассматриваемой заявке испрашивается в отношении следующих товаров 03 класса МКТУ *«абразивы; амбра [парфюмерия]; антинакипины бытовые; антистатика бытовые; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; аэрозоль для освежения полости рта; баллоны со сжатым воздухом для уборки и удаления пыли; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; блески для губ; блески для ногтей; блески для тела; бруски для полирования; бумага абразивная; бумага наждачная; бумага полировальная; вазелин косметический; вакса, гуталин для обуви; вар сапожный; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вещества ароматические для отдушивания белья; вещества влагопоглощающие для посудомоечных машин; вещества клейкие для косметических целей; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; воск для паркетных полов; воск для пола; воск для пола, предохраняющий от скольжения; воск для удаления волос; воск для усов; воск обувной; воск портновский; воски для кожи; воски для полирования мебели и полов; воски обувные; воски полировочные; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гель для отбеливания зубов; гераниол; глиттеры для ногтей; глянец-крахмал для стирки; грим; дезодоранты для*

домашних животных; дезодоранты для человека или животных; депилятории; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; жидкости для пола, предохраняющие от скольжения; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; жиры для косметических целей; зола вулканическая для чистки; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; камни шлифовальные; карандаши для бровей; карандаши косметические; карбид кремния [абразивный материал]; карбиды металлов [абразивные материалы]; квасцы алюминиевые [вяжущее средство]; кизельгур для полирования; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; кора мыльного дерева для стирки; корунд [абразив]; красители для бороды и усов; красители для воды в туалете; красители косметические; краски для тела косметические; крахмал для стирки; крем для обуви; кремы для кожи; кремы для полирования; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; крокус красный для полирования; ладан; лаки для волос; лаки для ногтей; латекс жидкий для окрашивания тела косметический; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; маски листовые для косметических целей; маски с паровым нагревом одноразовые, не для медицинских целей; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масла, используемые как очищающие средства; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; масло терпентинное для обезжиривания; мел для побелки; мел для чистки; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мускус [парфюмерия]; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла для оживления оттенков тканей; мыла кусковые туалетные; мыла против потения; мыла против потения ног; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наборы косметические; наждак; наклейки для глаз гелевые косметические; наклейки для ногтей; наклейки

для создания двойного века; ногти искусственные; одеколон; палочки фимиамные; пасты для ремней для заточки бритв; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пемза; пеналы для губной помады; пероксид водорода для косметических целей; повязки для восстановления ногтей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; полотно абразивное; полотно наждачное со стеклянным абразивом; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для замачивания белья; препараты для заточки инструментов; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для осветления кожи; препараты для полирования; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для похудения косметические; препараты для придания блеска листьям растений; препараты для промывания глаз, не для медицинских целей; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для сухой чистки; препараты для удаления красок; препараты для удаления лаков; препараты для удаления макияжа; препараты для удаления паркетного воска [очищающие препараты]; препараты для удаления политуры; препараты для удаления ржавчины; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки; препараты для чистки зубных протезов; препараты для чистки обоев; препараты для чистки сточных труб; препараты для чистки химические бытовые; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; препараты, освежающие дыхание для личной гигиены; продукты для наведения блеска [для полировки]; пудра для макияжа; пыль алмазная [абразив]; пятновыводители; расплавы восковые [ароматизирующие препараты]; растворители лаков для ногтей; растворы вагинальные для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; растворы для очистки; ресницы искусственные; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки детские, пропитанные

очищающими средствами; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; сафрол; свечи массажные для косметических целей; синька для обработки белья; скипидар для обезжиривания; смеси ароматические из цветов и трав; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; соли для отбеливания; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; составы для предохранения кожи [полировальные]; спирт нашатырный [моющее, очищающее средство]; спреи охлаждающие для косметических целей; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для придания блеска белью; средства для ресниц косметические; средства для стирки; средства для ухода за кожей косметические; средства для чистки зубов; средства косметические; средства косметические для детей; средства косметические для животных; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие для личной гигиены дезинфицирующие или дезодорирующие; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства обезжиривающие, за исключением используемых в промышленных целях; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства отбеливающие для стирки; средства туалетные; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства фитокосметические; таблетки для очистки кофемашин; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; ткань наждачная; тоники для косметических целей; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами; хна [краситель косметический]; чай для ванн для косметических целей; шампуни; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни сухие; шкурка стеклянная; штампы косметические, заполненные; щелок содовый; экстракты растительные для

косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» и связанных с ними услуг 35 класса МКТУ, которые также относятся к косметической продукции, что не является однородным с товарами 32 класса МКТУ, поскольку сравниваемые товары относятся к разному виду товаров (парфюмерно-косметические средства и безалкогольные напитки), не соотносятся как род/вид, имеют разное назначение.

Таким образом, указанные товары и услуги заявленного обозначения не являются однородными с товарами 32 класса МКТУ противопоставленного НМПТ [3], в связи с чем снижается опасность их смешения в гражданском обороте Российской Федерации.

Вместе с тем, правовая охрана противопоставленного НМПТ [2] испрашивается в отношении товаров «мыло ручное». Таким образом, указанные выше товары заявленного обозначения и товары «мыло ручное» относятся к косметической продукции, совпадают как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей, в связи с чем, усиливается возможность ассоциирования НМПТ «КРЫМСКОЕ МЫЛО» с заявленным обозначением в целом, и, следовательно, повышается опасность смешения заявленного обозначения и противопоставленным НМПТ [2].

Исходя из указанных выше обстоятельств, коллегия не имеет оснований для опровержения доводов экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса в отношении указанных выше товаров 03 класса МКТУ.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 27.10.2023, оставить в силе решение Роспатента от 27.06.2023.