

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 возражение, поступившее 14.05.2021, поданное Медведевой Ириной Николаевной, г. Чехов (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020706132 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2020706132, поданной 10.02.2020, испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение



с элементами «AF APEX FITNESS» в цветовом сочетании: «голубой, белый, черный».

Роспатентом 26.01.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020706132 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что в отношении всех услуг 35 класса МКТУ, заявленное обозначение [1] не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пунктов 1, 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:

- входящий в состав заявленного обозначения [1] словесный элемент «fitness» (в переводе с английского языка на русский означает «фитнесс» / см. Интернет-словари <https://dic.academic.ru/> и др.) в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ является неохраноспособным на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в целом не обладает различительной способностью, указывает на назначение услуг;
- документального подтверждения приобретенной различительной способности заявленного обозначения [1] не представлено;
- в отношении остальных заявленных услуг 35 класса МКТУ (таких как «онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов», перечень услуг не является исчерпывающим) регистрация заявленного обозначения [1] в качестве знака обслуживания не может быть осуществлена, поскольку будет вводить потребителя в заблуждение относительно назначения услуг на основании положений пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса;
- заявленное обозначение [1] сходно фонетически до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ со следующими товарными знаками и обозначениями:



- [2], ранее заявленным на имя ООО "Апекс-Поволжье", 443086, г. Самара, ул. Мичурина, 132, оф. 20, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (заявка № 2020704532, с приоритетом от 03.02.2020, делопроизводство не завершено, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);



- [3], ранее заявленным на имя Мордиковой Татьяны Романовны, 143989, Московская область, г. Балашиха, мкр. Железнодорожный, ул. Рождественская, 7, кв. 351, в отношении услуг 44 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (заявка № 2019768514, с приоритетом от 30.12.2019, делопроизводство не завершено, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);

APEX

- [4], зарегистрированным ранее на имя Добрачева Юрия Анатольевича, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (свидетельство № 771736, с приоритетом от 04.04.2019, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);



- [5], зарегистрированным ранее на имя ООО Торговый Дом "АЙРОНМАН", 115191, Москва, ул. Большая Тульская, 2, эт. 1, пом. XV, ком. 1, в отношении товаров 05 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельство № 709203, с приоритетом от 26.03.2018, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);



- [6], зарегистрированным ранее на имя ООО "АПЕКС", 660077, г. Красноярск, ул. Батурина, 15, оф. 261, в отношении услуг 44 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельство № 671772, с приоритетом от 10.11.2017, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);



- [7], зарегистрированным ранее на имя «Алтимед Груп БВ, Баргелаан» 200, 2333 CW, Лейден, Нидерланды (NL), в отношении товаров и услуг 05, 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельство № 676816, с приоритетом от 11.11.2016, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);

- **АПЕКС** [8], зарегистрированным ранее на имя ООО "Апекс плюс", 344103, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Доватора, 160/1, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (свидетельство № 634534, с приоритетом от 07.07.16, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);



- [9], зарегистрированным ранее на имя Дроздова Артура Владимировича, 152907, Ярославская обл., г. Рыбинск, пр. Ленина, 182, кв.74, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (свидетельство № 370915, с

приоритетом от 10.04.08, срок действия регистрации продлен до 10.04.2028, см. открытые реестры <http://www.fips.ru>);

- экспертизой при принятии решения также учитывался характер исполнения словесных элементов «арех» и «fitness», а именно их расположение по отношению друг к другу и различное графическое исполнение.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 14.05.2021 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 26.01.2021.

Доводы возражения, поступившего 14.05.2021, сводятся к следующему:

- заявителем приведены выдержки из законодательства и т.п. Вывод о сходстве, либо различии сравниваемых обозначений должен формироваться на основе восприятия не отдельных элементов, а товарных знаков в целом, оценке общего впечатления (см. дела № СИП-77/2018, № А40-10573/04-5-92, № СИП-568/2018, № СИП-657/2017 и т.д.);

- в заключении по результатам экспертизы не проанализировано местоположение словесных элементов в общей композиции заявленного обозначения [1];

- сходство до степени смешения обозначений, принадлежащих разным правообладателям и имеющих сходные элементы, отсутствует, если потребитель не воспринимает их как принадлежащие одному и тому же лицу;

- при экспертизе должны учитываться такие элементы, которые могут существенным образом менять общее впечатление, производимое словесным элементом;

- экспертизой не раскрыта смысловая нагрузка словесного элемента «fitness» (слово означает: комплекс мер, физические упражнения, система упражнений и т.д.);

- семантика обозначений имеет существенное значение для определения однородности товаров и услуг;

- в возражении приведены сведения о фактическом использовании противопоставленных обозначений и товарных знаков (обозначение [3] – используется для реализации средств по уходу за собой, средств для красоты, товарный знак [9] – для антикоррозийной обработки и перевозки грузов; товарный знак [5] – для мармелада, изделий желейных фруктовых; обозначение [1] – продажа спортивного оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров и т.д.);

- сравниваемые обозначения [2], [4], [6], [8] содержат словесные элементы «АРЕХ» / «АПЕКС», представляющие собой одно слово, 3 слога, 4 или 5 звуков. Остальные противопоставления включают большее количество слов, слогов и звуков. Заявленное обозначение [1] содержит 2 слова, 5 слогов и 11 звуков, что способствует формированию иного фонетического образа;
- заявленное обозначение [1] имеет характерные графические особенности, способствующие формированию разного зрительного впечатления по сравнению с противопоставленными обозначениями и товарными знаками;
- слово «fitness» выполнено в графике и создает впечатление полосы, пересекающей большую часть слова;
- экспертизой не были учтены известность и узнаваемость заявленного обозначения [1] среди потребителей. У заявителя есть свои страницы в социальных сетях, в целях продвижения товары создан сайт в сети Интернет, проведен электронный аукцион на поставку спортивного оборудования и т.д.

На основании изложенного в возражении, поступившем 14.05.2021, содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения [1] в качестве товарного знака в отношении ограниченного перечня услуг 35 класса МКТУ «продажа спортивного оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров».

В подтверждение своих доводов заявителем с материалами возражения представлены следующие материалы:

- заявка на товарный знак от 10.02.2020 № 2020706132 – [10];
- уведомление о приеме и регистрации заявки – [11];
- решение № 2020706132/50(W20005123) об отказе в государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания, коллективного знака) – [12];
- сертификат соответствия № ЕАЭС КГ 417/КПА.ОСн.025.СН.02.00200 – [13];
- эксклюзивный производственный контракт – [14];
- счет от 03.03.2021 № 00024 – [15].

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 14.05.2021, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (10.02.2020) заявки № 2020706132 правовая база для

оценки охраноспособности заявленного обозначения [1] 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 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 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.

В соответствии с пунктом 1¹ статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

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.

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

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

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

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

- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

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

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности 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 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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 требованиям пункта 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 требованиям пункта 44 Правил комбинированные обозначения

сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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 на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



[1] является комбинированным, включает на фоне прямоугольника черного цвета стилизованное изображение буквы «А» в окружности и словесные элементы «APEX», «FITNESS», выполненные оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита в две строки. Регистрация заявленного обозначения [1] испрашивается в отношении ограниченного перечня услуг 35 класса МКТУ «продажа спортивного оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров», указанных в перечне, в цветовом сочетании: «голубой, белый, черный».

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пунктов 1 (3), 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Словесный элемент «FITNESS» в переводе с английского языка на русский язык означает: фитнес, годность, приспособленность, натренированность. См. электронный словарь: <https://translate.academic.ru/fitness/en/ru/>. Очевидно, что слово «FITNESS» имеет прямое отношение к спорту, физкультуре. Таким образом, словесный элемент «FITNESS» в силу заложенного в него смысла прямо, без домысливания указывает на назначение ограниченного перечня услуг 35 класса МКТУ, связанными с продажами товаров для спорта, то есть является неохраняемым элементом в соответствии с пунктом 1 (3) статьи 1483 Кодекса, что заявителем не

оспаривается.

В связи с ограничением заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ услугами, связанными с продажами товаров для спорта, словесный элемент «FITNESS» каких-либо недостоверных ассоциаций в отношении самих услуг не вызывает. В связи с чем, у коллегии нет оснований для применения требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия заявленного обозначения [1] требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В качестве противопоставлений в заключении по результатам экспертизы приведены следующие товарные знаки и обозначения:



- [2] по заявке № 2020704532, приоритет от 03.02.2020, выдано свидетельство № 794914. Правообладатель: ООО "Апекс-Поволжье", г. Самара. Правовая охрана товарного знака [2] действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ *«услуги магазинов по розничной, оптовой продаже канцелярских товаров; услуги розничной продажи канцелярских товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов; услуги по развозной продаже канцелярских товаров, включенные в 35 класс»* в цветовом сочетании: «красный, синий»;



- [3] по заявке № 2019768514, приоритет от 30.12.2019. Заявитель: Мордикова Татьяна Романовна, Московская область, г. Балашиха. По заявке № 2019768514 30.03.2021 принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении товаров 01 и услуг 41 классов МКТУ, указанных в перечне, с указанием словесного элемента «professional» в качестве неохраняемого. В связи с чем, обозначение [3] не может быть противопоставлено заявленному обозначению [1];

АРЕХ

- [4] по свидетельству № 771736, приоритет от 04.04.2019. Правообладатель: Добрачев Ю.А. Правовая охрана товарного знака [4] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- [5] по свидетельству № 709203, приоритет от 26.03.2018. Правообладатель: ООО Торговый Дом "АЙРОНМАН", Москва. Элементы "L-CARNITINE", "жевательный мармелад" – неохранные. Правовая охрана товарного знака [5] действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 05, 29, 30 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «белый, фиолетовый, темно-фиолетовый, сиреневый»;



- [6] по свидетельству № 671772, приоритет от 10.11.2017. Правообладатель: ООО "АПЕКС", г. Красноярск. Правовая охрана товарного знака [6] действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 44 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «голубой»;



- [7] по свидетельству № 676816, приоритет от 11.11.2016. Элемент «Med» - неохранный. Правообладатель: «Алтимед Групп БВ, Баргелаан», Нидерланды. Правовая охрана товарного знака [7] действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 05 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «синий, белый»;

- **АПЕКС** [8] по свидетельству № 634534, приоритет от 07.07.2016. Правообладатель: ООО "Апекс плюс", г. Ростов-на-Дону. Правовая охрана товарного знака [8] действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- [9] по свидетельству № 370915, приоритет от 10.04.2008, срок действия регистрации продлен до 10.04.2028 г. Правообладатель: Дроздов А.В., г. Рыбинск. Элемент «Metal» - неохраняемый. Правовая охрана товарного знака [9] действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «серый, темно-серый».

Как известно, в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом является словесный элемент, так как он легче запоминается, чем изобразительный, и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения. Таким образом, наиболее значимым элементом заявленного обозначения [1] является словесный элемент «АРЕХ», поскольку именно он обуславливает индивидуализирующую способность обозначения в целом, в том числе за счет яркого голубого выделения цветом.

Сходство заявленного обозначения [1] и противопоставленных товарных знаков обусловлено фонетическим тождеством входящих в их состав словесных элементов «АПЕКС» [2,6,8] / «АРЕХ» [4,5,7,9]. В сравниваемые обозначения [1] и [2,4-9] заложены одинаковые смысловые образы, поскольку словесный элемент «АРЕХ» имеет перевод с английского языка на русский язык: «Апекс, вершина, верхушка». Апекс (лат. арех «вершина») может означать: Апекс — точка на небесной сфере, в которую направлен вектор скорости движения наблюдателя. Апекс — наиболее удаленная от основания вершина фигуры или тела (для объектов, имеющих основание). См. электронные словари: <https://translate.yandex.ru>, <ru.wikipedia.org>. Визуально сравниваемые обозначения [1] и [4,5,7,9] близки ввиду использования при их написании букв латинского алфавита. Визуально сравниваемые обозначения [1] и [2,6,8] имеют различия, обусловленные использованием при написании словесных элементов букв разных алфавитов. Однако, данный фактор не оказывает решающего воздействия при оценке сходства сравниваемых обозначений ввиду фонетического тождества и семантического сходства сравниваемых элементов. Иными словами, графический критерий сходства имеет в данном случае второстепенное значение ввиду превалирования фонетического и смыслового признаков.

Изобразительные элементы и дополнительные неохраняемые словесные элементы названных товарных знаков и заявленного обозначения играют второстепенную роль в индивидуализирующей способности обозначений.

Таким образом, ввиду фонетического тождества и семантического сходства словесных элементов «АПЕКС» [2,6,8] / «АРЕХ» [4,5,7,9], а также их визуального сходства обозначений [1] и [4,5,7,9], заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности ограниченного перечня услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения [1] и услуг 35 класса МКТУ, приведенных в перечне противопоставленных товарных знаков [2,4-9], показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«продажа спортивного оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров»* ограниченного перечня и товары 05, 29, 30 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [5] не являются однородными, поскольку имеют разное назначение, разный круг потребителей и не имеют принадлежности к одинаковой родовой группе, при этом заявленные услуги связаны с торговой деятельностью, а не с производством указанных товаров. Производитель товаров осуществляет изготовление продукции и не может быть конкурентом на рынке ритейлеров, которые сами товаров не производят. Указанное свидетельствует об отсутствии принципиальной возможности возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых услуг 35 класса МКТУ и товаров 05, 29, 30 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [5] одному производителю.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«продажа спортивного оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров»* ограниченного перечня и услуги 44 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [6] не являются однородными, поскольку имеют разное назначение, разный круг потребителей и относятся к разной родовой группе («услуги по продвижению товаров и услуг» / «услуги общемедицинские и лечебно-профилактические», «услуги центров красоты и здоровья», «услуги в области сельского хозяйства, садоводства и лесоводства»).

Вместе с тем, заявленные услуги 35 класса МКТУ *«продажа спортивного*

оборудования, спортивного покрытия и спортивных аксессуаров» ограниченного перечня и услуги 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной, оптовой продаже канцелярских товаров; услуги розничной продажи канцелярских товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов; услуги по развозной продаже канцелярских товаров, включенные в 35 класс» противопоставленного товарного знака [2], услуги 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [9], услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; телемаркетинг; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги РРС» противопоставленного товарного знака [4], услуги 35 класса МКТУ «предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продвижение продаж для третьих лиц; презентация

товаров на всех медиа-средствах с целью розничной продажи; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения» противопоставленного товарного знака [8], услуги 35 класса МКТУ «*агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; распространение образцов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*» противопоставленного товарного знака [7] относятся к одной родовой группе «продвижение товаров», которая включает в себя услуги торговли и рекламы, направлены на достижение одних и тех же целей (для продажи, реализации на рынке товаров), имеют одинаковый круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Изложенное обуславливает принципиальную возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности сравниваемых услуг 35 класса МКТУ одному лицу.

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение [1] и противопоставленные товарные знаки [2,4,7-9] являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В соответствии с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» «согласно пункту 3 статьи 1484 Кодекса никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения. 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». Следует отметить, что представленные документы [13-15] касаются использования иных обозначений («APEX FORCE» – для многофункциональной силовой станции; «Арех Fitness» - для тренажерного оборудования), которые отличаются от заявленного. При этом представленные материалы не опровергают требования пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса и не свидетельствуют об отсутствии вероятности смешения сравниваемых обозначений. Иного материалами возражения не доказано.

Следовательно, вывод, сделанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения [1] в отношении услуг 35 класса МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

Представленная судебная практика не имеет преюдициального значения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.05.2021, оставить в силе решение Роспатента от 26.01.2021.