


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**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 подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее 06.08.2020, поданное ИП Ибатуллиным А.В., г. Уфа (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №680210, при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака «» по свидетельству №680210 с приоритетом от 07.04.2017 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 02.11.2018 по заявке №2017713263. Правообладателем товарного знака по свидетельству №680210 является Закрытое акционерное общество «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ», Москва (далее – правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 09, 28, 35, 36, 38, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 06.08.2020, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №680210 произведена с нарушением требований, установленных положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительных



прав на товарный знак « **Семь дней** » по свидетельству №191159 с приоритетом от 21.09.1998 в отношении услуг 39, 41, 42 классов МКТУ;

- оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак являются сходными до степени смешения, поскольку содержат фонетически и семантически тождественные словесные элементы «7дней»/«Семь дней»;

- услуги 41 класса МКТУ, в частности, «организация конкурсов учебных и развлекательных; организация лотерей; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам «парки аттракционов, службы организации отдыха и развлечений» 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака;

- услуги 35 класса МКТУ, в частности, «управление процессами обработки заказов товаров; услуги розничных и оптовых продаж товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам «снабжение продовольственными товарами» 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №680210 недействительной частично на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В адрес правообладателя, указанный в Госреестре, 28.08.2020 в порядке, установленном пунктом 3.1 Правил ППС, было направлено уведомление о поступившем возражении и о дате заседания коллегии по его рассмотрению, назначенной на 13.10.2020.

На заседании коллегии 13.10.2020 правообладатель присутствовал и предоставил отзыв по мотивам поступившего 06.08.2020 возражения.

В своем отзыве от 13.10.2020 по мотивам поступившего 06.08.2020 возражения правообладатель отмечал следующее. Представленные в возражении

утверждения об однородности услуг 41 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы сравниваемые знаки, а также об однородности услуг 35 класса МКТУ оспариваемого знака и услуг 42 класса МКТУ «снабжение продовольственными продуктами» противопоставленного знака никак не обоснованы (не подкреплены никакими доводами по существу с анализом однородности на основании действующего законодательства). Все услуги 41 класса МКТУ оспариваемого товарного знака №680210, кроме услуги «организация конкурсов развлекательных», не относятся к услугам по организации отдыха и развлечений и неоднородны с ними. Данные услуги относятся в целом к родовым группам по воспитанию и образованию, издательским услугам, а также услугам по организации спортивных и культурно-просветительских мероприятий. Также правообладатель в своем отзыве отмечал, что назначением услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака №680210 является обеспечение рынка различными товарами, в то время услуги 42 класса МКТУ противопоставляемого товарного знака №191159 предназначены для обеспечения готовым питанием (т.е. для приготовления питания), в силу чего данные услуги не являются однородными.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты приоритета (07.04.2017) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №680210 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. N 482 (далее - Правила), а также Парижскую конвенцию.

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 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 положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

В соответствии с 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.


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).


Оспариваемый товарный знак по свидетельству №680210 представляет собой

обозначение «  », которое состоит из цифрового элемента «7», словесных элементов «дней» и «ru», выполненных оригинальным шрифтом строчными буквами русского и латинского алфавитов; словесные элементы разделенных знаком пунктуации (точкой). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 09, 28, 35, 36, 38, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака

«  » по свидетельству №191159 (с более ранним приоритетом), который, по его мнению, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком №680210 и зарегистрирован, в том числе, в отношении однородных услуг 35 и 41 классов МКТУ. Таким образом, ИП Ибатуллин А.В признан заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №680210 в отношении услуг 35 и 41 классов МКТУ.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Противопоставленный знак «  » по свидетельству №191159 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из стилизованного изобразительного элемента и из словесных элементов «Семь» и «дней», выполненных оригинальным шрифтом заглавной и строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 41, 42 классов МКТУ [1].

По мнению лица, подавшего возражение, сходство сравниваемых знаков обусловлено тем, что они содержат в своем составе фонетически и семантически тождественные элементы «7дней»/«Семь дней».

При проведении сопоставительного анализа коллегией было установлено, что в противопоставленном товарном знаке сильным элементом является словесный элемент «Семь дней», который выполнен крупным шрифтом и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание знака в целом.

Таким образом, из изложенного следует, что сравниваемые товарные знаки являются сходными в силу фонетического и семантического тождества словесных «7дней»/«Семь дней».

Графические отличия сравниваемых товарных знаков, не оказывают существенного влияния на вывод о сходстве знаков, так как графический признак носит вспомогательный характер, поскольку сходство знаков в целом признается за счет фонетического и семантического сходства словесных элементов.

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 однородности услуг, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №680210 и противопоставленного знака [1], показал следующее.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что услуга 41 класса МКТУ «организация конкурсов учебных или развлекательных» в части «организация конкурсов развлекательных», а также услуга «организация лотерей» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 41 класса МКТУ «парки аттракционов, службы организации отдыха и развлечений» противопоставленного товарного знака [1], поскольку данные услуги относятся к услугам, предназначенным для развлечения людей или организации досуга, имеют одно назначение.

Услуги «библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; видеосъемка; воспитание; выпуск музыкальной продукции; дублирование; издательская деятельность, в том числе издание книг; информация о состоянии и развитии моды; информация по вопросам воспитания и образования; киностудии; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; образование; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов красоты; организация конкурсов учебных; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных изданий онлайн, незагружаемых; программирование спортивных состязаний; производство видеофильмов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат кинофильмов; прокат радио- и телевизионных приемников; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация и издание печатной продукции, книг, газет и периодических изданий не в рекламных целях; публикация интерактивная книг и периодики; публикация периодических изданий и книг в электронной форме; публикация печатных изданий в электронной форме в Интернет; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов, за исключением рекламных; служба новостей; составление и публикация программ теле- и радиопередач; субтитрование; теле- и радиопередачи, в том числе, познавательные, учебно-воспитательные; услуги образовательно-воспитательные; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев; услуги студий записи; формирование цифрового изображения; фотографирование; фоторепортажи; электронная публикация текстов



и печатных изданий, за исключением рекламных, в Интернете» 41 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не являются однородными с указанными выше услугами 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к иному виду услуг, а именно к услугам по образованию и воспитанию, а также к услугам по предоставлению публике произведений искусства с культурной целью, и имеют иное назначение.

Услуга «организация спортивных состязаний» 41 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не является однородной с указанными выше услугами 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], поскольку не относится ни к развлечениям, ни к организации досуга, а относится к услуге, связанной со спортивной сферой.

Услуги 35 класса МКТУ «управление процессами обработки заказов товаров; услуги розничных и оптовых продаж товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; представление товаров на всех медиасредствах, включая Интернет, с целью розничной и оптовой продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; сбор для третьих лиц различных товаров (не подразумевая их транспортировку) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров» являются однородными услуге «снабжение продовольственными продуктами» 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному и тому же роду услуг – «услуги по продвижению товаров», имеют одинаковое назначение и один круг потребителей.

Услуги «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; административная деятельность в сфере бизнеса; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись

сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; исследования конъюнктурные; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент в сфере бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; офисная служба; оформление рекламных материалов; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц, помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; 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 консультативные по управлению бизнесом; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги в области

общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные <оплата за клик>; экспертиза деловая» не являются однородными с указанными выше услугами 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к услугам рекламных агентств, к услугам связи, к услугам по сбору информации, к услугам в сфере управления бизнесом и имеют иное назначение.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №680210 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать убедительным в части.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 06.08.2020 и признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №680210 в отношении услуг 35 класса МКТУ «управление процессами обработки заказов товаров; услуги розничных и оптовых продаж товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; представление товаров на всех медиасредствах, включая Интернет, с целью розничной и оптовой продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; сбор для третьих лиц различных товаров (не подразумевая их транспортировку) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров» и в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация конкурсов развлекательных; организация лотерей».**