

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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, регистрационный № 4520, рассмотрела поступившее 04.09.2020 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 715044, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «АМАТА СКЕЙЛ» (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака «**АМАТА**» с приоритетом от 07.12.2017 по заявке № 2017751913 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 06.06.2019 за № 715044. Товарный знак зарегистрирован на имя Общества с ограниченной ответственностью «АМАТА», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров и услуг 11, 16, 18, 21, 24, 25, 27, 35, 37, 39, 40, 41 и 42 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.09.2020, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 715044 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Возражение обосновано следующим:

- лицу, подавшему возражение, принадлежит серия товарных знаков со словесным элементом «АМАТА», зарегистрированных в отношении услуг 35 класса МКТУ, что подтверждается свидетельствами №№ 576278 и 576279;

- оспариваемый товарный знак имеет приоритет, более поздний, чем даты приоритетов товарных знаков по свидетельствам №№ 576278 и 576279;

- слово «АМАТА» оспариваемого товарного знака воспринимается в качестве слова, выполненного буквами русского либо латинского алфавитов;

- оспариваемый товарный знак читается «а-ма-та», а товарные знаки лица, подавшего возражение читаются как «а-ма-та-скейл», что подтверждает полное фонетическое вхождение оспариваемого товарного знака в товарные знаки лица, подавшего возражение;

- визуальное восприятие оспариваемого и противопоставленных товарных знаков является схожим, поскольку шрифт, регистр и цвет являются одинаковыми;

- оспариваемый товарный знак может восприниматься как принадлежащий лицу, подавшему возражение, что вводит потребителей в заблуждение, не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса и статье 10bis Конвенции по охране промышленной собственности;

- слово «АМАТА» не имеет смыслового значения, поэтому семантический критерий не применим;

- в товарных знаках лица, подавшего возражение («**AMATA SCALE**», «**АМАТА СКЕЙЛ**», «**amatascl**») по свидетельствам №№ 576278, 576279, 734389), слово «АМАТА» является основным индивидуализирующим элементом;

- сходство оспариваемого товарного знака и основного индивидуализирующего элемента противопоставленной серии товарных знаков свидетельствует о сходстве в целом сравниваемых товарных знаков;

- понятие однородных услуг содержится в Налоговом кодексе и понимается как услуги, имеющие сходные характеристики, выступающие как взаимозаменяемые;

- отнесение услуг к одному классу уже свидетельствует об их однородности, при этом, в большинстве своем, сравниваемые товарные знаки зарегистрированы в отношении идентичных групп услуг 35 класса МКТУ;

- учитывая отсутствие в противопоставленных регистрациях услуг, относящихся к группе «кадровые услуги», лицо, подавшее возражение, оставляет на усмотрение коллегии вопрос соответствия правовой охраны для этих услуг пункту 3 статьи 1483 Кодекса и статье 10bis Конвенции по охране промышленной собственности;

- у рядового потребителя могут возникнуть сомнения относительно лица, оказывающего услуги, поскольку почти все услуги 35 класса МКТУ оспариваемой регистрации однородны услугам 35 класса МКТУ противопоставленных перечней;

- правообладатель оспариваемой регистрации не обращался к лицу, подавшему возражение, за согласием на регистрацию сходного до степени смешения товарного знака.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 715044 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

- публикация регистрации № 715044;
- копия свидетельства № 576279;
- публикация регистрации № 576279;
- копия свидетельства № 576278;
- публикация регистрации № 576278.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил 26.10.2020 отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения, указав следующее:

- товарный знак по свидетельству № 715044 и противопоставленные в возражении товарные знаки лица, подавшего возражение, не являются сходными до степени смешения, обладают фонетическими, визуальными и смысловыми отличиями;

- элемент «СКЕЙЛ»/«SCALE» противопоставленных товарных знаков придает им существенные отличия от оспариваемого товарного знака «АМАТА»;

- элемент «СКЕЙЛ»/«SCALE» в противопоставленных товарных знаках составляет со словом «АМАТА» грамматически и семантически связанную конструкцию;

- сравниваемые товарные знаки отличаются числом букв, звуков, ударением, общей фонетической длиной;

- словесный элемент «SCALE» имеет множество значений (лестничный пролет, чешуя, чаша весов, масштаб, карабкаться вверх, достигать определенной высоты, взвешивать (<http://dic.academic.ru>));

- слово «АМАТА» в древнеримской мифологии означает имя жены царя Латина, матери Латинии (<http://dic.academic.ru>), порождает ассоциации с материнством и заботой о детях, именно в этом контексте использовано правообладателем для маркировки услуг магазина детских вещей;


- при подаче заявок на регистрацию противопоставленных товарных знаков лицом, подавшим возражение, указывалось на такие значения элемента «АМАТА» как «потертость» (с испанского языка), либо «любимая, возлюбленная» (с итальянского языка), что противоречит доводам возражения об отсутствии смыслового значения у слова «АМАТА»;

- поскольку оба элемента противопоставленных товарных знаков многозначны, то смысл словосочетания «АМАТА СКЕЙЛ»/«АМАТА SCALE» тоже многозначен («потертая металлическая пластинка», «потертая пленка», «чаша весов Аматы», «чешуя Аматы», «Амата взвешивает», «масштаб Аматы»), при этом наиболее вероятным будет восприятие его как «потертая металлическая пластинка» или «потертая пленка», что ассоциируется с товарами лица, подавшего возражение;

- для потребителя, знакомого с древнеримской мифологией, смысловые ассоциации, вызываемые оспариваемым товарным знаком «АМАТА» и противопоставленными товарными знаками «АМАТА СКЕЙЛ»/«АМАТА SCALE», существенно различны;

- шрифтовое исполнение противопоставленных товарных знаков гармонирует



с изобразительным элементом «  », который сопровождает эти товарные знаки на сайте лица, подавшего возражение, в то время как оспариваемый товарный знак выполнен стандартным шрифтом;

- при рассмотрении возражения должна быть учтена существующая практика оценки сходства товарных знаков, отраженная, в частности, в заключениях коллегий по рассмотрению возражений в отношении товарных знаков по заявкам №№ 2014714227, 2018732344, 2016722719;

- правообладатель не отрицает однородность услуг 35 класса, приведенных в возражении, однако, считает, что отсутствие сходства не позволяет сделать вывод о несоответствии оспариваемой регистрации пункту 6 статьи 1483 Кодекса;

- правообладатели сравниваемых регистраций осуществляют деятельность в разных областях, поэтому товарные знаки не смешиваются в глазах потребителей;

- правообладатель осуществляет деятельность по продаже детской одежды (www.amatagroup.ru), а лицо, подавшее возражение, занимается производством и продажей фасовочного и инспекционного оборудования для пищевой промышленности, то есть товаров 07 класса МКТУ (<http://amatascl.com>), при этом для услуг 35 класса МКТУ противопоставленные товарные знаки лицом, подавшим возражение, не используются;

- действия лица, подавшего возражение, противоречат обычаям делового оборота, поскольку они направлены на причинение вреда правообладателю, что подтверждается фактом неиспользования противопоставленных товарных знаков и фактом наличия параллельного спора, касающегося знака «АМАТАС» по международной регистрации № 1366195;

- словесный элемент «АМАТА» содержится в составе товарных знаков иных лиц, например, в товарных знаках по свидетельствам №№ 362752, 373650, 152983, 264354, 373650, 120707.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит оказать в удовлетворении возражения в полном объеме.

К отзыву приложены следующие материалы:

- распечатка с сайта <http://amatascl.com>;
- распечатка с сайта <http://www.amatagroup.ru>;
- копия Приложения «Описание заявленного обозначения» к заявке № 2015706490.

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

С учетом даты (07.12.2017) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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

Согласно пункту 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 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).

Мотивы возражения о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса основаны на исключительном праве лица, подавшего возражение, на товарные знаки по свидетельствам №№ 576278 и 576279, что свидетельствует о наличии заинтересованности указанного лица, предусмотренной пунктом 2 статьи 1513 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак «АМАТА» по свидетельству № 715044 (приоритет от 07.12.2017) представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского либо латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 11, 16, 18, 21, 24, 25, 27, 35, 37, 39, 40, 41, 42 классов МКТУ, перечисленных в перечне свидетельства.

Противопоставленные в возражении товарные знаки «АМАТА SCALE» и «АМАТА СКЕЙЛ» по свидетельствам №№ 576278 и 576279 (приоритет от 11.03.2015), принадлежащие лицу, подавшему возражение, представляют собой словесные обозначения, выполненные заглавными буквами латинского и русского алфавитов, соответственно. Правовая охрана товарных знаков действует в отношении товаров и услуг 07, 09, 35 классов МКТУ, перечисленных в перечнях свидетельств.

Коллегия отмечает, что противопоставленные товарные знаки представлены в виде словосочетаний «АМАТА SCALE» и «АМАТА СКЕЙЛ», которые, согласно

словарным источникам, не носят устойчивого характера, следовательно, разделение их на части «АМАТА» и «SCALE»/«СКЕЙЛ» при экспертизе является правомерным. В свою очередь, оспариваемый товарный знак «АМАТА» содержит единственный индивидуализирующий элемент – словесный элемент «АМАТА».

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству № 715044 и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 576278 и 576279 показал, что все они включают фонетически тождественный словесный элемент «АМАТА», что свидетельствует о наличии признаков фонетического сходства рассматриваемых знаков.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Следует учитывать, что в противопоставленных товарных знаках по свидетельствам №№ 576278 и 576279 слово «АМАТА» акцентирует на себе внимание, располагается в начале обозначений, именно с него начинается прочтение знаков.

Слово «АМАТА» в стандартном шрифтовом исполнении может квалифицироваться как выполненное в кириллице, а также в латинице.

При этом согласно словарным источникам:

- Амата (Amata) – в древнеримской мифологии жена Латина, мать Лавинии;
- amata (в переводе с испанского языка) – потертость (у упряжного скота);
- amata (в переводе с итальянского языка) – любимая, возлюбленная.

Слово «Scale» является лексической единицей английского языка, означает «взвешивать»; «определять вес»; «весить»; «чешуя»; «чешуйка»; «шелуха», «тонкая пленка» и др. Слово «Скейл» является транслитерацией «Scale» буквами русского алфавита. Поскольку слова «Amata» и «Scale» (а также «Амата» и «Скейл») относятся к разным языковым фондам, представляется необоснованным довод

правообладателя о возможности их восприятия потребителями в качестве единой смысловой конструкции.

Тот факт, что слово «Амата», выполненное заглавными буквами русского алфавита, визуально не отличается от слова «Amata», выполненного заглавными буквами латинского алфавита, обуславливает возможность восприятия его как транслитерацию буквами русского алфавита слова «Amata», следовательно, сравниваемые словесные элементы могут быть ассоциированы по смыслу.

Вместе с тем коллегия отмечает, что смысловый критерий в данном случае имеет второстепенное значение, поскольку отсутствуют сведения о том, что слово «Amata» в каком-либо из своих значений известно среднему российскому потребителю.

С точки зрения графики сопоставляемые товарные знаки также могут быть признаны сходными, несмотря на наличие дополнительного слова в противопоставленных товарных знаках, поскольку включают тождественные графему первого (основного) словесного элемента. Однако, графический критерий не является определяющим, так как сопоставляемые товарные знаки являются словесными, имеется превалирование фонетического признака сходства словесных обозначений.

Таким образом, оспариваемый и противопоставленные товарные знаки являются сходными в целом, несмотря на отдельные отличия.

Что касается однородности услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых оспаривается предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 715044, и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки по свидетельствам №№ 576278, 576279, то коллегией установлено следующее.

Оспариваемые услуги «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение

общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; 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; обзоры печати; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; 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 информации в области деловых и коммерческих контактов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; 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 стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование и заключение

коммерческих операций для третьих лиц; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» 35 класса МКТУ идентичны услугам, присутствующим в перечнях противопоставленных регистраций №№ 576278, 576279, следовательно, эти услуги являются однородными по всем признакам.

Оспариваемые услуги «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению персоналом; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; менеджмент спортивный; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; оформление рекламных материалов; поиск поручителей; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; прокат торговых стендов; реклама наружная; регистрация данных и письменных сообщений; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами

возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги рекламные "оплата за клик"/услуги PPC; услуги секретарей» 35 класса МКТУ являются видовыми относительно таких наименований услуг противопоставленных перечней, как «реклама; продвижение товаров в целях покупки или продажи (для третьих лиц); продвижение товаров для третьих лиц [в том числе услуги оптовой и розничной продажи]; услуги магазинов, в том числе оптовая и розничная продажа товаров; распространение рекламы и рекламных материалов; услуги рекламные и по стимулированию сбыта; услуги рекламные, предоставляемые через Интернет; услуги рекомендательные и консультационные в сфере бизнеса; услуги по содействию бизнесу, управлению и информации; услуги по стратегическому развитию бизнеса; управление бизнес-процессами и консалтинг; управление бизнесом и консультационные услуги по коммерческим вопросам; менеджмент бизнес-проектов и администрирование; контракты на закупку для третьих лиц; контракты на закупку для третьих лиц, связанные с продажей товаров; бизнес-консультирование; бизнес-планирование стратегическое; бизнес-расчет технико-экономического обоснования; бизнес советы в сфере рекламы; ведение бухгалтерских документов» и др., следовательно перечисленные оспариваемые услуги соотносятся как вид-род с услугами противопоставленных перечней, что свидетельствует об их однородности по роду, назначению, условиям оказания, кругу потребителей.

Оспариваемые услуги «бюро по найму; комплектование штата сотрудников; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала» однородны услугам «реклама с приглашением на работу; рекламные услуги о наборе кадров; услуги информационные, связанные с работой и карьерными возможностями» противопоставленных перечней по назначению, кругу

потребителей, условиям оказания и критериям взаимодополняемость/взаимозаменяемость.

С учетом изложенного все услуги 35 класса МКТУ оспариваемой регистрации однородны услугам 35 класса МКТУ, указанным в перечнях свидетельств №№ 576278, 576279. Сходство сравниваемых товарных знаков и однородность сопоставляемых услуг определяют вывод о сходстве названных товарных знаков до степени смешения.

Довод правообладателя о необходимости учета практики Роспатента по оценке иных обозначений как несходных, не может быть признан состоятельным, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно, при этом примеры дел, имеющиеся в отзыве, касаются сравнения либо комбинированных товарных знаков, либо товарных знаков, каждый из которых состоит из нескольких слов русского языка, семантически активных для русского потребителя.

В отношении доводов правообладателя об отсутствии угрозы смешения сравниваемых средств индивидуализации в связи с их применением в разных областях, а также относительно неиспользования противопоставленных товарных знаков и недобросовестности действий обратившегося с возражением лица, коллегия отмечает, что они не являются убедительными.

Так, вывод о сходстве товарных знаков до степени их смешения формулируется по результатам сравнительного анализа, который проводится на основании соответствующих норм Правил. При этом ссылки на сведения сети Интернет не позволяют сделать обоснованный вывод о сфере деятельности сторон спора с использованием рассматриваемых товарных знаков.

Вопросы неиспользования товарных знаков, а также добросовестности участников спора не относятся к компетенции Роспатента.

Таким образом, сравниваемые товарные знаки зарегистрированы для однородных услуг 35 класса МКТУ, что приводит к выводу о несоответствии оспариваемого товарного знака пункту 6 статьи 1483 Кодекса для названных услуг.

Что касается иных доводов возражения, то коллегия отмечает следующее.

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 576278 и 576279 не образуют серию, а являются вариантами одного и того же обозначения, выполненного буквами разных алфавитов.

Кроме того, в материалы дела не представлено сведений об известности противопоставленных товарных знаков, возникшей ранее даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, а также акта уполномоченного органа, подтверждающего недобросовестность действий правообладателя, связанной с регистрацией оспариваемого товарного знака.

С учетом сказанного доводы о возможности восприятия оспариваемого товарного знака как части серии товарных знаков лица, подавшего возражение, а также о наличии угрозы введения потребителей в заблуждение и возможности применения пункта 3 статьи 1483 Кодекса и статьи 10bis Конвенции по охране промышленной собственности, являются неубедительными.

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

удовлетворить возражение, поступившее 04.09.2020, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 715044 недействительным в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.