


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 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 11.07.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Мазур Наталией Алексеевной (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 12.09.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023791188 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке №2023791188, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.09.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 25, 28 и услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 12.09.2024 о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 25, 28 классов и части услуг 35,

43 классов МКТУ, в отношении иной части заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ было выявлено несоответствие заявленного требованиям пункта 3, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что поскольку в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «ДЕТКИ» (уменьш.-ласк. к «дети» – мальчики и (или) девочки в раннем возрасте, до отрочества, см. Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992. на <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/47410>), соответственно и заявленное обозначение в целом не может быть зарегистрировано для части заявленных товаров 28 класса МКТУ (а именно: «автоматы игровые для азартных игр; слот-машины [игровые автоматы]; патинко; фишки для азартных игр»), для части заявленных услуг 43 класса МКТУ (а именно: «услуги баров; услуги кальянных; услуги домов престарелых») на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как противоречащее общественным интересам, принципам гуманности и морали, с чем заявитель выражает согласие в письме- ответе.

Кроме того, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со словесным товарным знаком «ЗДЕСЬ ДЕТИ РУЛЯТ», зарегистрированным на имя Компания Ямми Юнайтед (ЭйчКей) Лимитед, комн.1906, этаж 19, Ли Гарден Уан, 33, Хайсэн Авеню, Каусвэй Бэй, Гонконг (НК), (свидетельство №785703, приоритет от 20.04.2020), в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- сравниваемые обозначения имеют различия в звуковом и графическом восприятии, кроме того, несут разную смысловую нагрузку,
- ключевыми для оценки смешения являются доминирующие элементы, в данном случае в «ДЕТКИ.РУЛЯТ» акцент на «RU» (визуально выделено точками), в «ЗДЕСЬ ДЕТИ РУЛЯТ» – на «ЗДЕСЬ» (начало фразы),

- в реестре есть примеры сосуществования знаков с общими элементами (например, «ДЕТИ» и разные дополнения), что подтверждает возможность регистрации «ДЕТКИ.РУЛЯТ» без конфликта,

- в соответствии с практикой Роспатента и судебными решениями в 35 классе МКТУ (реклама, управление бизнесом и т. д.) применяется более гибкий подход к оценке сходства товарных знаков, поскольку услуги 35 класса носят вспомогательный характер и не связаны напрямую с производством или продажей конкретных товаров, что снижает риск смешения у потребителей.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и вынести решение о государственной регистрации заявленного обозначения по заявке №2023791188 в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (26.09.2023) поступления заявки №2023791188 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 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 пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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

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).

Заявленное обозначение «» является комбинированным, включает словесные элементы «Детки.», «RUлят» выполненные оригинальным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавитов. Правовая охрана в рамках поданного возражения испрашивается в отношении части услуг 35 класса МКТУ, в отношении другой части услуг 35 класса МКТУ правовая охрана заявленному обозначению была предоставлена в соответствии с решением Роспатента.

Противопоставленный знак «**Здесь дети рулят**» представляют собой словесное обозначение по свидетельству №785703, выполненное буквами кириллического алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 29, 30, 32 и услуг 35 классов МКТУ.

Сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака установлено на основании фонетического сходства словесных элементов «ДЕТКИ» и «ДЕТИ», которые отличаются только звуком «К» в конечной части слова «ДЕТКИ» заявленного обозначения, а также словесных элементов «RUлят» и «РУЛЯТ», включающих фонетически тождественные буквенные элементы «RUлят» (Р У Л Я Т) / «РУЛЯТ» (Р У Л Я Т). При этом фонетическое совпадение указанных элементов является определяющим при звуковом восприятии заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака.

Таким образом, сопоставляемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов «ДЕТКИ RUлят» и «ДЕТИ РУЛЯТ».

С точки зрения семантического сходства необходимо отметить, что в противопоставленном товарном знаке, состоящем из трех лексических единиц, основная смысловая нагрузка связана в первую очередь со словесными элементами «ДЕТИ», «РУЛЯТ», именно данные словесные элементы являются определяющими в смысловом восприятии знака, словесный элемент «ЗДЕСЬ» выступает в качестве второстепенного (дополняющего) элемента, по сути, являясь слабым элементом в знаке.

В свою очередь заявленное обозначение, состоящее из двух словесных элементов, включает словесный элемент «ДЕТКИ», имеющий единое смысловое значение со словесным элементом «ДЕТИ» («дети» - люди, не достигшие зрелости, Демографический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Главный редактор Д.И. Валентей. 1985.

<https://demography.academic.ru/1634/%D0%94%D0%95%D0%A2%D0%98>).

Указанные словесные элементы являются однокоренными словами, слово «детки» является ласковой (уменьшительной) формой обращения, образованное от слова «дети» (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/108287/%D0%B4%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8?ysclid=mhg35qwaho554674015>). Словесный элемент «RUлят», несмотря на исполнение начальных букв «RU» латинским шрифтом, тем не менее, не создает иного смыслового восприятия, отличного от восприятия слова «РУЛЯТ».

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак близки по смыслу, что порождает в сознании потребителя сходный ассоциативный ряд, связанный со значением слов «Детки рулят», «Дети рулят», при этом дополнительный элемент «ЗДЕСЬ», присутствующий в противопоставленном товарном знаке, не придает существенного смыслового отличия с заявленным обозначением.

При сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака на предмет графического сходства можно говорить о совпадении кириллического алфавита в сравниваемых обозначениях. Стоит отметить, что присутствие в заявленном обозначении оригинального шрифта, а также исполнение начальных букв в элементе «RUлят» с использованием букв латинского алфавита, не может существенным образом повлиять на общее восприятие с противопоставленным товарным знаком, поскольку определяющее значение в оценке сходства имеет наличие сходных 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 испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуг 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака показал следующее.

В рамках поданного возражения правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении следующего перечня услуг 35 класса МКТУ: «администрирование программ лояльности потребителей; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; 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 отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; 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 рекламного времени в средствах массовой информации;

прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга».

Противопоставленный товарный знак зарегистрирован в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ: «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная];

маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продажа товаров оптовая и розничная; продажа товаров с использованием онлайн-магазинов, онлайн-площадок; расклейка афиш / реклама наружная; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; реклама; телемаркетинг; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров, включенные в 35 класс; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; управление потребительской лояльностью».

Сравнительный анализ перечней услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака показал, что сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ являются в высокой степени однородными друг другу, так как представляют собой услуги одних и тех же родовых групп (испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака относятся к категории услуг - «реклама, маркетинг, услуги в области продвижения и реализации товаров, услуги информационные»), имеют один круг потребителей и каналы реализации.

В этой связи коллегия также отметила, что перечень услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака сформулирован в общем виде без уточнения по ассортименту реализуемых товаров.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, а также однородность испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ соответствующим услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака, коллегия приходит к выводу о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.07.2025, оставить в силе решение Роспатента от 12.09.2024.