

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 14.12.2023 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «АМС-ЛОГИСТИК», Московская обл. (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022768503, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2022768503 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 27.09.2022 на имя заявителя для индивидуализации услуг 35, 39 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

Роспатентом 11.09.2023 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 39 классов МКТУ. Основанием для принятия решения Роспатента явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, являющемся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, сводятся к тому, что

входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «ТЕМПЕРАТУРНАЯ ПЕРЕВОЗКА МЕДИЦИНСКИХ ФАРМПРЕПАРАТОВ И ВАКЦИН», «ХРАНЕНИЕ ПЕРЕВОЗКА ПРОДАЖА», «ЛОГИСТИКА МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ И ЛЕКАРСТВ», «Холодовая Цепь» являются неохранными для всех заявленных услуг 35 класса, части заявленных услуг 39 класса, поскольку указывают на назначение заявленных услуг.

Кроме того, входящий в состав заявленного обозначения крест белого цвета является неохранным, поскольку не обладает различительной способностью, используется многими лицами¹ для индивидуализации услуг, однородных заявленным услугам 35, 39 классов МКТУ.

Кроме того, в отношении части заявленных услуг 39 класса МКТУ «*доставка цветов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка и хранение отходов; перевозка мебели; перевозки пассажирские; проведение или сопровождение туристических поездок*», в силу семантического значения вышеуказанных словесных элементов, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку способно ввести в заблуждение потребителей в отношении назначения услуг.

Одновременно установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц с более ранним приоритетом:



- с товарным знаком «  » [1] (свидетельство №596631 с приоритетом от 27.07.2015), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «АМС-МЕД», 109028, Москва, Тессинский пер., д. 5, стр. 1, эт. 4, пом. II, ком. 5, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «  » [2] (свидетельство №207446 с приоритетом от 06.09.1999, срок действия регистрации продлен до 06.09.2029),

¹ <https://apteka.103.pf/>, <https://medik0ff.ru/>, <https://ozerki.ru/>, <https://dzermed.ru/>, <https://www.nrmed.ru/>, <https://doctortut.com/kliniki/?ysclid=1e49kbhxa378655091>.

зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Производственно-торговая компания «ТЕХНИКА», 443035, г. Самара, ул. Мирная, д. 3, в отношении однородных услуг 39 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с оспариваемым решением Роспатента от 11.09.2023, при этом основные аргументы в защиту регистрации товарного знака по заявке №2022768503 сводятся к отсутствию сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками.

Так, заявитель полагает, что при принятии решения административный орган необоснованно не принял во внимание внесенные изменения в заявленное обозначение, в результате которых словесный элемент получил слитное написание - «АМСЛОГИСТИК». При этом наличие в середине данного слова оригинального изобразительного элемента в виде красного круга с белым крестом, требующего домысливания для его восприятия в качестве буквы «О», по мнению заявителя, исключает сходство до степени смешения с противопоставленными товарными знаками.

Изобразительный элемент необоснованно отнесен экспертизой к второстепенным элементам, в отличие от словесного элемента. Ряд комбинированных товарных знаков опровергают данное мнение, поскольку в них

основным элементом выступает именно изобразительный элемент: « NALS» по

свидетельству №475010, « Wir leben Autos.» по свидетельству №414335, « LE & LO» по

свидетельству №829246, « Ferrari» по свидетельству №275853.

Визуально разделенный на две части («АМСЛ» и «ГИСТИК») за счет изобразительного элемента словесный элемент «АМСЛОГИСТИК», занимающий в составе заявленного обозначения незначительную часть, существенно отличается от

противопоставленного товарного знака [1] визуально и фонетически. Кроме того, слово «АМС!» в составе указанного противопоставления, предназначенного для маркировки продуктов питания, ассоциируясь со звуком проглатывания пищи, вызывает иные смысловые ассоциации, нежели заявленное обозначение.

Отсутствие сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] обусловлено отсутствием их визуального сходства, несмотря на присутствие в их составе изображения крестов, выполненных, тем не менее, в разной графической манере. Наличие в противопоставленном товарном знаке [2] словесного элемента «МЕД» для потребителя является определяющим с точки зрения восприятия, поскольку обуславливает представление о товарах медицинского назначения, в то время как деятельность заявителя связана с перевозками и логистикой, что подтверждается рядом словесных элементов, связанных с этой тематикой, в составе заявленного обозначения.

Заявитель согласен с мнением экспертизы, что в силу семантического значения словесных элементов, заявленное обозначение способно ввести в заблуждение потребителей в отношении назначения части услуг 39 класса МКТУ, и просит исключить из заявленного перечня такие позиции как *«доставка цветов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка и хранение отходов; перевозка мебели; перевозки пассажирские; проведение или сопровождение туристических поездок»*.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 11.09.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022768503 для всех заявленных услуг 35 класса МКТУ и части услуг 39 класса МКТУ, а именно:

35 класс МКТУ – «аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; исследования маркетинговые; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся

коммуникационных стратегий связей с общественностью; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги административные по переезду предприятий; услуги по розничной продаже аптечных товаров; услуги по розничной продаже аптечных товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов.; розничная или оптовая торговля фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по оптовой продаже медицинских инструментов; услуги по оптовой продаже медицинской аппаратуры»;

39 класс МКТУ – «авиаперевозки; аренда мест для стоянки автотранспорта; аренда складов; бронирование транспортных средств; доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; загрузка торговых аппаратов; предоставление информации по вопросам перевозок; логистика транспортная; перевозка в бронированном транспорте; перевозка грузовым автотранспортом; перевозка гужевым транспортом; перевозка на лихтерах; перевозка на паромах; перевозка при переезде; перевозка ценностей под охраной; перевозки автомобильные; перевозки водным транспортом; перевозки железнодорожные; перевозки морские; перевозки речным транспортом; перевозки санитарные; переноска грузов; посредничество в морских перевозках; посредничество при перевозках; посредничество при фрахтовании; предоставление информации в области маршрутов движения; прокат автомобилей; прокат контейнеров для хранения; прокат рефрижераторов; прокат транспортных средств; работы погрузочно-разгрузочные; работы

разгрузочные; услуги автостоянок; услуги водителей; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]; услуги транспортные; услуги хранения багажа; фрахт [перевозка товаров на судах]; фрахтование; хранение товаров; хранение товаров на складах; экспедирование грузов; аренда контейнеров для транспортировки и хранения товаров; предоставление информации об услугах хранения товаров на складах».

На заседании коллегии, состоявшемся 24.01.2024, заявитель ходатайствовал о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака только в отношении услуг 39 класса МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает приведенные в возражении доводы неубедительными.

С учетом даты (27.09.2022) поступления заявки №2022768503 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 требованиями пункта 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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи 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 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 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.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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.

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 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 требованиями подпункта 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.

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.

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 положениями пункта 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными 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; расположения 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 обозначение 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, 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).



Обозначение «  » по заявке №2022768503 с приоритетом от 27.09.2022, заявленное на регистрацию в качестве товарного знака для индивидуализации услуг 35, 39 классов МКТУ, является комбинированным, включает в свой состав изобразительные и словесные элементы, выполненные кириллическим алфавитом. Изобразительный элемент выполнен в виде стилизованного изображения стрелы с направленным влево наконечником. В нижней части наконечника, в две строки мелким шрифтом расположен словесный элемент «ТЕМПЕРАТУРНАЯ ПЕРЕВОЗКА МЕДИЦИНСКИХ ФАРМПРЕПАРАТОВ И ВАКЦИН». В месте соединения наконечника с древком стрелы расположен круг, в центре которого находится словесный элемент в виде написанных заглавными буквами мелким шрифтом трех слов, расположенных одно под другим в три строки - «ХРАНЕНИЕ ПЕРЕВОЗКА ПРОДАЖА». Задняя часть стрелы выполнена в виде горизонтальной полосы, пересекаемой в правой части короткой широкой вертикальной полосой с образованием креста, в центре которого размещен словесный элемент в виде написанного заглавными буквами мелким шрифтом выражения «ЛОГИСТИКА МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ И ЛЕКАРСТВ». В верхней левой части

обозначения расположен выполненный заглавными буквами словесный элемент «АМСЛОГИСТИК», части которого «АМСЛ» и «ГИСТИК», выполнены в голубой цветовой гамме, а буква «О» стилизована под круг красного цвета, на фоне которого расположен белый крест. В верхней части изображения стрелы выполнена изогнутая под острым углом линия, над горизонтальной полкой которой расположен словесный элемент «Холодовая Цепь».

Анализ заявленного обозначения показал, что входящие в его состав словесные элементы «ТЕМПЕРАТУРНАЯ ПЕРЕВОЗКА МЕДИЦИНСКИХ ФАРМПРЕПАРАТОВ И ВАКЦИН», «ХРАНЕНИЕ ПЕРЕВОЗКА ПРОДАЖА», «ЛОГИСТИКА МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ И ЛЕКАРСТВ», «Холодовая Цепь» являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса в силу своего описательного характера в области медицинских перевозок. На данное обстоятельство указывалось самим заявителем при подаче заявки №2022768503.

Также заявителем не оспаривается приведенный в заключении по результатам экспертизы довод о неохраноспособности входящего в состав заявленного обозначения изобразительного элемента в виде креста белого цвета согласно пункту 1 статьи 1483 кодекса, в силу того, что он не обладает различительной способностью, используется многими лицами для индивидуализации услуг, однородных заявленным услугам 35, 39 классов МКТУ.

В отношении части заявленных услуг 39 класса МКТУ *«доставка цветов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка и хранение отходов; перевозка мебели; перевозки пассажирские; проведение или сопровождение туристических поездок»*, не связанных с деятельностью в области медицинских перевозок, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку способно ввести в заблуждение потребителей в отношении назначения услуг. Названный довод административного органа в возражении не оспаривается.

Вместе с тем отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022768503 обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта

пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием противопоставленных товарных



знаков « **МЕД** » [1] (свидетельство №596631 с приоритетом от 27.07.2015),



« **АМС!** » [2] (свидетельство №207446 с приоритетом от 06.09.1999),

зарегистрированных на имя иных лиц с более ранним приоритетом.

Противопоставленный товарный знак [1] свидетельству №596631 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ. Словесный элемент «МЕД» указан в качестве неохраняемого элемента.

Противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №207446 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 39 класса МКТУ.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой 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. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного

обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

В части сопоставительного анализа перечней услуг 35, 39 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] необходимо указать, что они включают либо идентичные позиции, либо услуги, которые соотносятся друг с другом как вид/род. Относясь к одной и той же родовой группе, сравниваемые услуги могут характеризоваться одинаковым назначением, кругом потребителей и условиями их оказания.

Так, услуги 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; исследования маркетинговые; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги административные по переезду предприятий; услуги по розничной продаже аптечных товаров; услуги по розничной продаже аптечных товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов.; розничная или оптовая торговля фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по оптовой продаже медицинских инструментов; услуги по оптовой продаже*

медицинской аппаратуры», приведенные в перечне заявленного обозначения, связаны с продвижением товаров, а также с административной деятельностью в сфере бизнеса.

Услугам 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; 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; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление деловой информации через веб-сайты;

предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; 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; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; 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 консультационные по управлению бизнесом; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации Интернет-сайта; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги секретарей; 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» противопоставленного товарного знака [1] также содержат услуги в сфере продвижения товаров и административной деятельности в сфере бизнеса.

Услуги 39 класса МКТУ «авиаперевозки; аренда мест для стоянки автотранспорта; аренда складов; бронирование транспортных средств; доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; доставка цветов; загрузка торговых аппаратов; предоставление информации по вопросам перевозок; логистика транспортная; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка в бронированном транспорте; перевозка грузовым автотранспортом; перевозка гужевым транспортом; перевозка и хранение отходов; перевозка мебели; перевозка на лихтерах; перевозка на паромах; перевозка при переезде; перевозка ценностей под охраной; перевозки автомобильные; перевозки водным транспортом; перевозки железнодорожные; перевозки морские; перевозки пассажирские; перевозки речным транспортом; перевозки санитарные; переноска грузов; посредничество в морских перевозках; посредничество при перевозках; посредничество при фрахтовании; предоставление информации в области маршрутов движения; прокат автомобилей; прокат контейнеров для хранения; прокат рефрижераторов; прокат транспортных средств; работы погрузочно-разгрузочные; работы разгрузочные; услуги автостоянок; услуги водителей; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]; услуги транспортные; услуги хранения багажа; фрахт [перевозка товаров на судах]; фрахтование; хранение товаров; хранение товаров на складах; экспедирование грузов; аренда контейнеров для транспортировки и хранения товаров; проведение или сопровождение туристических поездок; предоставление информации об услугах хранения товаров на складах» заявленного обозначения относятся к деятельности в транспортировке и хранения товаров.

В свою очередь перечень 39 класса МКТУ «*транспорт; упаковка и хранение товаров; организация путешествий*» противопоставленного товарного знака [2] также включает родовые категории услуг, относящихся к транспортировке и хранению товаров.

Принимая во внимание указанные обстоятельства, коллегия полагает, что сравниваемые услуги 35, 39 классов МКТУ имеют высокую степень однородности, что обуславливает вероятность их совместной встречаемости в одних и тех же сегментах рынка.

Что касается сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] на предмет их сходства, то коллегией принято во внимание мнение заявителя относительно индивидуализирующих элементов заявленного обозначения и роли графической составляющей сравниваемых обозначений.



Так, заявленное обозначение «», помимо вышеуказанных неохраноспособных элементов, включает в свой состав как изобразительный, так и словесный элементы, которые в силу композиционного исполнения заявленного обозначения воспринимаются в качестве самостоятельных элементов и равным образом выполняют индивидуализирующую функцию.

Таким индивидуализирующим словесным элементом заявленного обозначения является словесный элемент «АМСЛОГИСТИК», представляющий собой сложносоставное слово, в котором, несмотря на визуальное разделение частей «АМСЛ» и «ГИСТИК», усматривается наличие известного потребителю слова «ЛОГИСТИК», образованного от лексической единицы английского языка «logistic²» со значением «логистический, относящийся к логистике».

Следует отметить, что под «логистикой³» понимается теории планирования, управления и контроля процессов движения материальных, трудовых, энергетических и информационных потоков с использованием элементов

² Англо-русские словари, <https://translate.academic.ru/logistic/en/ru/>.

³ Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/7388>.

кибернетики. В экономике логистика применяется для управления и расчета материально-технического обеспечения, движения товарно-материальных запасов, информационных потоков.

Заявителем не отрицается, что его деятельность носит логистическую направленность, что подчеркивается входящим в его состав словесным элементом «ЛОГИСТИКА МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ И ЛЕКАРСТВ». Указанные обстоятельства способствуют восприятию части «ЛОГИСТИК» в составе заявленного обозначения в качестве слабой, тем самым, основное внимание потребителя при восприятии заявленного обозначения направлено на первую часть словесного элемента «АМС», которая не имеет какого-либо смыслового наполнения, зафиксированного в словарно-справочной литературе. При этом фантазийная словесная часть «АМС» занимает первоначальное положение в составе заявленного обозначения, акцентируя на себе внимание потребителя в первую очередь.



В свою очередь противопоставленные товарные знаки «  » [1],

(свидетельство №596631 с приоритетом от 27.07.2015), «  » [2] включают в свой состав слово «АМС». Следует отметить, что в противопоставленном товарном знаке [1] словесный элемент «МЕД» исключен из правовой охраны в силу своей описательности для услуг, связанных с медициной. Тем самым, слово фантазийное слово «АМС» выполняет в противопоставленных товарных знаках основную индивидуализирующую функцию.

Вхождение в состав заявленного обозначения индивидуализирующего словесного элемента противопоставленных товарных знаков [1], [2] приводит к выводу об их сходстве друг с другом, несмотря на отдельные отличия.

Необходимо отметить, что согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной по ряду дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано

полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

Таким образом, принимая во внимание установленное наличие сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] при имеющейся при этом высокой степени однородности услуг 35, 39 классов МКТУ, для сопровождения которых предназначены сравниваемые обозначения, коллегия пришла к выводу о вероятности их смешения в гражданском обороте, что свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия приняла к сведению отказ заявителя от регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ, что позволяет снять противопоставленный товарный знак [1]. Однако данное ограничение не влияет на вывод о невозможности регистрации товарного знака по заявке №2022768503 в связи с установленным сходством до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком [2] в отношении всех заявленных услуг 39 класса МКТУ.

Резюмируя все обстоятельства дела в совокупности, оснований для удовлетворения поступившего возражения не усматривается.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.12.2023, оставить в силе решение Роспатента от 11.09.2023.