

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), рассмотрела возражение, поступившее 14.02.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ АВРОРА", г. Санкт-Петербург, (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе государственной регистрации товарного знака по заявке №2020730990, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке № 2020730990 с приоритетом от 10.06.2020 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 16, 25, 30, 32 и услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ.

Роспатентом 17.10.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020730990 в отношении всех заявленных товаров и услуг классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «CONCERT HALL» в отношении заявленных товаров и услуг являются неохраноспособными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в целом не обладают различительной способностью.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с серией (блоком) товарных знаков «АВРОРА» по свидетельству №804641 (1), «AVRORA» по свидетельству №804640 (2), «AURORA» по



свидетельству №804639 (3), «АВРОРА» по свидетельству №804638 (4),



«AVRORA» по свидетельству №804637 (5), «AURORA» по свидетельству №804636 (6) с приоритетом от 14.10.2019, зарегистрированных на имя Общество с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский район, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;



- с товарными знаками « Аврора», « Aurora», свидетельствам № 800178 (7), № 800177 (8), с приоритетом от 08.08.2018, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский р-н, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 35, 36, 41 классов МКТУ;

- с товарными знаками « Аврора», « Aurora» по свидетельствам №697855 (9) с приоритетом от 08.08.2018, № 708842 (10) с приоритетом от 08.08.18), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский р-н, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 624327 (11) с приоритетом от 09.12.2015, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Аврора", г. Самара, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 623147 (12) с приоритетом от 13.11.2015, зарегистрированным на имя Акционерное общество Дальневосточная консалтинговая группа АВРОРА, г. Хабаровск, в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;

- с товарными знаками «**Аврора**», «**Aurora**» по свидетельствам №567561 (13), № 567385 (14), с приоритетом от 28.11.2014, зарегистрированными на имя Индивидуального предпринимателя Балукова Сергея Александровича, Владимирская область, г. Ковров, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарными знаками «» по свидетельствам №437256 (15), с приоритетом от 07.08.2009, срок действия продлен до 07.08.2029, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной

ответственностью "Такси Аврора", Республика Башкортостан, в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА**» по свидетельству № 333953 (16) с приоритетом от 26.01.2006, срок действия продлен до 26.01.2026, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Такси Аврора", Республика Башкортостан, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА**» по свидетельству № 316501 (17) с приоритетом от 05.03.05, срок действия продлен до 05.03.2025, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Пицца Аврора", г. Краснодар, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА** business park» по свидетельству №286504 (18), с приоритетом от 21.10.2004, срок действия продлен до 21.10.2024, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Парус-Эстейт", 121099, Москва, Новинский б-р, 3, стр.1 в отношении однородных услуг 36 класса;



- с товарными знаками «**АВРОРА**», «**АВРОРА**» по свидетельствам №296116 (19) , № 296114 (20) с приоритетом от 21.04.2004, 16.04.2004, срок действия продлен до 21.04.2024, 16.04.2024, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Яхт-клуб "Аврора", Московская обл., г. Долгопрудный, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;

- с товарными знаками «  », «  » по свидетельствам №262897 (21), № 262896 (22) с приоритетом от 18.01.2002, срок действия продлен до 18.02.2032, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Парус-Эстейт", 121099, Москва, Новинский б-р, 3, стр.1 в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;

- с товарным знаком «  » по свидетельству №558569 (23), с приоритетом от 16.06.2014, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Пневмоэлектросервис", 199106, Санкт-Петербург, Средний пр-кт В.О., д. 76/18, лит. А, пом. 1Н, оф. 11 в отношении однородных услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ;

- со знаком «  » по международной регистрации № 1112661 (24), с приоритетом от 19.03.2012, зарегистрированным на имя Individualnyi predprinimatel Bystritskii Igor Vladimirovich, g. Astana в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «AURORA HALL» по свидетельству №757535 (25), с приоритетом от 13.08.2019, зарегистрированным на имя Общество с ограниченной ответственностью "Ресторан Бали", 197374, Санкт-Петербург, в отношении однородных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 14.02.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель испрашивает правовую охрану в отношении следующих услуг: 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг», 36 класса МКТУ «аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)», 41 класса МКТУ «бронирование билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка

концертов и зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий», 42 класса МКТУ «дизайн графических рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ», 43 класса МКТУ «услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек»;

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными товарными знаками, поскольку они отличаются использованными графическими решениями;

- сравниваемые классы услуг не являются однородными совсем, либо имеют слабую однородность, что свидетельствует об отсутствии вероятности смешения в гражданском обороте.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Заявление об изменении перечня товаров и услуг;
2. Извещение об изменении перечня товаров и услуг по свидетельству 333953;
3. Решение Суда по интеллектуальным правам от 19 августа 2021 года по делу № СИП-425/2021;

4. Решение Суда по интеллектуальным правам от 18 января 2022 года по делу № СИП-426/2019;
5. Договор аренды от 01.05.2019.

Изучив материалы дела, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (10.06.2020) поступления заявки №2020730990 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. N 482 (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, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2020730620



заявлено обозначение «», которое представляет собой

квадрат синего цвета, на фоне которого расположены слова «AURORA, GREAT POWER OF MUSIC, CONCERT HALL», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении скорректированного перечня услуг 35, 36, 41, 42, 43 классов МКТУ.

В решении Роспатента указано на несоответствие слов «CONCERT HALL» требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявителем по тексту возражения не выражена какая-либо позиция относительно вышесказанного.

Согласно словарно-справочным источникам (см. Интернет переводчик: <https://translate.google.com/>) слова «concert hall» в переводе с английского языка на русский язык имеют значение «концертный зал» (специальное помещение, предназначенное для проведения публичных концертов).

Таким образом, в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг»*, 36 класса МКТУ *«аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)»*, 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка концертов и зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий»*, 42 класса МКТУ *«дизайн графический рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ»*, 43 класса МКТУ *«услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных,*

спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек», которые имеют прямое взаимодействие с концертными залами, словесные элементы «concert hall» не обладают различительной способностью, указывают на вид услуг, что не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, слова «CONCERT HALL» не занимают доминирующего положения, в связи с чем они могут быть включены в состав знака как неохраноспособные элементы.

Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг, ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены словесные и комбинированные знаки (1-25), которые содержат в своем составе словесные элементы «АВРОРА» / «AVRORA»/ «AURORA» а именно: «АВРОРА» по свидетельству №804641 (1), «AVRORA» по свидетельству

№804640 (2), «AURORA» по свидетельству №804639 (3),  «АВРОРА» по

свидетельству №804638 (4),  «AVRORA» по свидетельству №804637 (5),

 «AURORA» по свидетельству №804636 (6), « Аврора» по свидетельству

№800178 (7), « Aurora» по свидетельству № 800177 (8), « Аврора

» по свидетельству №697855 (9), « Aurora» по свидетельству №708842

(10), « АВРОРА» по свидетельству №624327 (11), «» по

«Аврора»
свидетельству №623147 (12) « » по свидетельству №567561

(13), «Avrora» по свидетельству №567385 (14), «АВРОРА» по



свидетельству №437256 (15), «АВРОРА» по свидетельству № 333953



(16), « » по свидетельству №316501 (17), « avrora business park» по



свидетельству №286504 (18), « » по свидетельству №296116 (19), «



» по свидетельству, № 296114 (20), « AVRORA БИЗНЕС ПАРК» по



свидетельству №262897 (21), « » по свидетельству № 262896



(22), « » по свидетельству №558569 (23), « AVRORA fashion gallery»

по международной регистрации № 1112661 (24), «AURORA HALL» по свидетельству №757535 (25).

Следует учитывать, что данные словесные элементы являются доминирующими (4-12, 16-25) либо единственными (1-3, 13-15), то есть именно они выполняют индивидуализирующую функцию товарных знаков.

Правовая охрана товарным знакам (1-6) предоставлена, в том числе, в отношении услуг 41 и 42 классов МКТУ. Правовая охрана товарных знаков (7, 8) распространяется, в том числе, на услуги 35, 36, 41 классов МКТУ. Правовая охрана знаков (9-10) действует в отношении, в том числе, услуг 42 класса МКТУ. Знаки (11, 13-14, 16, 24) действуют, в том числе, в отношении

услуг 35 класса МКТУ. Правовая охрана товарным знакам (12, 15) предоставлена, в том числе, в отношении услуг 36 класса МКТУ. Товарные знаки (18, 21, 22) зарегистрированы в отношении услуг 36 класса МКТУ. Товарный знак (17) действует в отношении услуг 43 класса МКТУ. Знаки (19, 20) зарегистрированы в отношении услуг 41 класса МКТУ. Товарный знак (23) действует в отношении услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ. Товарный знак (25) зарегистрирован в отношении услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что заявленное обозначение является комбинированным и основным индивидуализирующим его элементом (охраняемым) является слово «AURORA» [АУРОРА/ АВРОРА], поскольку оно расположено по центру обозначения, графически выделено большим шрифтом, по сравнению с остальными словесными элементами «GREAT POWER OF MUSIC», именно с него начинается прочтение словесной части, на нем акцентируется внимание потребителя и он легче запоминается.

Сходство сравниваемых обозначений обусловлено полным фонетическим вхождением словесной части «AURORA»/ «АВРОРА» / «AVRORA» противопоставленных товарных знаков (1-25) в заявленное обозначение.

Заявленное обозначение «AURORA», согласно словарно-справочным источникам, означает – женское имя «Аврора», богиня утренней зари у древних римлян (<https://academic.ru>).

Учитывая выше приведенную семантику, заявленное обозначение и противопоставленные знаки (1-25) являются семантически тождественными, поскольку ассоциируются с одним и тем же словом «Аврора», что порождает в сознании потребителей одни и те же образы.

Наличие изобразительных элементов и некоторых графических особенностей противопоставленных знаков (4-12, 16-25), равно как и наличие графических особенностей у заявленного обозначения при сравнении со словесными знаками (1-3, 13, 13-15), в данном случае, играет второстепенную роль при оценке об их сходстве, так как сходство

сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов, входящих в состав сравниваемых обозначений,.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия пришла к выводу, что сопоставляемые обозначения являются фонетически и семантически тождественными, что обуславливает вывод о высокой степени сходства сравниваемых обозначений.

В результате анализа однородности услуг 35, 36, 41, 42, 43 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1-6) было установлено следующее.

Услуги 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг»*, в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленному обозначению, представляют собой услуги, по рекламе и продвижению товаров и услуг, следовательно, являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ *«маркетинг; исследования конъюнктурные»*, содержащимся в перечне товарного знака (11), услугам 35 класса МКТУ *«услуги в области общественных отношений»*, в отношении которых действуют знаки (7, 8), услугам 35 класса МКТУ *«реклама указанных выше товаров, в том числе с помощью сети Интернет или других глобальных сетей; презентация указанных товаров во всех медиасредствах с целью оптовой и розничной продажи; стимулирование сбыта вышеперечисленных товаров, и сбыт указанных товаров через посредников; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе, с помощью сети Интернет или других глобальных сетей»*, в отношении которых, в том числе, зарегистрированы товарные знаки (13, 14), услугам 35 класса МКТУ *«продвижение товаров (для третьих лиц)»* содержащимся в перечне товарного знака (16), таким услугам 35 класса МКТУ как *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; аренда площадей для размещения рекламы и рекламного*

материала; аренда рекламных площадей в Интернете; аренда рекламных площадей онлайн; демонстрация товаров; демонстрация товаров в рекламных целях; заключение контрактов на рекламу и продвижение товаров для третьих лиц; заключение рекламных контрактов для третьих лиц; изучение общественного мнения; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация выставок и мероприятий для коммерческих или рекламных целей; организация выставок и торговых ярмарок для коммерческих и рекламных целей; организация и проведение коммерческих выставок и демонстраций; организация и проведение промышленных выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение торговых выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и проведение торговых выставок, мероприятий и выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и управление программами клиентской лояльности; организация мероприятий, выставок, ярмарок и представлений для коммерческих, стимулирующих и рекламных целей; организация, осуществление и контроль продаж и рекламных поощрительных программ; организация, осуществление и контроль программ по сохранению клиентской верности и стимулированию покупателей; организация показов мод в рекламных целях; организация показов мод для коммерческих целей; организация, работа и проверка программ клиентской лояльности; организация рекламных мероприятий; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок для рекламных целей; оформление витрин; предоставление и аренда рекламных площадей и наружных рекламных площадей; предоставление и аренда рекламных площадей и рекламного материала; предоставление информации в сфере бизнеса и маркетинга; предоставление информации в сфере маркетинга; предоставление пространства на веб-сайтах для рекламы товаров и услуг; презентация компаний и их товаров и услуг по Интернету; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение компьютерных

сетей и веб-сайтов, интерактивное; продвижение товаров и услуг для третьих лиц посредством рекламы на Интернет-сайтах; продвижение товаров и услуг для третьих лиц через Интернет; продвижение товаров и услуг через всемирную глобальную сеть; прямой маркетинг; реклама веб-сайтов в области бизнеса; реклама в периодических изданиях, брошюрах и газетах; реклама в популярной и профессиональной прессе; реклама почтой; реклама с приглашением на работу; реклама телевизионная; рекламирование коммерческой или жилой недвижимости; рекламные агентства в сфере распространения рекламы; услуги информационные в рекламной области; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги рекламные, предоставляемые по телевидению, радио или почте», в отношении которых действует правовая охрана знака (23), услугам 35 класса МКТУ «promotion de produits pour des tiers, a savoir la promotion de chaussures» (перевод «продвижение товаров для третьих лиц, а именно продвижение обуви», в отношении которых предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации знаку (24), а также части услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети» противопоставленного товарного знака (25). Сравниваемые услуги представляют собой идентичные услуги, либо соотносятся как род вид услуг (реклама, бизнес услуги в сфере продвижения товаров и услуг), имеют одно и то же назначение, круг потребителей, могут оказываться одним и тем же лицом.

Испрашиваемые услуги 36 класса МКТУ «аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)» относятся к услугам аренды (где концертный зал – помещение, недвижимость), являются однородными противопоставленной части услуг 36 класса МКТУ «агентства по операциям с недвижимым имуществом; посредничество при операциях с недвижимостью; сдача в аренду недвижимого имущества; сдача в аренду нежилых помещений; управление недвижимостью», в отношении которых

зарегистрирован товарный знак (15), услугам 36 класса МКТУ *«услуги по сдаче в возмездное пользование офисных зданий и помещений; управление недвижимостью»* товарного знака (18), услугам 36 класса МКТУ *«операции с недвижимостью»*, в отношении которых действуют противопоставленные товарные знаки (21, 22), а также таким услугам 36 класса МКТУ как *«агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда апартаментов, домов, торговых помещений и офисов; аренда зданий для постоянного использования; аренда зданий и предоставление информации, связанной с этим; аренда площадей в коммерческих центрах; доверительное управление недвижимостью; заключение договоров по прокату и аренде на недвижимое имущество; консультации в сфере недвижимости; консультации по управлению недвижимостью; приобретение недвижимости; управление недвижимостью; услуги агентств по коммерческой недвижимости; услуги агентств по недвижимости по аренде зданий; услуги агентств по недвижимости по аренде собственности; услуги агентств по недвижимости по сдаче земли в аренду; услуги в сфере недвижимости, связанные с покупкой и арендой недвижимости; услуги организаций, занимающихся недвижимостью; услуги по продлению срока аренды недвижимости»*, в отношении которой действует знак (23). Сравниваемые услуги соотносятся как вид-род, характеризуются единством свойств, назначения, способов оказания и круга потребителей, следует отметить, что услуги по аренде могут входить в комплекс услуг по управлению недвижимостью.

Вместе с тем, указанные в решении Роспатента противопоставленные услуги 36 класса МКТУ, находящиеся в перечнях товарных знаков (7, 8, 12), не относятся к услугам связанным с арендой и управлением недвижимостью, следовательно, маркированные сходными обозначениями не будут смешаны в гражданском обороте.

Испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка концертов и*

зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий» относятся к общей родовой группе услуг связанной с развлечениями, услугам по организации и проведению развлекательных мероприятий, а также услугам, связанным с монтажом видеозаписей и фотографированием, являются однородными противопоставленным услугам 41 класса МКТУ «видеосъемка; дискотеки; информация по вопросам отдыха; киностудии; клубы-кафе ночные [развлечение]; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация спектаклей [услуги импресарио]; предоставление услуг кинозалов; представления театральные; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги диск-жокеев; услуги караоке; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы», в отношении которых действуют знаки (1-8), таким услугам 41 класса МКТУ как «бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; киностудии; консультации в области развлечений; консультации в области развлечений, предоставляемые через Интернет; консультации и предоставление информации в области подготовки, проведения и организации концертов; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; передачи развлекательные телевизионные; подготовка выставок, конгрессов, семинаров и конференций в культурных и развлекательных целях; услуги диск-жокеев; услуги развлекательные, предоставляемые театральными артистами; услуги театральной постановки; услуги фан-клубов в области развлечений; фотографирование; фоторепортажи; цирки;

шоу-программы» противопоставленного товарного знака (23). Сравниваемые услуги содержат идентичные услуги, либо относятся к одному и тому же виду услуг (услуги развлечений), имеют одно и то же назначение (проведение досуга), круг потребителей, могут оказываться одним и тем же лицом.

Вместе с тем, испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ следует признать неоднородными услугам 41 класса МКТУ *«организация спортивных мероприятий; предоставление спортивного оборудования; клубы здоровья; услуги яхт-клубов; организация спортивных состязаний; спортивные лагеря [стажировка]»* товарных знаков (19, 20), поскольку данные услуги относятся к организации спортивных состязаний и оздоровительным услугам. Маркированные сходными обозначениями неоднородные услуги не будут смешаны в гражданском обороте.

Испрашиваемые услуги 42 класса МКТУ *«дизайн графический рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ»* относятся к услугам дизайнеров, являются однородными таким услугам 42 класса МКТУ как *«дизайн промышленный; дизайн художественный; консультации в области дизайна веб-сайтов; услуги по созданию образа [промышленная эстетика]»*, в отношении которых действуют знаки (9 и 10), данные услуги представляют собой одни и те же услуги дизайна (деятельность по проектированию эстетических свойств промышленных изделий, а также результат этой деятельности), имеют одно и то же назначение, круг потребителей, могут оказываться одни и тем же лицом.

Испрашиваемые 43 класса МКТУ *«услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек»* являются услугами по обеспечению пищевыми продуктами, которые следует

признать однородными услугам 43 класса МКТУ «закусочные, кафе, кафетерии, рестораны, столовые, изготавливающие пиццу; услуги по обеспечению пиццей; услуги по приготовлению пиццы и доставки на дом» товарного знака (17), таким услугам 43 класса МКТУ как «кафе-мороженое; обеспечение помещений и средств для проведения конференций; обеспечение размещения по праздникам; пиццерии; подача еды и напитков для гостей в бистро; подача еды и напитков для гостей в Интернет-кафе; подача еды и напитков для гостей в пирожковых; предоставление банкетного обслуживания для собраний; предоставление информации о предоставлении помещений социального назначения для организации банкетов и других специальных мероприятий; предоставление продуктов питания и напитков в бистро; предоставление продуктов питания и напитков в Интернет-кафе; предоставление продуктов питания и напитков в пирожковых; приготовление еды и напитков в молочных барах; приготовление и предоставление продуктов питания и напитков для потребления в предприятиях розничной торговли; рестораны быстрого питания и закусовые; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; туристические рестораны; услуги винных баров; услуги консультационные в области кулинарии; услуги консультационные в области обслуживания продуктами питания и напитками; услуги молочных баров; услуги общественного питания (кейтеринг) для конференц-центров; услуги передвижных кафе, предоставляющих еду и напитки; услуги по обеспечению ресторанов пищевыми продуктами и напитками; услуги по обслуживанию в заведениях быстрого питания; услуги по подаче пищевых продуктов и напитков в ресторанах и барах; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом», в отношении которых действует знак (23) , таким услугам 43 класса МКТУ как «кафе; кафетерии; рестораны; услуги баров» противопоставленного товарного знака (25), поскольку соотносятся между собой как род-вид услуг (обеспечение пищевыми продуктами), имеют одно и то же назначение, могут оказываться одним и тем же лицом в отношении

одного и того же круга лиц, в связи с чем следует признать наличие риска смешения средств индивидуализации в гражданском обороте.

Вероятность смешения спорного обозначения и противопоставленных товарных знаков (знака по международной регистрации) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства заявленного обозначения с противопоставленными знаками (1-25), и однородность услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса является правомерным.

Представленные в материалах возражения сведения о деятельности заявителя не приводят к выводу об отсутствии сходства заявленного обозначения с противопоставленными знака, равно как и подтверждают отсутствие однородности сравниваемых услуг.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.02.2022, оставить в силе решение Роспатента от 17.10.2021.