

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 10.01.2022 возражение, поданное индивидуальным предпринимателем Каменец Андреем Павловичем, Москва (далее – лицо, подавшее возражение), в отношении решения Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020753554, при этом установила следующее.

AIRBOATS.RU

Регистрация обозначения «**AIRBOATS.RU**» по заявке № 2020753554, поданной 28.09.2020, испрашивалась на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом принято решение от 29.09.2021 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020753554 в отношении части услуг 35 класса МКТУ с указанием элемента «.RU» в качестве неохраняемого элемента знака.

В отношении иной части услуг 35 класса МКТУ – «демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность Интернет-магазинов по продаже товаров» в регистрации товарного знака отказано по основаниям, предусмотренным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку словесный элемент «AIRBOATS» («airboat» с англ. – 1) катер с воздушным двигателем, см. Интернет, https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus_technic/4097/airboat – Англо-русский словарь технических терминов, https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/414032/airboat – Большой англо-русский и русско-английский словарь; 2) лодка с воздушным винтом, см. Интернет, https://universal_en_ru.academic.ru/410551/airboat – Универсальный англо-русский словарь) для части заявленных услуг 35 класса МКТУ указывает на назначение услуг, в связи с чем является неохранным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 10.01.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не содержит какого-либо указания на назначение услуги, поскольку под «назначением товара/услуги» подразумевается область применения товара/услуги, функции, круг потребителей и т.д. (например, «для детей и будущих мам», «для дамъ», «для мальчиков», «для бизнеса» и т.д.);

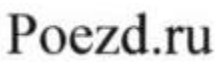
- Роспатентом не были проанализированы имеющиеся или вероятные

ассоциативные связи, возникающие у обычного российского потребителя в связи со спорным обозначением;

- существующая практика свидетельствует о том, что такие термины, как «ЛОДКА», «РЫБАЦКАЯ ЛОДКА», «BOAT», «DELTAPLAN» и др. могут быть охраняемыми в качестве товарных знаков, в том числе и для заявленных услуг,

например, «» (свидетельство № 669228), « Рыбацкая Лодка »

(свидетельство № 710057), «» (свидетельство № 655031),

«» (свидетельство № 486656), «» (свидетельство

№ 634622), «» (свидетельство № 776875), «» (свидетельство

№ 796841), «» (свидетельство № 811007);

- заявленное обозначение «AIRBOATS» не будет вводить потребителя в заблуждение относительно оказываемых услуг и является фантазийным, в том числе и для услуг торговли и продвижения товаров;

- эксперт не дал никакой аргументации, почему товарный знак «ЛОДКА» обладает различительной способностью, а товарный знак «AIRBOATS» не может быть зарегистрирован, поскольку является описательным.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит изменить решение о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания, коллективного знака) от 29.09.2021 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака для всех услуг 35 класса МКТУ.

На заседании коллегии от 21.02.2022 в соответствии с пунктом 45 Правил ППС коллегия указала заявителю на новые мотивы, препятствующие предоставлению правовой охраны заявленному обозначению. Так, коллегией указано на то, что в связи с семантическим значением словесного элемента «AIRBOATS», приведенным в оспариваемом решении, в отношении части услуг 35

класса МКТУ, относящихся к родовой группе «продвижение товаров», словесный элемент «AIRBOATS» указывает на вид, свойство и назначение услуг, в связи с чем является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Поскольку неохраняемые элементы «AIRBOATS» и «.RU» занимают доминирующее положение, то в соответствующей части регистрация заявленного обозначения в целом не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении части услуг 35 класса МКТУ, связанных с продвижением товаров иного вида и назначения (например, продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями), заявленное обозначение вызывает неверное представление относительно вида, свойств и назначения услуг, в связи с чем не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение является сходным до степени смешения с товарным знаком «**AEROBOT**» по свидетельству № 731551 (приоритет от 21.02.2019), зарегистрированным на имя иного лица, в том числе, в отношении услуг 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Заявитель свое мнение в отношении указанных мотивов в письменном виде не представил. Устно заявил об отсутствии возражений относительно применения положений пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса по отношению к части услуг 35 класса МКТУ, в связи с чем просит исключить данные услуги из заявленного перечня.

При этом заявитель возражает относительно применения положений пунктов 1 (3) и 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку считает, что заявленное обозначение является фантазийным по отношению к услугам 35 класса МКТУ, при этом не является сходным с товарным знаком по свидетельству № 731551 по всем критериям, применяемым при сравнительной оценке обозначений, обратив особое внимание этом смысловое несходство обозначений.

Изучив материалы дела и заслушав представителя лица, подавшего возражение, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (28.09.2020) заявки № 2020753554 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает вышеуказанный 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 1 (3) 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 и способ их производства или сбыта.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 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.

В соответствии с пунктом 3 (1) 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.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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 и т.д.

AIRBOATS.RU

Заявленное обозначение «**AIRBOATS.RU**» включает словесный элемент «AIRBOATS.RU», выполненный буквами латинского алфавита таким образом, что части «AIR» и «.RU». Обозначение выполнено в красном и сером цветовом сочетании. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2020753554 испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Анализ обозначения по заявке № 2020753554 на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Входящий в состав заявленного обозначения элемент «.RU» относится к неохраняемым, поскольку представляет собой указание национального домена первого уровня для России, являющегося общепринятым обозначением российской

принадлежности, использующимся, в частности, в адресах веб-сайтов в сети «Интернет».

Словесный элемент «AIRBOATS» является лексической английского языка – существительным «AIRBOAT» во множественном числе, которое может быть переведено на русский язык как «аэробот», «надувная лодка», «катер с вентиляторным двигателем», «лодка с воздушным винтом», «аэроглизсер», «аэролодка», «лодка с аэроприводом» (https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus_technic/4097/airboat, https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/414032/airboat, https://universal_en_ru.academic.ru/410551/airboat, <https://context.reverso.net/перевод/английский-русский/airboat>, https://dic.academic.ru/dic.nsf/en_ru_geology/1004/airboat и др.), где аэробот – транспортное средство, совмещающее в себе функции катера и снегохода-вездехода; на нем можно передвигаться и по воде, и по относительно ровной поверхности на суше.

Коллегия поясняет, что дополнительные информационные источники не являются противопоставлениями и не представляют собой новые доказательства смыслового содержания заявленного обозначения, вместе с тем они более глубоко раскрывают установленное экспертизой содержание понятия «AIRBOAT», которое в русском языке одного однозначного эквивалента не содержит. С учетом сказанного слово «AIRBOAT» называет конкретный вид плавучего транспортного средства, приводимого в движение воздушным винтом, что и явилось основанием для признания данного элемента не соответствующим пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса, как характеризующего услуги по продвижению товаров.

Как известно, под «продвижением товаров» следует понимать совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров. Поскольку услуги родовой группы «реклама» (агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; написание

текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; оформление витрин; предоставление отзывов пользователей в рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в рекламных целях; телемаркетинг; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламные «оплата за клик») представляют собой деятельность в пользу третьих лиц, имеющую своей целью привлечение внимания к объектам рекламирования с целью повышения спроса и роста продаж, то коллегия оценивает эти услуги как относящиеся к продвижению товаров.

Под услугами маркетинга понимается совокупность действий, цель которых – убедить покупателей приобрести продукцию фирмы. Маркетинг включает проведение мероприятий по распространению и рекламированию выпускаемой продукции. Кроме того, он предполагает изучение рынка, для того чтобы определить вероятную реакцию покупателя на планируемые к производству новые продукты и выяснить, можно ли повысить привлекательность уже выпускаемых продуктов путем их модификации. В конечном счете никакой маркетинг не поможет продать те продукты, которые не нравятся покупателям; однако плохой маркетинг может привести к неудачам в сбыте продукта, который мог бы понравиться покупателям (Экономика. Толковый словарь. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М., см. https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/8874).

Из сказанного следует, что реклама рассматривается как часть маркетинга. Действительно, услуги рекламных агентств и маркетинговые услуги являются взаимодополняемыми и зачастую оказываются в комплексе, кроме того, они имеют общую родовую принадлежность, что определяет их общий круг потребителей. Таким образом, услуги, являющиеся услугами маркетинга (маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; управление потребительской лояльностью; изучение рынка; изучение общественного мнения; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; прогнозирование экономическое; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих целях; сведения о деловых операциях; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; профилирование потребителей в коммерческих целях; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой целью; составление информационных индексов в коммерческих целях; управление процессами обработки заказов товаров; услуги коммерческого лоббирования; оценка коммерческой деятельности; управление программами часто путешествующих; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; организация выставок в коммерческих целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; экспертиза деловая), коллегия также оценивает как относящиеся к продвижению товаров.

Услуги, относящиеся к услугам продаж (агентства по импорту-экспорту; организация торговых ярмарок; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность Интернет-магазинов по продаже товаров), а также

родовые наименования услуг «продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий» являются услугами продвижения.

Услуги заявленного перечня, которые относятся к деятельности административных (услуги административные по переезду предприятий; аудит коммерческий; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц), посреднических (абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; организация подписки на газеты для третьих лиц; поиск поручителей; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги субподрядные [коммерческая помощь]), бухгалтерских (анализ себестоимости; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; подготовка платежных документов; услуги по подаче налоговых деклараций), офисных (запись сообщений [канцелярия]; регистрация данных и письменных сообщений; обработка текста; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию

встреч [офисные функции]; услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги фотокопирования), кадровых (бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников), арендных (аренда офисного оборудования в коворкинге; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопирующего оборудования), информационных (агентства по коммерческой информации; ведение автоматизированных баз данных; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; пресс-службы; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы по связям с прессой; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги в области общественных отношений; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций) служб, напрямую не направлены на реализацию товаров, их рекламу и продвижение, вследствие чего для этих услуг обозначение «AIRBOATS» может рассматриваться как ассоциативное и, как следствие, соответствующее пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

В то же время, включение в заявленное обозначение названия конкретного вида товара («AIRBOATS») по отношению к услугам «онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», которые называют иные виды товаров, в отношении которых они оказываются,

представляет собой ложное указание, поскольку оно не соответствует действительности. Как следствие, для названных услуг слово «AIRBOATS» не соответствует пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса. В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение. Коллегия отмечает согласие заявителя с применением по отношению к части услуг 35 класса МКТУ положений пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Что касается несогласия заявителя в части применения положений пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса в отношении части вышеперечисленных услуг 35 класса МКТУ, а также представленных заявителем примеров регистраций товарных знаков со словесными элементами «ЛОДКА», «ПОЕЗД», «РАКЕТА», «BOAT», «POEZD», «BIGTRAKTOR», «DELTAPLAN», то коллегия обращает внимание заявителя на следующее.

Часть «.ru» заявленного обозначения служит исключительно для адресации соответствующей страницы в сети Интернет. Следовательно, обозначение «AIRBOATS. RU» заявленного обозначения, является адресом сайта заявителя в сети «Интернет», через который он осуществляет свою деятельность. Указание конкретного сайта «AIRBOATS.RU» направлено, прежде всего, на побуждение потребителей к переходу на соответствующий сайт, значит, несет функциональную нагрузку. В таких обозначениях наличие в составе наименования сайта указания на конкретный вид товара ориентирует потребителя относительно свойств и назначения услуг по продвижению товаров, как относящихся к продвижению называемых в адресации сайта товаров.

В большинстве приведенных заявителем примерах товарных знаков присутствуют дополнительные словесные и/или изобразительные элементы, влияющие на восприятие обозначений в целом. Лишь один из указанных заявителем товарных знаков содержит указание адреса конкретного сайта. При этом один пример не иллюстрирует сложившуюся практику регистрации подобных обозначений.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта

6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия установила следующее.

Противопоставляемый товарный знак «**AEROBOT**» по свидетельству № 731551 (приоритет от 21.02.2019) является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 28, 35 классов МКТУ.

Заявленное обозначение включает в качестве «сильного» элемента словесный элемент «AIRBOATS», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В противопоставленном товарном знаке таким «сильным» элементом является единственный словесный элемент «AEROBOT», также выполненный буквами латинского алфавита.

При проведении сравнительного анализа словесных элементов «AIRBOATS» и «AEROBOT» необходимо учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить товарные знаки, а руководствуется общими впечатлениями об обозначениях, виденных/слышанных ранее.

В данном случае, с точки зрения звукового сходства, имеет место наличие 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, ударение.

Части «AIR» и «AER» ([аир] / [аер]) сравниваемых слов, с одной стороны, а также части «BOATS» и «BOT» ([боатс] / [бот]), с другой стороны, являются созвучными, при этом расположены в одинаковой последовательности, что обеспечивает сходное звучание сравниваемых слов в целом. Сказанное приводит к выводу о высокой степени звукового сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака.

Следует отметить, что фонетическое сходство словесных обозначений может быть достаточным для вывода о вероятности смешения.

С точки зрения визуального признака сходства словесных элементов, слова «AIRBOATS» и «AEROBOT» также являются сходными, поскольку выполнены стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В своем выступлении на заседании коллегии от 21.03.2022 представитель заявителя привел довод о том, что слова «AIRBOATS» и «AEROBOT» имеют разное смысловое значение. Цветовые особенности заявленного обозначения и наличие в его составе неохраямемой части «.RU» не оказывает существенного влияния на восприятие и запоминание знака потребителями.

В связи с указанным доводом коллегия отмечает, что слово «AIRBOATS» означает «аэробот», «надувная лодка», «катер с вентиляторным двигателем», «лодка с воздушным винтом», «аэроглизсер», «аэролодка», «лодка с аэроприводом». Слово «AEROBOT» в словарных источниках не обнаруживается (<https://translate.academic.ru/aerobot/xx/ru/>), что исключает возможность признания сравниваемых обозначений несходными по смысловому признаку и приводит к превалированию фонетического критерия. При этом части слов «AIR-» и «AERO-» (air – воздух; атмосфера; воздушное пространство, воздух и т.п.; аеро – воздушный, авиационный, воздухоплавательный и т.п.) обуславливают возможность смыслового ассоциирования сопоставляемых обозначений.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными по критериям сходства словесных обозначений, установленных пунктом 42 Правил.

Заявленные услуги «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и

услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; 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 стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое

лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; 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 телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров» 35 класса МКТУ совпадают или соотносятся как род/вид с услугами «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; внешнее административное управление для компаний; выписка счетов; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; 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; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; 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 торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; 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 информации в области деловых и коммерческих контактов; 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; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; репродуцирование документов; сбор информации в компьютерных базах данных; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной

разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» 35 класса МКТУ противопоставленной регистрации № 731551. Степень однородности названных услуг является высокой, поскольку установлена идентичность сравниваемых формулировок и / или наличие основных признаков однородности сопоставляемых услуг (род, вид, назначение, условия оказания).

Например, заявленные услуги «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров» относятся к посреднической деятельности, имеют ту же родовую принадлежность, то же назначение и условия оказания, что и противопоставленные услуги «помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц». Услуги «аренда офисного оборудования в коворкинге; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования» по роду, виду, назначению, условиям оказания однородны услугам «прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек» противопоставленного перечня. Такие услуги, как «запись сообщений [канцелярия]; регистрация данных и письменных сообщений; обработка текста; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги фотокопирования» однородны на основании общей родовой принадлежности, общих условий оказания и одинакового назначения услугам «репродуцирование

документов» противопоставленной регистрации. Иные сопоставляемые услуги относятся к общим родовым группам «продвижение товаров (включая рекламную и маркетинговую деятельность), «услуги кадровые», «услуги информационно-справочные», «услуги менеджерские в сфере бизнеса». Заявитель не оспаривал вывод об однородности всех заявленных услуг услугам противопоставленной регистрации.

Вероятность смешения спорного обозначения с противопоставленным товарным знаком 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 установлено сходство сравниваемых обозначений и однородности услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначения и товарных знаков.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству № 731551 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, следовательно, заявленное обозначение не соответствует пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.01.2022, изменить решение Роспатента от 29.09.2021 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020753554 с учетом дополнительных оснований.