

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 15.02.2021 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Оригами», Республика Башкортостан (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019701059, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**ЛАПЛАНДИЯ**» по заявке №2019701059 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 11.01.2019 на имя заявителя в отношении следующих услуг 35, 36, 41 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки:

35 класс МКТУ – *«продвижение и продажа товаров; продвижение и продажа алкогольных напитков; продвижение и продажа мебели; продвижение и продажа одежды; реклама; аренда площадей для размещения рекламы»;*

36 класс МКТУ – *«сдача недвижимого имущества в аренду, сдача нежилых помещений в аренду; страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью»;*

41 класс МКТУ – *«воспитание; образование; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; агентства по*

предоставлению моделей для художников; академии [обучение]; аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; киностудии; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные [развлечение]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»;

предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представление цирковых спектаклей; представления варьете/представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagnetофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; субтитрование; тьюторинг; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги композиторов; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги устных переводчиков; учреждения дошкольные [воспитание]; фотографирование; фоторепортажи; хронометраж спортивных состязаний; школы-интернаты; шоу-программы».

Роспатентом 07.10.2020 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров по причине его несоответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, являющемся неотъемлемой частью решения Роспатента от 07.10.2020, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками, имеющими более ранний приоритет и зарегистрированными в отношении однородных товаров на имя иных лиц:

- с товарным знаком «» [1] (свидетельство №681996 с приоритетом от 19.01.2018), зарегистрированным на имя Негосударственного образовательного учреждения дополнительного образования «Школа английского языка ИнглишЛэнд-Лапландия», 142171, Москва г. Щербинка, ул. Пушкинская, 25, в отношении товаров и услуг 28, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 41 класса МКТУ;

- с товарным знаком «» [2] (свидетельство №512067 с приоритетом от 16.07.2012), зарегистрированным на имя Зайнуллина Марсея Михайловича, 620014, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Сакко и Ванцетти, д. 99, кв. 128, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «» [3] (свидетельство №421151 с приоритетом от 24.11.2008, срок действия регистрации продлен до 24.11.2028), зарегистрированным на имя Колесникова Олега Вячеславовича, 614000, г. Пермь, ул. Пермская, д.56, кв.68, в отношении товаров и услуг 20, 36 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 36 классов МКТУ;

- с товарным знаком «» [4] (свидетельство №356543 с приоритетом от 12.09.2007, срок действия регистрации продлен до 12.09.2027), зарегистрированного на имя Зайнуллина Марсея Михайловича, 620014, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Сакко и Ванцетти, д. 99, кв. 128, в

отношении услуг 35, 40 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «*Лапландия*» [5] (свидетельство №155841/1 с приоритетом от 21.01.1997, срок действия регистрации продлен до 21.01.2027), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ», 183038, г. Мурманск, ул. Загородная, д. 19, кв. 24, в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

ЛАПЛАНДИЯ

- с товарным знаком «**LAPLANDIA**» [6] (свидетельство №279255 с приоритетом от 24.11.2003, срок действия регистрации продлен до 24.11.2023), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ», 183038, г. Мурманск, ул. Загородная, 19, кв.24, в отношении товаров 33 классов МКТУ, однородных заявленным 35 услугам класса МКТУ;



- с товарным знаком «» [7] (свидетельство №233055 с приоритетом от 26.01.2001, срок действия регистрации продлен до 26.01.2031), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ», 183038, г. Мурманск, ул. Загородная, д. 19, кв. 24, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**LAPLANDIA**» [8] (свидетельство №641494 с приоритетом от 11.07.2016), зарегистрированным на имя на Зайнуллина Марсея Михайловича, 620027, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Свердлова, д. 34-98, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**ЛАМПЛАНДИЯ**» [9] (свидетельство №525227 с приоритетом от 21.07.2013), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Лайт Престиж», 197022, Санкт-Петербург, Каменноостровский пр-кт, 62, литер А, пом.7Н, в отношении товаров и услуг 11, 35 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

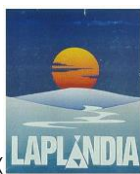
- с товарным знаком «**Laplandia**» [10] (свидетельство №512068 с приоритетом от 16.07.2012), зарегистрированным на имя Зайнуллина Марселя Михайловича, 620014, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Сакко и Ванцетти, д. 99, кв. 128, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» [11] (свидетельство №282697 с приоритетом от 19.03.2004, срок действия регистрации продлен до 19.03.2024), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ», 183038, г. Мурманск, ул. Загородная, 19, кв.24, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**Русская Лапландия**» [12] (свидетельство №232379 с приоритетом от 31.10.2001), зарегистрированным на имя Акционерного общества «Завод по розливу минеральной воды «Вереск», 171640, Тверская обл., г. Кашин, ул. Ленина, 49, в отношении услуг 33, 42 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**RUSSIAN LAPLANDIA**» [13] (свидетельство №282693 с приоритетом от 18.02.2004), зарегистрированным на имя Акционерного общества «Завод по розливу минеральной воды «Вереск», 171640, Тверская обл., г. Кашин, ул. Ленина, 49, в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «LAPLANDIA» [14] (свидетельство №191644 с приоритетом от 19.02.1999), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РУССКО- 5 ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ», 183038, г. Мурманск, ул. Загородная, д.19, кв.24, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель высказал свое несогласие с решением Роспатента, указав на наличие имеющихся, по его мнению, оснований для регистрации товарного знака по заявке №2019701059, а именно:

- между заявителем и правообладателем противопоставленного товарного знака [3] по свидетельству №421151 заключен договор, по условиям которого исключительное право на этот товарный знак переходит к заявителю в отношении всех услуг 36 класса МКТУ, о чем подано соответствующее заявление о распоряжении исключительным правом на указанный товарный знак в Роспатент, при этом в упомянутом договоре указывается на то, что правообладатель дает свое согласие на регистрацию товарного знака на имя заявителя;

- в силу изложенного правовая охрана противопоставленного товарного знака [3] по свидетельству №421151 препятствует регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака только в отношении услуги 35 класса МКТУ «продвижение и продажа мебели»;

- противопоставленный товарный знак [9] по свидетельству №525227 со словесным элементом «ЛАМПЛАНДИЯ», зарегистрированный в отношении услуг 35 класса МКТУ «продвижение товаров 11 класса для третьих лиц, в том числе продажа; услуги магазинов по продаже товаров 11 класса» ассоциируется со словом лампа, в связи с чем вызывает существенно иные ассоциации по сравнению с заявленным обозначением со словесным элементом «ЛАПЛАНДИЯ»;

- прибавление словесного элемента «ЛАНДИЯ» к существующему русскому слову является распространенным, например, зарегистрированы следующие товарные знаки: «КРУПЛАНДИЯ» по свидетельству №310493, «РЫБЛАНДИЯ» по

свидетельству №541227, «ЦЫПЛАНДИЯ» по свидетельству №473730, «ТОПЛАНДИЯ» по свидетельству №301497, «ШапЛандия» по свидетельству №370336, «ПИВЛЯНДИЯ» по свидетельству №548249, «ЗООЛАНДИЯ» по свидетельству №559145, «БУМЛАНДИЯ» по свидетельству №391561, «ДЕТЛАНДИЯ» по свидетельству №349487, «ПЧЕЛАНДИЯ» по свидетельству №525021, «ГОЛЛАНДИЯ» по свидетельству №344498, «УМЛАНДИЯ» по свидетельству №549746, «БРУСЛАНДИЯ» по свидетельству №456691, «СПОРТЛАНДИЯ» по свидетельству №525048, «МЕБЕЛАНДИЯ» по свидетельству №560121, «АГРОЛАНДИЯ» по свидетельству №712099, «ИГРОЛАНДИЯ» по свидетельству №569362, «КОФЕЛАНДИЯ» по свидетельству №665335, «ВКУСЛАНДИЯ» по свидетельству №287948, «ДВЕРЛАНДИЯ» по свидетельству №439819 и др.;

- значительные семантические различия между обозначениями «ЛАМПЛАНДИЯ» и «ЛАПЛАНДИЯ» не позволяет признать эти обозначения сходными до степени смешения, что подтверждается и самим фактом регистрации товарного знака «ЛАМПЛАНДИЯ» при наличии противопоставленным товарных знаков [10], [8], [4], [2] по свидетельствам №512068, №641494, №356543, №512067, а также товарного знака [11] по свидетельству №282697, правовая охрана которого прекращена решением Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2020 по делу №СИП-423/2019;

- противопоставленные товарные знаки [5], [6], [7], [11], [14] по свидетельствам №155841/1, №279255, №233055, №282697, №191644 препятствуют регистрации заявленного обозначения только в отношении услуг «продвижение и продажа алкогольных напитков»;

- противопоставленный товарный знак [12] по свидетельству №232379 со словесным элементом «РУССКАЯ ЛАПЛАНДИЯ», зарегистрированный в отношении услуги 42 класса МКТУ «обеспечение напитками, включенными в 33 класс МКТУ; реализация товаров, включенных в 33 класс МКТУ», не является сходным до степени смешения с заявленным обозначением «ЛАПЛАНДИЯ», поскольку слово «РУССКАЯ» придает противопоставленному товарному знаку

визуальные и звуковые отличия, а также иную смысловую окраску, аналогичная правовая позиция изложена в решении Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2020 по делу №СИП-1013/2019;

- кроме того, решениями Суда по интеллектуальным правам от 17.06.2020 по делу №СИП-108/2020, от 29.09.2020 по делу №СИП-547/2020, от 14.08.2020 по делу №СИП-136/2020 признаны несходными до степени смешения товарные знаки «СТАРАЯ РАТУША» по свидетельству №678420 и «РАТУША» по свидетельству № 677049, «VERBA MAYER» по свидетельству №517433 и «VERBA» по свидетельству №315898, «МАСТЕР МУРАВЕЙ» по свидетельству №650008 и «МУРАВЕЙ» по свидетельству №543558, следовательно, аналогично противопоставленный товарный знак [13] по свидетельству №282693 со словесным элементом «RUSSIAN LAPLANDIA» не является сходным до степени смешения с заявленным обозначением «ЛАПЛАНДИЯ».

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2019701059 для заявленных услуг 35 класса МКТУ «продвижение и продажа товаров, за исключением одежды; реклама; аренда площадей для размещения рекламы» и всех заявленных услуг 36 класса МКТУ.

Изучив материалы дела в отсутствие заявителя, в установленном порядке уведомленном о дате рассмотрения поступившего возражения (почтовый идентификатор уведомления 12599358249704), коллегия сочла доводы, изложенные в возражении, неубедительными.

С учетом даты (11.01.2019) поступления заявки №2019701059 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 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 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 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 одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Заявленное обозначение «**ЛАПЛАНДИЯ**» по заявке №2019701059 с приоритетом от 11.01.2019 является словесным, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения «**ЛАПЛАНДИЯ**» по заявке №2019701059 в качестве товарного знака по основаниям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса, основан на наличии

противопоставленных товарных знаков «» [1] (свидетельство №681996 с приоритетом от 19.01.2018), «**Лапландия**» [2] (свидетельство №512067 с приоритетом от 16.07.2012), «**ЛАПЛАНДИЯ**» [3] (свидетельство

№421151 с приоритетом от 24.11.2008), « Лапландия» [4] (свидетельство

№356543 с приоритетом от 12.09.2007), « Лапландия» [5] (свидетельство

ЛАПЛАНДИЯ
№155841/1 с приоритетом от 21.01.1997), «**LAPLANDIA**» [6] (свидетельство

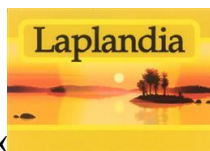


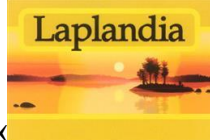
№279255 с приоритетом от 24.11.2003), «» [7] (свидетельство №233055 с

приоритетом от 26.01.2001), «LAPLANDIA» [8] (свидетельство №641494 с

приоритетом от 11.07.2016), «**ЛАМПЛАНДИЯ**» [9] (свидетельство №525227 с

приоритетом от 21.07.2013), «**Laplandia**» [10] (свидетельство №512068 с



приоритетом от 16.07.2012), «» [11] (свидетельство №282697 с

приоритетом от 19.03.2004), «**Русская Лапландия**» [12] (свидетельство

№232379 с приоритетом от 31.10.2001), «**RUSSIAN LAPLANDIA**» [13]



(свидетельство №282693 с приоритетом от 18.02.2004), «» [14]

(свидетельство №191644 с приоритетом от 19.02.1999), имеющих более ранний приоритет и принадлежащих иным лицам.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] - [14] показал следующее.

Заявленное обозначение «**ЛАПЛАНДИЯ**» по заявке №2019701059 в качестве единственного индивидуализирующего элемента включает в свой состав словесный элемент «ЛАПЛАНДИЯ». Согласно словарно-справочным данным (см. например, Энциклопедический словарь, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/31700/Лапландия>) индивидуализирующий словесный элемент заявленного обозначения «ЛАПЛАНДИЯ» представляет собой топоним со значением «природная область на

севере Швеции, Норвегии, Финляндии и на западе Кольского полуострова (Российская Федерация). Основной район расселения саамов (лопары, или лапландцы)».

В свою очередь противопоставленные товарные знаки [1] - [8], [10] – [14] характеризуются наличием в их составе словесного элемента «ЛАПЛАНДИЯ» или его транслитерации буквами латинского алфавита «LAPLANDIA», являющихся либо единственным индивидуализирующим элементом противопоставленных товарных знаков, либо его основным словесным элементом, на который падает логическое ударение, и тем самым акцентируется внимание потребителя в первую очередь.

Заявленное обозначение «ЛАПЛАНДИЯ» и противопоставленные товарные

знаки «» [1] «Лапландия» [2], «ЛАПЛАНДИЯ» [3],

« Лапландия» [4], «» [5], « ЛАПЛАНДИЯ LAPLANDIA » [6], «» [7],

«LAPLANDIA» [8], «Laplandia» [10], «» [11],

« Русская Лапландия» [12], «RUSSIAN LAPLANDIA» [13], «» [14]

характеризуются фонетическим и семантическим тождеством входящих в их состав индивидуализирующих словесных элементов «ЛАПЛАНДИЯ» / «LAPLANDIA».

В части графического критерия сходства следует отметить, что индивидуализирующий словесный элемент «ЛАПЛАНДИЯ» заявленного обозначения выполнен в стандартном шрифтовом исполнении без каких-либо графических особенностей, влияющих на его запоминание в целом, что обуславливает второстепенность визуального критерия при сопоставлении заявленного обозначения с приведенными в решении Роспатента противопоставлениями. Вместе с тем выполнение словесных элементов

«ЛАПЛАНДИЯ» буквами русского алфавита в составе противопоставленных товарных знаков [1] - [7], [12] усиливает ассоциирование сравниваемых обозначений друг с другом в целом.

Коллегия приняла к сведению довод заявителя об имеющемся, по его мнению, отсутствию ассоциированию заявленного обозначения «**ЛАПЛАНДИЯ**» с противопоставленными товарными знаками «**Русская Лапландия**» [12], «**RUSSIAN LAPLANDIA**» [13] с учетом наличия в составе противопоставленных товарных знаков словесного элемента «РУССКАЯ» / «RUSSIAN». В этой связи необходимо отметить, что в данном случае словесные элементы «РУССКАЯ» / «RUSSIAN» в сочетании со словом «ЛАПЛАНДИЯ» не образуют какой-либо устойчивой лексической конструкции с иным смысловым значением, нежели вызывает слово «ЛАПЛАНДИЯ».

Как отмечалось выше, топоним «ЛАПЛАНДИЯ» представляет собой название определенной природной области, входящей в состав нескольких европейских стран, характеризующейся определенными климатическими и природными условиями. Именно на этот словесный элемент падает логическое ударение при восприятии противопоставленных товарных знаков «**Русская Лапландия**» [12], «**RUSSIAN LAPLANDIA**» [13]. В этой связи следует констатировать наличие ассоциирования заявленного обозначения с указанными противопоставленными товарными знаками [12], [13] в целом.

Кроме того, необходимо отметить, что противопоставленные товарные знаки [12], [13] ранее принадлежали Обществу с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ» и составляли с противопоставленными товарными знаками [5], [6], [7], [11], [14] серию, объединенную одним словесным элементом «ЛАПЛАНДИЯ», а в дальнейшем были переданы Акционерному обществу «Завод по розливу минеральной воды «Вереск». Следовательно, нет оснований для вывода о том, что указанные противопоставления несут разную смысловую нагрузку.

Относительно ссылки заявителя на решение Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2020 по делу №СИП-1013/2019 с выводами о несходстве товарных знаков со словесными элементами «РАЗГУЛЯЙ» и «РУССКИЙ РАЗГУЛЯЙКА», то указанный судебный акт не имеет преюдициального значения для настоящего дела и не свидетельствует об отсутствии сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [12], [13].

Аналогичные выводы следует сделать и в отношении ссылок заявителя на решения Суда по интеллектуальным правам от 17.06.2020 по делу №СИП-108/2020, от 29.09.2020 по делу №СИП-547/2020, от 14.08.2020 по делу №СИП-136/2020, касающиеся сопоставления товарных знаков «СТАРАЯ РАТУША» по свидетельству №678420 и «РАТУША» по свидетельству № 677049, «VERBA MAYER» по свидетельству №517433 и «VERBA» по свидетельству №315898, «МАСТЕР МУРАВЕЙ» по свидетельству №650008 и «МУРАВЕЙ» по свидетельству №543558.

Что касается противопоставленного товарного знака «**ЛАМПЛАНДИЯ**» [9], то коллегией принято во внимание мнение заявителя о том, что данное противопоставление ассоциируется со словом «лампа». Однако следует отметить, что слово «ЛАМПЛАНДИЯ» является фантазийным, отсутствует в лексике русского языка, в связи с чем не представляется возможным однозначно установить, какие конкретно смысловые ассоциации оно способно вызывать.

Вместе с тем следует констатировать, что противопоставленный товарный знак «**ЛАМПЛАНДИЯ**» [9] характеризуется близким буквенным и звуковым составом с заявленным обозначением «**ЛАПЛАНДИЯ**», одинаковой последовательностью расположения букв и звуков в составе этих обозначений. Сравнимые обозначения также насчитывают одинаковое количество слогов, при этом под ударением оказывается один и тот же слог «-ЛАН». Кроме того, сравниваемые обозначения «**ЛАМПЛАНДИЯ**» и «**ЛАПЛАНДИЯ**» производят одинаковое общее зрительное впечатление за счет использования в их составе одинаковых графем русского алфавита. В этой связи представляется обоснованным

вывод о наличии сходства этих обозначений друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Что касается приведенных в возражении примеров регистраций товарных знаков «КРУПЛАНДИЯ» по свидетельству №310493, «РЫБЛАНДИЯ» по свидетельству №541227, «ЦЫПЛАНДИЯ» по свидетельству №473730, «ТОПЛАНДИЯ» по свидетельству №301497, «ШапЛандия» по свидетельству №370336, «ПИВЛЯНДИЯ» по свидетельству №548249, «ЗООЛАНДИЯ» по свидетельству №559145, «БУМЛАНДИЯ» по свидетельству №391561, «ДЕТЛАНДИЯ» по свидетельству №349487, «ПЧЕЛАНДИЯ» по свидетельству №525021, «ГОЛЛАНДИЯ» по свидетельству №344498, «УМЛАНДИЯ» по свидетельству №549746, «БРУСЛАНДИЯ» по свидетельству №456691, «СПОРТЛАНДИЯ» по свидетельству №525048, «МЕБЕЛАНДИЯ» по свидетельству №560121, «АГРОЛАНДИЯ» по свидетельству №712099, «ИГРОЛАНДИЯ» по свидетельству №569362, «КОФЕЛАНДИЯ» по свидетельству №665335, «ВКУСЛАНДИЯ» по свидетельству №287948, «ДВЕРЛАНДИЯ» по свидетельству №439819, то они не имеют отношения к настоящему делу и не исключают наличия сходства между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком [9].

Резюмируя изложенное, коллегия пришла к заключению о наличии высокой степени сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] - [14].

Необходимо указать, что согласно правоприменительной практике 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», 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.

Сопоставительный анализ товаров и услуг, для сопровождения которых в гражданском обороте предназначено заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [14], показал следующее.

С учетом доводов возражения регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2019701059 испрашивается для скорректированного перечня услуг, а именно услуг:

35 класса МКТУ - *«продвижение и продажа товаров, за исключением одежды; реклама; аренда площадей для размещения рекламы»;*

36 класса МКТУ - *«сдача недвижимого имущества в аренду, сдача нежилых помещений в аренду; страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью».*

Противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №698996, принадлежащий Негосударственному образовательному учреждению дополнительного образования «Школа английского языка ИнглишЛэнд-Лапландия», зарегистрирован для товаров и услуг 28, 41 классов МКТУ, связанных с производством игр, игрушек, спортивного оборудования, а также услуг в области образования, воспитания, развлечений, организации спортивно-массовых мероприятий.

Учитывая, что заявленный перечень услуг 35, 36 классов МКТУ по заявке №2019701059 ограничен деятельностью в области продвижения товаров, а также услугами в области финансов и операциями с недвижимым имуществом, следует констатировать, отсутствие однородности этих услуг с товарами и услугами 28, 41 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [1] по свидетельству №698996. Отсутствие однородности сопоставляемых товаров и услуг заявленного обозначения и товарного знака [1] исключает вероятность смешения этих обозначений в гражданском обороте, что позволяет снять указанное противопоставление.

В свою очередь принадлежащие Зайнуллину М.М. противопоставленные товарные знаки [2], [4], [8], [10] зарегистрированы для услуг 35 класса МКТУ.

Так, противопоставленные товарные знаки [2] по свидетельству №512067, «**Laplandia**» [10] по свидетельству №512068 зарегистрированы для услуг 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров, преимущественно указанных в 25 классе; продвижение товаров для третьих лиц, преимущественно указанных в 25 классе, включая услуги магазинов; распространение образцов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка товаров, преимущественно указанных в 25 классе, и услуги предприятия]»*.

Противопоставленный товарный знак [4] по свидетельству №356543 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ *«продвижение товаров [для третьих лиц], а именно, магазины розничной продажи верхней меховой и кожаной одежды; демонстрация товаров, а именно, верхней меховой и кожаной одежды; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами, а именно, меховой и кожаной одеждой]»*.

Противопоставленный товарный знак [8] по свидетельству №641494 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ *«распространение рекламных материалов, относящихся к товарам 25 класса, а именно: беретам, блузам, боа (горжетки), шапкам (головные уборы), преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа, изделиям трикотажным, воротникам (одежда), преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа, кашне, боксерам (шорты), капюшонам (одежда), поясам (одежда), шалям, халатам, полуверам, свитерам, рубашкам, манишкам, одежде, преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа, шляпам, уборам головным, преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа, мехам (одежда), воротникам съёмным, комбинезонам (одежда), преимущественно из кожи, искусственной кожи, шерсти, болоньи, трикотажа, костюмам, одежде готовой, преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира,*

драпа, болоньи, трикотажа, наушникам (одежда), бридгам, брюкам, одежде верхней, преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа, перчаткам (одежда), подкладкам готовым (одежда), платкам шейным, шарфам, трикотажу (одежда), накидкам меховым, габардину (одежда), жилетам, манто, одежде непромокаемой, джерси (одежда), юбкам, манжетам, фартукам (одежда), муфтам (одежда), пелеринам, шубам, платьям, пальто, курткам из шерстяной материи (одежда), вуалям (одежда), муфтам для ног неэлектрическим, повязкам для головы (одежда), паркам, юбкам нижним, банданам (платки), одежде из искусственной кожи, одежде кожаной, мантильям, поясам-кошелькам (одежда), юбкам-шортам, пончо, легинсам, сарафанам, преимущественно из кожи, искусственной кожи, меха, пуха, шерсти, кашемира, драпа, болоньи, трикотажа; демонстрация перечисленных товаров 25 класса; рассылка рекламных материалов, касающихся преимущественно перечисленных товаров 25 класса; распространение образцов, относящихся преимущественно к перечисленным товарам 25 класса; продажа аукционная, преимущественно перечисленных товаров 25 класса; реклама, касающаяся преимущественно перечисленных товаров 25 класса; исследования маркетинговые, касающиеся и адаптированные под сегмент рынка, относящийся к перечисленным товарам 25 класса; организация выставок в коммерческих или рекламных целях, относящихся преимущественно к перечисленным товарам 25 класса; аренда площадей для размещения рекламы; продвижение продаж для третьих лиц, относящихся преимущественно к перечисленным товарам 25 класса; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, относящихся преимущественно к перечисленным товарам 25 класса; реклама интерактивная в компьютерной сети, касающаяся преимущественно перечисленных товаров 25 класса; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей перечисленными товарами 25 класса); презентация перечисленных товаров 25 класса на всех медиасредствах с целью розничной продажи, включая специализированные магазины по продаже; информация и советы коммерческие потребителям (информация потребительская товарная,

касающаяся преимущественно перечисленных товаров 25 класса); управление процессами обработки заказов, преимущественно перечисленных товаров 25 класса; организация показов мод в рекламных целях, преимущественно для перечисленных товаров 25 класса; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, касающихся преимущественно перечисленных товаров 25 класса».

Следует признать, что противопоставленный товарный знак [4] зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ, связанных с продвижением конкретных видов товаров, а именно предметов одежды. В свою очередь заявитель скорректировал заявленный перечень услуг 35 класса МКТУ, исключив услуги по продвижению одежды. Указанные обстоятельства исключают возможность смешения заявленного обозначения и данного противопоставления [4], а, следовательно, имеются основания не учитывать указанный товарный знак в качестве препятствия для регистрации товарного знака по заявке №2019701059.

Вместе с тем в перечне противопоставленных товарных знаков [2], [8], [10], относящихся к продвижению товаров, присутствует формулировка «преимущественно товаров 25 класса МКТУ», где «преимущественно» согласно словарно-справочным данным толковых словарей русского языка (см. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/224806/Преимущественно>) означает *«имея преимущество, выделяясь среди других; главным образом, больше всего, особенно, обычно»*.

Указанная уточняющая формулировка хоть и делает акцент на определенных товарах 25 класса МКТУ, тем не менее, не ограничивает объем правовой охраны указанных товарных знаков только рекламой или продажей предметов одежды. Следовательно, правовая охрана противопоставленных товарных знаков [2], [8], [10] распространяется, в том числе, на любые услуги по реализации товаров и их рекламе в гражданском обороте.

Приведенные услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2], [8], [10] соотносятся друг с другом как

вид/род, имеют одинаковое назначение и способы реализации, т.е. осуществляются посредством одних и тех же предприятий (магазинов, рекламных агентств), что обуславливает вывод об их однородности.

Противопоставленный товарный знак [3] по свидетельству №421151, принадлежащий Колесникову О.В., зарегистрирован для товаров 20 класса МКТУ, относящихся к производству мебели, а также для услуг 36 класса МКТУ *«агентства кредитные; агентства по взыскиванию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; агентства таможенные; анализ финансовый; аренда ферм и сельхозов; аренда финансовая; банки сберегательные; бюро квартирные; взыскание арендной платы; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; информация по вопросам страхования; информация финансовая; клиринг; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; котировки биржевые; ликвидация торгово-промышленной деятельности; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции банковские через Интернет; операции факторные; организация денежных сборов и подписей; оценка антиквариата; оценка драгоценностей; оценка марок; оценка недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при страховании; предоставление ссуд; предоставление ссуд под залог; проверка подлинности чеков; сбор благотворительных средств; сдача в аренду недвижимого имущества; сдача в аренду нежилых помещений; сдача квартир в аренду; спонсорство финансовое; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги актуариев; услуги банковские; услуги по выплате пенсий; услуги попечительские;*

учреждение взаимов фондов; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая».

Необходимо указать, что довод возражения о наличии заключенного правообладателем противопоставленного товарного знака [3] договора о распоряжении исключительным правом на это средство индивидуализации в отношении услуг 36 класса МКТУ в пользу заявителя является декларативным и не находит фактического подтверждения ни на дату поступившего возражения, ни на дату проведения заседания коллегии по его рассмотрению. Таким образом, оснований для вывода о принадлежности указанного противопоставления [3] в отношении услуг 36 класса МКТУ заявителю не имеется. При этом необходимо отметить, что услуги 36 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [3] и заявленного обозначения либо идентичны, либо однородны, факт чего в поступившем возражении не опровергается.

В части принадлежащих Обществу с ограниченной ответственностью «РУССКО-ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ» противопоставленных товарных знаков [5] по свидетельству №155841/1, [6] по свидетельству №279255, [7] по свидетельству 233055, [11] по свидетельству №282697, [14] по свидетельству №191644 необходимо отметить, что их правовая охрана с учетом решений Суда по интеллектуальным правам от 03.12.2019 по делу №СИП-319/2019, от 03.07.2020 по делу №СИП-408/2019, от 03.07.2020 по делу №СИП-423/2019, от 03.07.2020 по делу №406/2019 и ограничения перечня, сделанного самим правообладателем товарного знака [5], действует только в отношении товаров 33 класса МКТУ, относящихся к производству алкогольной продукции соответствующими предприятиями, имеющими на это лицензию.

Учитывая, что заявитель исключил из первоначально заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ такую позицию как «продажа алкогольных напитков», которая осуществляется розничными или оптовыми магазинами, имеющими разрешение на продажу, в частности, спиртосодержащей продукции, оснований для вывода об однородности товаров 33 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков и скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ *«продвижение и*

продажа товаров, за исключением одежды; реклама; аренда площадей для размещения рекламы» заявленного обозначения в настоящее время не имеется, что позволяет снять данные противопоставления [5], [6], [7], [11], [14].

Принадлежащий Обществу с ограниченной ответственностью «Лайт Престиж» товарный знак по свидетельству №525227 зарегистрирован для товаров 11 класса МКТУ, представляющих различные устройства и установки для контроля за состоянием окружающей среды, в частности для освещения, приготовления пищи, охлаждения и санитарной обработки, а также услуги 35 класса МКТУ *«продвижение товаров 11 класса МКТУ для третьих лиц, в том числе продажа; услуги магазинов по продаже товаров 11 класса МКТУ»*. Указанные услуги 35 класса МКТУ соотносятся с услугами 35 класса МКТУ заявленного обозначения по виду, назначению, способам их реализации, следовательно, являются однородными. При этом уточняющая формулировка заявителя *«продвижение и продажа товаров, за исключением одежды»* не ограничивает возможность оказания им услуг по продаже и рекламе товаров 11 класса МКТУ. Приведенные в заявленном перечне услуг 35 класса МКТУ позиции *«реклама; аренда площадей для размещения рекламы»* также не ограничивают возможность осуществления этих видов деятельности, в частности, и в отношении товаров 11 класса МКТУ.

Принадлежащий Акционерному обществу «Завод по розливу минеральной воды «Вереск» товарный знак [13] по свидетельству №282693 зарегистрирован для товаров 32, 33 классов МКТУ, представляющих собой алкогольные и безалкогольные напитки. В свою очередь противопоставленный товарный знак [12] по свидетельству №232379 зарегистрирован для товаров 33 класса МКТУ, относящихся к алкогольной продукции, а также для услуг 42 класса МКТУ *«обеспечение напитками, включенными в 33 класс МКТУ; реализация товаров, включенных в 33 класс МКТУ»*.

Как отмечалось выше, с учетом ограничения заявителем первоначально заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ и исключения позиции «продажа алкогольных напитков», оснований для вывода об однородности товаров 33 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [13] и скорректированного перечня

услуг 35 класса МКТУ *«продвижение и продажа товаров, за исключением одежды; реклама; аренда площадей для размещения рекламы»* заявленного обозначения в настоящее время не имеется, что позволяет снять это противопоставление.

Однако противопоставленный товарный знак [12] по свидетельству №232379 зарегистрирован для услуг 42 класса МКТУ, относящихся к реализации алкогольной продукции. Указанные услуги 42 класса МКТУ соотносятся с услугами 35 класса МКТУ заявленного обозначения *«продвижение и продажа товаров, за исключением одежды»* по виду, назначению, способам их реализации, т.е. являются однородными. При этом уточняющая формулировка заявителя *«продвижение и продажа товаров, за исключением одежды»* не ограничивает возможность оказания им услуг по продаже, в том числе и товаров 33 класса МКТУ.

В силу указанных обстоятельств коллегия пришла к выводу о наличии высокой степени однородности услуг, приведенных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2], [3], [8] - [10], [12].

Резюмируя все вышеизложенные обстоятельства, коллегия пришла к выводу, что наличие сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарным знаками [2], [3], [8] - [10], [12], а также однородность услуг, для маркировки которых они предназначены, обуславливает возможность их смешения в гражданском обороте в сознании потребителей. Таким образом, следует признать, что заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ, приведенных в поступившем возражении.

Учитывая все обстоятельства дела в совокупности, коллегия не усматривает оснований для удовлетворения поступившего возражения, и как следствие, регистрации товарного знака по заявке №2019701059.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 15.02.2021, оставить в силе решение Роспатента от 07.10.2020.