

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом 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 возражение, поступившее 13.12.2022. Данное возражение подано ООО «ФЭЙСТУФЭЙС.РУ», г. Москва (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021717338, при этом установлено следующее.

Заявка №2021717338 на регистрацию изобразительного обозначения



«» была подана на имя заявителя 25.03.2021 в отношении услуг 35, 38, 42 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 16.09.2022 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021717338 в отношении всех заявленных услуг 35, 38, 42 классов МКТУ (далее - решение Роспатента). Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В частности, было установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией товарных знаков, правовая охрана которым предоставлена на имя

компании «Fendi S.r.l.», Италия, в отношении товаров и услуг 09, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 24, 25, 30, 34, 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 38, 42 классов (международная регистрация №426760 (1) - приоритет от 01.12.1976, международная регистрация №479071 (2) -приоритет от 20.09.1983, международная регистрация №483804 (3) – приоритет от 21.03.1984, международная регистрация №484880 (4) - приоритет от 07.05.1984, международная регистрация №492943 (5) - приоритет от 18.03.1985, международная регистрация №906324 (6) - конвенционный приоритет от 08.08.2006, международная регистрация №1129982 (7) – приоритет от 06.06.2012, международная регистрация 1249009 (8) - приоритет от 26.02.2015, международная регистрация №1491494 (9) - конвенционный приоритет от 06.08.2019, международная регистрация №1569562 (10) – конвенционный приоритет от 17.07.2020. В связи с изложенным, заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение имеет высокую степень сходства с обозначением, используемым итальянской компанией «ФЕНДИ» (Fendi) — итальянский дом моды, специализирующийся на выпуске одежды, изделий из кожи и меха, аксессуаров и парфюмерии. Компания входит в состав холдинга LVMH. (см. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Fendi>), у потребителя может сложиться представление о принадлежности услуг указанной компании и, следовательно, регистрация заявленного обозначения на имя другого лица обуславливает возможность ввода потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услугу. Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для всех заявленных услуг 35, 38, 42 классов МКТУ на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

- товары и услуги, для которых предназначены противопоставленные знаки (1-10) компании «Fendi S.r.l.», относятся в основном к индустрии моды и красоты. Противопоставленными знаками маркируются товары, относящиеся к одежде, обуви, головным уборам, аксессуарам для одежды, парфюмерной продукции, предметам мебели и интерьера, а также солнцезащитные очки, телефоны (а также разнообразные

чехлы для них) и устройства для воспроизведения музыки (плееры различных модификаций). В перечень противопоставленных знаков также включены транспортные средства, услуги 35 класса МКТУ призваны обеспечить рекламу и продажу товаров, которые входят в перечень противопоставленных знаков, а также услуги 43 класса МКТУ, относящиеся к курортным услугам и точкам общественного питания;

- заявитель не производит и не продает товары, не оказывает услуг маркетплейсов и магазинов, поэтому он исключил из своего перечня услуг 35 класса МКТУ всё, что касается демонстрации и продажи товаров. Услуг 43 класса МКТУ заявитель тоже не оказывает и не заявляет в своем перечне. Таким образом, целевая аудитория правообладателя противопоставленных знаков (1-10) - это потенциальные покупатели товаров из его перечня, а также туристы и посетители точек общественного питания;

- услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения нацелены на поиск, хранение и предоставление деловой информации в отношении специалистов, оказывающих те или иные услуги. Потребитель услуг заявителя – это сами специалисты, оказывающие услуги, а также люди, нуждающиеся в информации о тех или иных услугах или в самих услугах непосредственно. Цель потребителей услуг заявителя – поиск деловых контактов, установление сотрудничества;

- заявленные услуги 38 класса МКТУ— это «предоставление онлайн форумов». Согласно справочным данным, «форум - это массовое представительное собрание, съезд (например - Всемирный форум молодежи)». Словарь синонимов русского языка при запросе по слову «форум» отсылает к синонимам слова «собрание», «собор, сходка, скопление, стечение, скопище, съезд, свидание, наплыв, конгресс, конференция, митинг, консилиум». Что касается толкования слова «онлайн» - это постоянно включенное неавтономное устройство или программа компьютера, которые находятся под управлением вычислительной системы; диалоговый, оперативный (об информации, программе, которая доступна для пользования и обработки в режиме реального времени в сети Интернет). Таким образом, «предоставление онлайн форумов» - это предоставление услуг интерактивного собрания или конференции в

сети Интернет, иными словами — предоставление места, площадки в сети Интернет для делового сотрудничества;

- предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается и в отношении услуг 42 класса МКТУ «хранение данных в электронном виде». Хранение данных, согласно ГОСТ Р 52292-2004 «Информационная технология. Электронный обмен информацией. Термины и определения», - процесс(ы) поддержания данных в неизменном состоянии после их сохранения, обеспечивающий(е) возможность их последующего считывания в произвольный момент времени. Как правило, услуги хранения данных в электронном виде в современном мире предоставляются с использованием так называемого облачного хранилища. По сведениям Reg.ru, российского аккредитованного регистратора доменных имен, «Чтобы обмениваться файлами или сохранить большой объём данных, уже не обязательно использовать флешки, жесткие диски и кабели — они постепенно уходят в прошлое. Необходимость скидывать или скачивать материалы на внешний носитель отпадает, если есть возможность использовать надежное облачное хранилище. Со стороны любого пользователя облачное хранилище представляет собой обычный Интернет-сервис. Вы заходите в Интернет, открываете сайт сервиса и можете управлять файлами — загружать, удалять, скачивать. Но на самом деле все материалы и документы хранятся на сервере — удалённом мощном компьютере, который постоянно подключён к интернету. Таким образом, облачное хранилище - это онлайн-хранилище на удаленном сервере, с помощью которого можно хранить, отправлять и получать данные (файлы, цифровые объекты, документы);

- сферы деятельности заявителя и правообладателя знаков (1-10) отличаются, товары и услуги знаков (1-10) и заявленные услуги неоднородны;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными международными регистрациями (1-10). Сравниваемые обозначения действительно содержат буквенный элемент, состоящий из двух заглавных букв «F». Однако сами по себе удвоенные согласные буквы не обладают различительной способностью, и поэтому в силу пункта 1 статьи 1483 Кодекса являются предметом самостоятельной правовой охраны. Различительную способность им придает оригинальное графическое исполнение;

- противопоставленные международные регистрации (1-10) содержат черно-белые и серо-белые изображения. Во всех вариантах буквы «FF» выполнены темным (черным или серым) цветом. Кроме того, в противопоставленных международных регистрациях прописные буквы «F» расположены по отношению друг к другу таким образом, что повторяют форму квадрата с прямыми углами. Буквы написаны стандартным шрифтом без цветового оформления. Фигура, образованная внутри букв, является абстрактной, повторяет по форме квадрат меньшей площади. Общее зрительное впечатление, производимое композицией, напоминает некий лабиринт с двумя входами (выходами). В заявленном обозначении используются стилизованные прописные буквы «F», однако, они образуют фигуру со сглаженными углами и выполнены с использованием оригинальной шрифтовой графики и в ярком желто-оранжевом цветовом сочетании, в середине просматривается цифра «2», указывая на общую концепцию знаков заявителя «F 2 F» или «face 2 face». В словосочетании «face 2 face» цифра 2 заменяет словесный элемент «to». В контексте заявленного обозначения цифра «2» не является отдельным элементом, она является эквивалентом предлогу «to», в результате чего словосочетание переводится на русский язык как «лицом к лицу». Этот своеобразный интернетовский сленг вполне оправдан в композиции заявителя, так как наименование заявителя звучит как «ФЭЙСТУФЭЙС.РУ», а его услуги предназначены для использования посредством сети Интернет в онлайн-формате. Поэтому целевой аудитории заявителя понятна такая замена предлога «to» на цифру «2»;

- словосочетание «Face 2 face» содержится в более ранней заявке заявителя №2021717328. Это комбинированное обозначение, в состав которого входит тождественный буквенный желто-оранжевый элемент. По более ранней заявке в адрес заявителя тоже поступило уведомление, однако, в нем не противопоставлена серия международных регистраций, правообладателем которых является Fendi S.r.l., то есть экспертиза не посчитала их сходными. Таким образом, практически в одно время по заявкам, содержащим одну и ту же буквенно-изобразительную композицию, эксперты высказали разные мнения. Это подтверждает мнение заявителя о несхождении сравниваемых обозначений;

- кроме того, внутренняя фигура заявленного обозначения черного цвета при ином взгляде может восприниматься как вытянутая вертикально композиция из двух букв «F» черного цвета, где обе буквы имеют общую верхнюю планку, как бы слеплены между собой этой планкой. Особенно ясно различия видны на фрагментах. Такая композиция отсутствует в противопоставленных международных регистрациях из-за других пропорций элементов. Внутренняя фигура в композиции противопоставленных международных регистрациях белого цвета, кроме того, она имеет другие пропорции, не вытянутая, а убористая, и больше ассоциируется со свастикой;

- кроме того, выполненные черным цветом стандартным шрифтом буквы «FF» имеют абсолютно разное композиционное строение. В заявленном обозначении они как бы вытекают одна из другой, имеют общую верхнюю планку, а в составе международных регистраций буквы «FF» расположены друг напротив друга и не имеют общих элементов. Всё это говорит о разном общем зрительном впечатлении, а также о различии заложенных в обозначениях идей;

- учитывая изложенные отличия в деталях, пропорциях, композиционном построении, использовании различных стилей шрифтовой графики, использовании различной цветовой гаммы сравниваемых обозначений, учитывая различные ассоциации, вызываемые сравниваемыми обозначениями и их разное зрительное впечатление, следует сделать вывод об отсутствии сходства до степени смешения заявленного обозначения и знаков (1-10).

На основании изложенной информации заявителем выражена просьба об отмене решения Роспатента и о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении следующих услуг:

35 – ведение автоматизированных баз данных; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора услуг; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам услуг; сбор

информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги в области общественных отношений.

38 - предоставление онлайн форумов.

42 - хранение данных в электронном виде.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (25.03.2021) заявки №2021717338 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

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 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительным, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные и объемные элементы. Сходство изобразительных и объемных элементов обозначений устанавливается на основе следующих признаков: внешняя форма, наличие или отсутствие симметрии, смысловое значение, вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное), сочетание цветов и тонов.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Заявленное обозначение «» является изобразительным и представляет собой квадратную фигуру черного цвета, в центре которой помещен квадрат оранжевого цвета со скругленными углами, в который вписана композиция из

перевернутых на 180 градусов по отношению друг к другу двух латинских букв «F». Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ «ведение автоматизированных баз данных; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора услуг; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты: предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам услуг; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги в области общественных отношений», услуг 38 класса МКТУ «предоставление онлайн форумов», услуг 42 класса МКТУ «хранение данных в электронном виде».

В рамках несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи

1483 ему была противопоставлена серия знаков

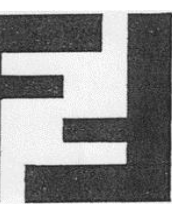
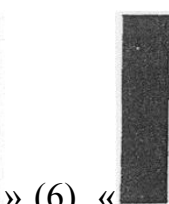


(1), «

» (2), «



» (6), «



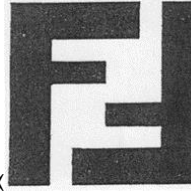
» (10), правовая охрана которым представлена на имя компании «Fendi S.r.l.»». Правовая охрана знаку (1) предоставлена в отношении, в том числе, товаров 24, 25 классов МКТУ. Правовая охрана знаку (2) предоставлена в отношении товаров 09 класса МКТУ. Правовая охрана знаку (3) предоставлена в отношении товаров 16 классов МКТУ. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 20 и 34

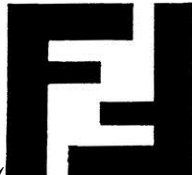
классов МКТУ. Правовая охрана знаку (5) предоставлена в отношении товаров 12, 14 классов МКТУ. Правовая охрана знаку (6) предоставлена в отношении, в том числе, товаров и услуг 09, 14, 18, 20, 24, 25, 35 классов МКТУ. Правовая охрана знаку (7) предоставлена в отношении, в том числе, товаров и услуг 09, 14, 18, 20, 24, 25, 35 классов МКТУ. Правовая охрана знаку (8) предоставлена в отношении товаров 09 класса МКТУ. Правовая охрана знаку (9) предоставлена в отношении товаров 30 класса МКТУ. Правовая охрана знаку (10) предоставлена в отношении, в том числе, товаров 09, 11, 14, 18, 20, 24, 25, 35 классов МКТУ.



Заявленное обозначение «» обладает высокой степенью

сходства с серией знаков  (1), «» (2), «» (3),

«» (4), «» (5), «» (6), «» (7),

«» (8), «» (9), «» (10). Указанное обусловлено тем,

что сравниваемые обозначения включают в свой состав визуально близкие графические элементы в виде латинских букв «F», размещенные с разворотом по отношению друг к другу. Более того, упомянутая композиция прежде всего акцентирует на себе внимание в сравниваемых обозначениях, поскольку является единственным элементом знаков (1-10), а также элементом, помещенным в центральную часть заявленного обозначения. Следует отметить, что буквы «F» в составе заявленного обозначения и знаков (1-5, 7-10) выполнены в черном цвете, что сближает их графически. Что касается наличия черного и оранжевого квадратов в заявленном обозначении, то они несут лишь фоновую нагрузку и не способны привести к выводу об отсутствии сходства

заявленного обозначения и знаков (1-10).

На основании изложенного коллегия приходит к выводу о сходстве сравниваемых обозначений в целом, что обусловлено фактором сходства наиболее зрительно активного сходного изображения в виде комбинации латинских букв «F», размещенных с разворотом на 180 градусов по отношению друг к другу. К обстоятельствам, увеличивающим сходство сравниваемых обозначений, относится тот факт, что ломаные линии в виде латинских букв «F» включены в состав значительной серии знаков одного правообладателя.

Заявителем не оспаривается факт включения в состав заявленного обозначения и знаков (1-10) латинских букв «F», однако, указано на тот факт, что данные буквы в составе знаков (1-10) образуют форму квадрата с прямыми углами, тогда как буквы «F» в составе заявленного обозначения образуют фигуру со сглаженными углами, в середине просматривается цифра «2». Упомянутые отличия в виде скругленных / острых углов у квадратных фигур признаются коллегией нюансными. Наличие цифры «2» в заявленном обозначении неочевидно, является субъективным мнением заявителя, а также противоречит описанию заявленного обозначения, приведенного в материалах заявки №2021717338, согласно которому в центре заявленного обозначения помещен «оригинальный буквенный элемент», представляющий собой две буквы «F», расположенные друг напротив друга.

Довод заявителя о том, что противопоставленные знаки (1-10) ассоциируются со свастикой, представляется коллегии надуманным. Что касается довода возражения о восприятии заявленного обозначения как состоящего из элементов «F 2 F», обозначающих «face to face», то соответствующее восприятие заявленного обозначения ничем не подтверждено.

Заявителем приводится довод о том, что им была подана заявка №2021717328 на



регистрацию обозначения «» в качестве товарного знака, причем в предварительном отказе по данной заявке не было указано на его сходство со знаками

(1-10). Вместе с тем, следует отметить на существенные отличия заявленного обозначения от обозначения по заявке №2021717338. Так, в отличие от заявленного обозначения, в составе вышеуказанного комбинированного обозначения основную индивидуализирующую нагрузку несут элементы «Face 2 face».

Услуги 35 класса МКТУ «the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods excluding the transport thereof, such as perfumery, cosmetics, eyeglasses, telephone equipment, computers, photographic apparatus, video cameras, jewellery, horological instruments, bags, wallets and other leather goods, furniture, mirrors, picture frames, bed and table covers, towels, clothing, footwear, headgear, personal accessories, enabling customers to conveniently view and purchase those goods, as well as retail store services for the above mentioned products» («объединение в интересах иных лиц различных товаров, исключая их транспортировку, таких как парфюмерия, косметика, очки, телефонное оборудование, компьютеры, фотографическая аппаратура, видеокамеры, ювелирные изделия, часовые инструменты, сумки, кошельки и другие изделия из кожи, мебель, зеркала, рамы для картин, кровать и скатерти, полотенца, одежда, обувь, головные уборы, личные аксессуары, позволяющие клиентам удобно просматривать и приобретать эти товары, а также услуги розничного магазина для вышеупомянутых товаров») знака (7), услуги 35 класса МКТУ «retail services relating to optical apparatus and instruments, spectacles, eyeglasses, spectacle cases; retail services relating to jewellery, key rings, key chains, earrings, cufflinks, bracelets, charms, brooches, necklaces, tie pins, ornamental pins, horological instruments, horological articles, chronometric instruments, watches, watch cases, alarm clocks; retail services relating to leather and imitations of leather, travelling bags, shoulder bags, tote bags, clutch bags, wallets, purses, holders in the nature of cases for keys, holders in the nature of wallets for keys, suitcases, briefcases; retail services relating to clothing, footwear, headgear, pullovers, sweaters, jerseys, jumpers, jackets, sweatshirts, parkas, bathing suits, blouses, shirts, trousers, jeans, waistcoats, skirts, shorts, t-shirts, dresses, men's suits, coats, raincoats, overcoats, fur coats and jackets, overalls, underwear, vests, shawls, scarves, neckties, gloves (clothing), belts for clothing, shoes, boots, sandals, slippers, hats, caps; retail services relating to apparatus and installations for lighting, heating, cooling, steam generating, cooking, drying, ventilating, water supply and sanitary purposes; retail services relating to furniture, mirrors, picture frames, indoor window blinds

and shades, mattresses, bed bases and pillows, animal housing and beds, household containers; retail services relating to textiles and substitutes for textiles, household linen, bedspreads, pillow cases, pillow shams, towels, curtains; retail services relating to carpets, rugs, mats and matting, linoleum and other materials for covering floors, wall hangings, wall paper; retail services related to food and beverages» («розничная продажа оптических приборов и инструментами, очков, биноклей, футляров для очков; розничная продажа ювелирных изделий, колец для ключей, цепочек для ключей, серег, запонок, браслетов, брелков, брошей, ожерелий, булавок для галстука, декоративных булавок, часовых приборов, часовых изделий, хронометрических приборов, часов, футляров для часов, будильников; розничная продажа кожи и имитации кожи, дорожных сумок, сумок через плечо, сумок-тоут, клатчей, кошельков, портмоне, держателей в виде футляров для ключей, держателей в виде кошельков для ключей, чемоданов, портфелей; розничная продажа одежды, обуви, головных уборов, пуловеров, свитеров, трикотажных изделий, джемперов, курток, толстовок, парок, купальных костюмов, блузок, рубашек, брюк, джинсов, жилетов, юбок, шорт, футболок, платьев, мужских костюмов, пальто, плащей, шинелей, шуб и курток, спецодежды, нижнего белья, жилетов, шалей, шарфов, галстуков, перчаток (одежда), ремней для одежды, обуви, ботинок, сандалий, тапочек, головных уборов, кепок; розничные продажа аппаратуры и установок для освещения, отопления, охлаждения, выработки пара, приготовления пищи, сушки, вентиляции, водоснабжения и санитарных целях; розничная продажа мебели, зеркал, рам для картин, жалюзи и абажуров для внутренних окон, матрасов, оснований кроватей и подушек, помещений для животных и кроватей, бытовых контейнеров; розничные продажа текстиля и заменителей текстиля, домашнего белья, покрывал, наволочек, чехлов для подушек, полотенец, занавесок; розничная продажа ковров, ковриков, циновок и рогожек, линолеума и других материалов для покрытия полов, гобеленов, обоев; розничным продажа продуктов питания и напитков) знака (10) являются однородными по отношению к услугам 35 класса МКТУ «предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг» заявленного обозначения. Однородность данных видов товаров обусловлена отнесением их к общей родовой группе – услуги по продвижению товаров, а также одинаковым назначением (направлены на сбыт товаров, расширение рыночного поля их сбыта).

Кроме того, сопутствующими и, следовательно, однородными признаются и услуги 35 класса МКТУ «информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг» заявленного обозначения, а также вышеупомянутые услуги 35 класса МКТУ знаков (7, 10), относящиеся к услугам в сфере продажи. Так, лицо, осуществляющее продажу товаров, может также предоставлять и информацию в советы в области выбора товаров. Следовательно, сравниваемые виды услуг могут исходить из единого источника происхождения и оказываться совместно в отношении одного круга потребителей.

Правовая охрана знакам (6-7) предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ «business management; business administration» («бизнес менеджмент; бизнес-администрирование»). Согласно словарям (см. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001, www.dic.academic.ru), менеджмент – это совокупность принципов, методов, средств и форм управления экономическим субъектом для улучшения эффективности его деятельности, снижения затрат и увеличения прибыли. Под менеджментом в сфере бизнеса понимается совокупность мероприятий прогнозирования, планирования и организации хозяйственной деятельности для достижения поставленных целей. Администрирование – это управление, заведование. Под бизнес администрированием понимается управление организациями, осуществляющими хозяйственную деятельность. Учитывая вышеизложенное, вышеприведенные услуги 35 класса МКТУ «business management; business administration» («бизнес менеджмент; бизнес-администрирование») знаков (6-7) являются однородными услугам 35 класса МКТУ «информация деловая; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление деловой информации через веб-сайты; посредничество коммерческое [обслуживание]» заявленного обозначения. По мнению коллегии, в процессе осуществления бизнес менеджмента, бизнес администрирования предоставляются информационные и посреднические услуги. Следовательно, сравниваемые услуги являются сопутствующими, взаимодополняемыми. Изложенное свидетельствует об их однородности.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги в области общественных отношений», которые, по сути, являются пиар – услугами, то есть услугами, направленными на

управление всеми внешними коммуникациями компании, целью которых является создание и поддержание позитивного образа компании в глазах общественности, потенциальных клиентов и других заинтересованных сторон (партнёров, инвесторов и конкурентов). Таким образом, данный вид услуг направлен на управление компанией, ее коммуникациями, в связи с чем услуги 35 класса МКТУ «услуги в области общественных отношений» заявленного обозначения признаются однородными услугам 35 класса МКТУ «business management; business administration» («бизнес менеджмент; бизнес-администрирование») знаков (6-7) в силу того, что они могут оказываться совместно одним лицом.

В заявленном перечне содержатся услуги 35 класса МКТУ «ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных», то есть услуги, оказываемые в отношении баз данных. Согласно статье 1260 Кодекса базой данных является представленная в объективной форме совокупность самостоятельных материалов (статей, расчетов, нормативных документов, судебных решений и иных подобных материалов), систематизированных таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны помощью электронной вычислительной машины (ЭВМ). В связи с изложенным, услуги, оказываемые в отношении баз данных и содержащиеся в заявленном перечне 35 класса МКТУ, являются однородными по отношению к товарам 09 класса МКТУ «data processing equipment and computers» («оборудование для обработки данных и компьютеры») знака (6), товарам 09 класса МКТУ «data processing equipment, computers; computer software; laptop computers» («оборудование для обработки данных и компьютеры; компьютерное программное обеспечение; портативные компьютеры») знака (7), товарам 09 класса МКТУ «computers; laptop computers; tablet computers» («компьютеры; портативные компьютеры; планшетные компьютеры») знака (8), товаров 09 класса МКТУ «computer software, recorded» («программное обеспечение, загружаемое») знака (10). По мнению коллегии, у потребителей может создаться неверное представление о едином источнике происхождения сравниваемых товаров и услуг, производимых и оказываемых под сравниваемыми обозначениями.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении услуг 38 класса МКТУ «предоставление онлайн форумов». Как отмечается заявителем, данная услуга касается предоставления услуг интерактивного собрания или конференции в сети Интернет, предоставления места, площадки в сети Интернет для делового сотрудничества. Следовательно, данный вид услуг однороден услугам 35 класса МКТУ «business management; business administration; office functions» («бизнес менеджмент; бизнес администрирование; офисные функции») знаков (6-7), поскольку в процессе управления бизнесом, предоставления офисных функций может осуществляться и деловое сотрудничество на основе онлайн площадок. Следовательно, по мнению коллегии, сравниваемые услуги могут исходить от одного предприятия, быть взаимодополняемыми, сопутствующими.

В заявленном перечне содержатся услуги 42 класса МКТУ «хранение данных в электронном виде». Заявителем представлена ссылка на информацию, размещенную в сети Интернет (см. www.reg.ru), согласно которой хранение данных в электронном виде представляет собой Интернет-сервис в виде облачного хранилища, при этом все материалы, документы, хранятся на сервере – удаленном мощном компьютере, который постоянно подключен к Интернету. По мнению коллегии, данный вид услуг однороден самим компьютерам (товары 09 класса МКТУ «data processing equipment and computers» («оборудование для обработки данных и компьютеры») знака (6), товарам 09 класса МКТУ «data processing equipment, computers; computer software; laptop computers» («оборудование для обработки данных и компьютеры; компьютерное программное обеспечение; портативные компьютеры») знака (7), товарам 09 класса МКТУ «computers; laptop computers; tablet computers» («компьютеры; портативные компьютеры; планшетные компьютеры») знака (8). Так, компьютеры, а также услуги оказываемые с их помощью, тесно взаимосвязаны, в связи с чем источник их происхождения может быть спутан средним российским потребителем.

Вместе с тем, коллегия находит убедительными доводы возражения о том, что заявленные услуги 35, 38, 42 классов МКТУ не являются однородными по отношению к товарам 11 класса МКТУ знака (10), относящихся к устройствам для освещения, обогрева, парообразования, приготовления пищи, охлаждения, сушки, вентиляции, водоснабжения и санитарных целей, товарам 12 класса МКТУ знака (5), относящихся к

транспортным средствам, устройствам для передвижения по суше, воздуху и воде, товарам 14 класса МКТУ знаков (5-7, 10), относящихся к драгоценным металлам и их сплавам и изделиям, изготовленным из этих материалов или покрытых ими, ювелирным изделиям, драгоценным камням, часам и другим хронометрическим приборам, ювелирным изделиям, товарам 16 класса МКТУ знака (3), относящимся к бумаге, картону и изделиям из них, печатным изданиям, канцелярским товарам, материалам для художников, материалам учебным, товарам 18 класса МКТУ знаков (6-7, 10), относящимся к изделиям для хранения и переноски различных предметов, коже и имитации кожи и изделиям из данных материалов, зонтам и принадлежностям к ним, шкурам животных, изделиям вспомогательным для передвижения, изделиям для животных и конскому снаряжению, товарам 20 класса МКТУ знаков (4, 6, 7, 10), относящихся к изделиям зеркальным, мебели, изделиям из пробки, камыша, тростника, лозы, рогов, костей, слоновой кости, китового уса, ракушек, янтаря, перламутра, пенки, изделиям из целлюлоида и его заменителей, емкостям различного назначения, фурнитуре различного назначения, товарам 24 класса МКТУ знаков (1, 6-7, 10), относящимся к изделиям текстильным и пластиковым, покрывалам для кроватей, скатертям, спальным мешкам, товарам 25 класса МКТУ знаков (1, 6-7, 10), относящимся к одежде, обуви, головным уборам, товарам 30 класса МКТУ знака (9), относящимся к безалкогольным напиткам, выпечке, кондитерским изделиям, мороженому, сахару, товаров 34 класса МКТУ знака (4), относящимся к табачной продукции, изделиям табачным и их частям, мундштукам, средствам зажигательным, принадлежностям курительным. Так, сравниваемые виду товаров и услуг не пересекаются в гражданском обороте Российской Федерации, их производят / оказывают различные лица, они имеют различное назначение и круг потребителей.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о сходстве заявленного обозначения со знаками (2, 6, 7, 8, 10) в отношении товаров и услуг, приведенных выше по тексту заключения. Следовательно, заявленное обозначение для всех испрашиваемых к регистрации услуг 35, 38, 42 классов МКТУ не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В решении Роспатента было указано также на несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, в связи с тем, что оно

воспроизводит обозначения, используемое итальянской компанией «Фенди» («FENDI»), в рамках чего были приведены сайты в сети Интернет (см. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Fendi>, <https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&text=%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%20%D0%B4%D1%83%D1%85%D0%B8>, <https://parfym-shop.ru/fendi-fan-di-assoluto-muzhskoj-tualetnaja-voda-50ml>).

Анализ вышеупомянутых ссылок в сети Интернет показал существование широко известного итальянского дома моды «ФЕНДИ» (FENDI), специализирующегося на выпуске одежды, изделий из кожи и меха, аксессуаров и парфюмерии. Была выявлена информация об использовании противопоставленных



знаков в отношении духов

Вместе с тем, следует отметить, что правовая охрана заявленному обозначению не испрашивается в отношении одежды, обуви, головных уборов, аксессуаров, изделий из меха и кожи, духов. Как отмечалось выше, в заявленном перечне содержатся услуги 35, 38, 42 классов МКТУ, никак не пересекающиеся с упомянутыми видами деятельности. Таким образом, у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что потребитель будет ассоциировать услуги 35, 38, 42 класса МКТУ с итальянским домом моды «ФЕНДИ» («FENDI») на основе его предшествующего опыта. Следовательно, заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, в связи с установленным несоответствием заявленного обозначения положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, у коллегии нет оснований для отмены решения Роспатента.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.12.2022, оставить в силе решение Роспатента от 16.09.2022.