

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 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 21.02.2022 возражение, поданное ИП Мироновой А.А., Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение об отказе государственной регистрации товарного знака по заявке №2020705125, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2020705125, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.02.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 37, 39 МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 21.10.2021 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг (далее – решение Роспатента), основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано тем, что включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «LR» не обладает различительной способностью, так как представляет собой простое сочетание букв, не имеющее характерного графического исполнения, в связи с чем не подлежит правовой охране на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «STUDIO» («STUDIO» - в переводе с английского языка – «студия, мастерская», см.: <https://translate.google.ru/>; С.И.Ожегов и Н.Ю.Шведова, «Толковый словарь русского языка», М., «АЗЪ», 1993), который не обладает различительной способностью, указывает на видовое наименование предприятия, в силу чего является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Поскольку в заявленном комбинированном обозначении неохраняемые элементы занимают доминирующее положение, то оно не может быть зарегистрировано на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее

зарегистрированным на имя другого лица знаком  (по международной регистрации №1297999 с конвенционным приоритетом от 06.05.2015) в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ [1].

Помимо этого, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя иного лица (Ягуар Лэнд Ровер Лимитед, Великобритания) товарными знаками:

- с товарным знаком **LANDROVER** (по свидетельству №17362 с приоритетом от 21.08.1957) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [2];



- с товарным знаком «  » (по свидетельству №129235 с приоритетом от 10.08.1993) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [3];

- с товарным знаком « **LAND ROVER** » (по свидетельству №274007 с приоритетом от 27.02.2003) в отношении товаров и услуг 12, 35, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [4];



- с товарным знаком «  » (по свидетельству №274008 с приоритетом от 27.02.2003) в отношении товаров и услуг 12, 35, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [5];

- с товарным знаком « **LAND ROVER EXPERIENCE** » (по свидетельству №294195 с приоритетом от 27.02.2003) в отношении товаров и услуг 12, 37, 39 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [6];



- с товарным знаком «  » (по свидетельству №296001 с приоритетом от 16.07.2003) в отношении товаров и услуг 12, 37, 39 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [7];

- с товарным знаком « **LAND ROVER** » (по свидетельству №303247 с приоритетом от 26.08.2004) в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ [8];



- с товарным знаком «  » (по свидетельству №303248 с приоритетом от 26.08.2004) в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ [9];

- с товарным знаком «**LAND ROVER**» (по свидетельству №323425 с приоритетом от 11.01.2006) в отношении услуг 39 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 39 класса МКТУ [10];



- с товарным знаком «» (по свидетельству №323424 с приоритетом от 11.01.2006) в отношении услуг 39 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 39 класса МКТУ [11];

- с товарным знаком «**LAND ROVER SELECTED**» (по свидетельству №420736 с приоритетом от 10.12.2008) в отношении товаров и услуг 12, 35 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [12];

- с товарным знаком «**LAND ROVER LRX**» (по свидетельству №423179 с приоритетом от 31.03.2009) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [13];

- с товарным знаком «**LAND ROVER LR2**» (по свидетельству №425566 с приоритетом от 31.03.2009) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [14];

- с товарным знаком «**JAGUAR LAND ROVER CORE**» (по свидетельству №542470 с приоритетом от 07.10.2013) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [15];

- с товарным знаком «**LAND ROVER CORE**» (по свидетельству №541117 с приоритетом от 09.10.2013) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [16];

- с товарным знаком «**LAND ROVER**» (по свидетельству №541646 с приоритетом от 29.01.2014) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [17];



- с товарным знаком «  » (по свидетельству №563601 с приоритетом от 29.01.2014) в отношении товаров 12 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [18];

- с товарным знаком «» (по свидетельству №570371 с приоритетом от 09.10.2014) в отношении товаров и услуг 12, 35, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 37, 39 классов МКТУ [19];

- с товарным знаком «» (по свидетельству №590800 с приоритетом от 11.08.2015) в отношении услуг 39 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 39 класса МКТУ [20].

В поступившем возражении заявитель выразил следующие доводы относительно решения Роспатента:

- буквы «LR», входящие в состав заявленного обозначения, имеют характерное графическое исполнение, так как размещены на фоне параллелепипеда, в связи с чем обозначение воспринимается как объемное;

- заявленное обозначение содержит буквы «LR», словесный элемент «STUDIO», символ дефиса, а также изображение геометрической фигуры яркого зеленого цвета, которые за счет композиционного построения и цветового исполнения в совокупности образуют комбинацию, обладающую различительной способностью;

- в решении Роспатента от 21.10.2021 указано, что сходство заявленного обозначения со знаком по международной регистрации №1297999 [1] обусловлено фонетическим тождеством словесных элементов «STUDIO», а именно вхождением указанного словесного элемента противопоставленного обозначения в состав заявленного, однако, заявленное обозначение также включает в себя буквосочетание «LR», которое удлиняет и изменяет его произношение, ввиду чего сравниваемые обозначения не являются сходными по фонетическому критерию сходства;

- заявитель сокращает перечень заявленных услуг 35, 39 классов МКТУ до следующих позиций:

35 класс: презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием интернет-сайтов;

39 класс: доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; расфасовка товаров; упаковка товаров; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров];

- заявитель полностью отказывается от регистрации заявленного обозначения в отношении услуг 37 класса МКТУ;

- услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения не являются однородными услугами 35 класса МКТУ противопоставленного знака по международной регистрации №1297999 [1], так как сравниваемые услуги имеют разное назначение, сферу применения и круг потребителей;

- товарные знаки «Land Rover» [2-20] и заявленное обозначение абсолютно различны. Подробный сравнительный анализ заявленного обозначения с каждым противопоставленным товарным знаком приводился заявителем в п. 7.3. ответа от 13.04.2021 на уведомление от 15.10.2020 года;

- вывод экспертизы о том, что входящие в состав заявленного обозначения буквы «LR» являются сокращением от «Land Rover», что обуславливает сходство заявленного обозначения с серией товарных знаков «Land Rover» не обоснован, так как экспертиза ссылается только на один источник - <https://www.acronymfinder.com/LR.html>. Однако даже в этом источнике приводится еще более 50 (пятидесяти) трактовок аббревиатуры LR (приложение №1);

- обращение правообладателя - Компании Ягуар Лэнд Ровер Лимитед, относительно регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака отражает лишь беспокойство правообладателя и не может само по себе влиять на оценку охраноспособности заявленного обозначения;

- известность компании Ягуар Лэнд Ровер Лимитед не должна нарушать принцип равноправия сторон. В противном случае отказ в регистрации обозначения «LR-STUDIO» ввиду сходства с товарными знаками «Land Rover» будет способствовать созданию дискриминационных условий на рынке, ограничивающих права третьих лиц на использование сочетания букв «LR» при продвижении и реализации своих продукции/услуг.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 21.10.2021 и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг 35, 39 классов МКТУ (приведен по тексту заключения выше).

К возражению заявителем были приложены следующие документы:

1. LR - Definition by AcronymFinder;

2. Сравнительная таблица перечней услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного знака по международной регистрации №1297999 [1].

Заявителем 22.04.2022 было направлено дополнение к возражению от 21.02.2022, в котором он отмечал следующее:

- товары, в отношении которых охраняются товарные знаки «Land Rover» по свидетельствам №№17362, 129235, 423179, 425566, 542470, 541117, 541646, 563601, и услуги, в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленному обозначению, не являются однородными, так как указанные противопоставления охраняются только в отношении 12 класса МКТУ, а заявитель испрашивает правовую охрану заявленному обозначению в отношении услуг 35 и 39 классов МКТУ;

- услуги 35, 39 классов МКТУ заявленного обозначения не являются однородными услугам 35, 39 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков

[4-12, 19, 20], так как сравниваемые услуги имеют разное назначение, сферу применения и круг потребителей;

- вероятность смешения деятельности заявителя и компании Ягуар Лэнд Ровер исключается также в связи с тем, что последний известен на рынке как производитель автомобилей класса люкс, а заявитель является дистрибьютором автозапчастей для тюнинга автомобилей различных марок и класса (приложения №№3-4);

- заявитель реализует не только продукцию RANGE ROVER, но и запчасти для других марок автомобилей: LADA, FORD, TOYOTA, Mercedes-Benz, BMW, DAEWOO, AUDI, VOLVO, KIA, JAGUAR, MITSUBISHI, Chevrolet, Hyundai, ВАЗ.

К дополнению от 22.04.2022 заявителем приобщались следующие материалы:

3. Распечатки сайта заявителя;

4. Документы о закупке заявителем запчастей различных марок.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (05.02.2020) поступления заявки №2020705125 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество,

количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, простые геометрические фигуры, линии, числа; общепринятые наименования; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар.

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

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

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось

потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

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

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

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

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

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

Заявленное обозначение по заявке №2020705125 представляет собой комбинированное обозначение «», состоящее из геометрической фигуры в виде параллелепипеда, из сочетания букв латинского алфавита «LR», и из словесного элемента «STUDIO», выполненного близким к стандартному шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении скорректированного перечня услуг 35, 39 классов МКТУ (приведен по тексту заключения выше).

Анализ заявленного обозначения «» на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Элемент «LR», входящий в состав заявленного обозначения, является сочетанием простых согласных букв, не образующих слова, и не имеет оригинального графического исполнения, в силу чего не обладает различительной способностью. Таким образом, буквенному сочетанию «LR» не может быть предоставлена самостоятельная правовая охрана на основании пункта 1 статьи 1483, как не обладающему различительной способностью.

Вместе с тем коллегия отмечает, что заявителем не были представлены документы, доказывающие различительную способность элемента «LR» заявленного обозначения (заявителем не представлены необходимые сведения об объемах предоставляемых услуг; длительности и регулярности использования; а также сведения об информированности потребителя об услугах заявителя, маркированных указанным обозначением).

На основании вышеизложенных фактов, нельзя сделать вывод о том, что элемент «LR» заявленного обозначений широко известен среднему российскому потребителю и длительно используется заявителем на территории всей Российской Федерации.

Коллегия отмечает, что, несмотря на то, что элемент «LR» заявленного обозначения расположен на фоне зеленого параллелепипеда, данное обстоятельство не приводит к иному восприятию данного буквенного сочетания, не влияет на восприятие заявленного обозначения потребителями.

При указанных обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания считать неправомерным вывод Роспатента о том, что элемент «LR» заявленного обозначения противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, так как элемент «LR» не занимает доминирующее положение в составе заявленного обозначения, заявленное обозначение может быть зарегистрировано с исключением из правовой охраны данного элемента.

Коллегия обращает внимание на то, что элемент «LR» не приобрел известность в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ, оказываемых заявителем, напротив, как указывала экспертиза в решении Роспатента от 21.10.2021, воспринимается как аббревиатура, которая ассоциируется с компанией «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «STUDIO» представляет собой лексическую единицу немецкого языка и на русский язык переводится как «мастерская» (<https://classes.ru/all-german/dictionary-german-russian-Lein-term-78817.htm>) со значением «небольшое производственное или ремонтное предприятие» (<https://gufo.me/dict/ozhegov/мастерская>). Коллегия отмечает, что в отношении скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ «презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием интернет-сайтов», 39 класса МКТУ «доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; расфасовка

товаров; упаковка товаров; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]» словесный элемент «STUDIO» будет являться фантазийным, так как данные услуги напрямую не связаны с деятельностью мастерской, в связи с чем указанный словесный элемент не противоречит пункту 1 статьи 1483 Кодекса и может быть включен в правовую охрану заявленного обозначения.

Что касается сходства заявленного обозначения и противопоставленного знака [1] коллегия находит целесообразным сообщить следующее.



Противопоставленный знак [1] «» представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из геометрической фигуры в виде прямоугольника, из графического элемента в виде знака сложения, и из словесного элемента «STUDIO», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [1] включает в свой состав как изобразительный, так и словесный индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Таким словесным элементом противопоставленного знака [1] является словесный элемент «STUDIO», который и несет основную индивидуализирующую функцию противопоставленного товарного знака [1].

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Анализ заявленного обозначения показал, что в его составе выделяются две части - буквенная часть «LR» и словесная часть «STUDIO». При этом часть «STUDIO» является лексической единицей немецкого языка со значением «мастерская», носит фантазийный характер для скорректированного перечня услуг 35, 39 классов МКТУ.

В свою очередь лишённое словесного характера и оригинального графического исполнения сочетание согласных букв «LR» является, как указано выше, неохраняемым элементом заявленного обозначения.

Таким образом, основным индивидуализирующим элементом заявленного обозначения является словесный элемент «STUDIO».

Анализ заявленного обозначения и противопоставленного знака [1] показал, что обозначения включают в себя фонетически и семантически тождественные словесные элементы «STUDIO»/«STUDIO» (словарно-справочное значение было приведено по тексту заключения выше).

Визуально заявленное обозначение сходно с противопоставленным знаком [1], так как и само заявленное обозначение, и данный противопоставленный знак выполнены буквами латинского алфавита.

Графическое отличие сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка заявленного обозначения не снимает высокой степени фонетического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что услуги 35 класса МКТУ «презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием интернет-сайтов» заявленного обозначения являются однородными услугам 35 класса МКТУ «advertising (реклама); rental of advertising space (аренда площадей для размещения рекламы); dissemination of advertisements (рассылка рекламных материалов); organization of promotional and advertising activities for developing customer loyalty (организация промо-акций и рекламной кампании для привлечения клиентов); advertising mailing (рассылка рекламных материалов по почте); publication of advertising texts (публикации рекламных текстов); radio and television advertising (реклама посредством радио и телевидения); interactive advertising (интерактивная реклама); organization of

exhibitions and events for commercial or advertising purposes (организация выставок и мероприятий в коммерческих или рекламных целях); sales promotion for others (продвижение товаров для третьих лиц); tele-promotion with offer of sale (sales promotion for others) (продвижение предложений по продаже посредством телевидения (продвижение товаров для третьих лиц))» противопоставленного знака [1], так как сравниваемые услуги относятся к услугам по продвижению товаров, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

В отношении сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2-20] коллегия находит целесообразным сообщить следующее.

Противопоставленные товарные знаки «**LANDROVER**», «**LAND ROVER**», «**LAND ROVER EXPERIENCE**», «**LAND ROVER**», «**LAND ROVER**», «**LAND ROVER SELECTED**», «**LAND ROVER LRX**», «**LAND ROVER LR2**», «**JAGUAR LAND ROVER CORE**», «**LAND ROVER CORE**», «**LAND ROVER**», «**LAND ROVER APPROVED**», «**JAGUAR LAND ROVER EXPERIENCE**» по свидетельствам №№17362 [2], 274007 [4], 294195 [6], 303247 [8], 323425 [10], 420736 [12], 423179 [13], 425566 [14], 542470 [15], 541117 [16], 541646 [17], 570371 [19], 590800 [20] представляют собой словесные обозначения, выполненные стандартными шрифтами заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана, предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 12, 35, 39 классов МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки «», «», «», «», «», «» по свидетельствам №№129235 [3], 274008 [5], 296001 [7], 303248 [9], 323424 [11], 563601 [18] представляют собой комбинированные обозначения, состоящие из графических и изобразительных элементов, и из словесных элементов «LAND ROVER», «EXPERIENCE», выполненных оригинальными шрифтами заглавными

буквами латинского алфавита. Правовая охрана, предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 12, 35, 39 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что противопоставленные товарные знаки [2-20] принадлежат компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания, и образуют собой серию товарных знаков, объединенных основным индивидуализирующим словесным элементом «LAND ROVER», который является основой для различных вариаций серии противопоставленных товарных знаков.

Заявленное обозначение включает в себя буквенное сочетание «LR», которое, хотя и является неохраноспособным в составе заявленного обозначения, но обращает на себя внимание потребителей, влияет на общее зрительное восприятие заявленного обозначения. Данное буквенное сочетание представляет собой аббревиатуру, которая, в том числе, может обозначать «Land Rover» (<https://www.acronymfinder.com/LR.html>). Коллегия не отрицает того, что на данном ресурсе указаны и другие значения данной аббревиатуры (например, Living Room, Learning Resources, Laser Rangefinder), однако, исходя из перечня заявленных услуг 35, 39 классов МКТУ, связанных с продвижением/перевозкой товаров, наиболее вероятно, что потребители будут ассоциировать данное буквенное сочетание со средствами индивидуализации компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания. Принимая во внимание известность и репутацию правообладателя товарных знаков [2-20] в производстве и реализации автомобилей, существует возможность того, что потребители будут ассоциировать данный элемент как продолжение серии товарных знаков компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания (учет таких обстоятельств предусмотрен пунктом 162 Постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского Кодекса Российской Федерации»).

Таким образом, коллегия усматривает наличие семантического признака сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [2-20].

Визуально, заявленное обозначение является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [2-20], так как сравниваемые обозначения выполнены буквами латинского алфавита.

Что касается наличия фонетических различий между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [2-20], то данные отличия не влияют на вывод о сходстве сравниваемых обозначений, так как заявленное обозначение будет ассоциироваться с товарными знаками компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания и при условии наличия в нём словесного элемента «STUDIO».

Кроме того, коллегия хотела бы обратить внимание на сайт заявителя <https://landrover-studio.ru/>, на котором размещены предложения о продаже запчастей для машин Range Rover, Defender, Discovery Sport, которые являются линейками компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания.

Дополнительно, от компании «Ягуар Лэнд Ровер Лимитед», Великобритания, в материалы дела поступило обращение от 22.06.2020, в котором данное лицо сообщает о том, что заявленное обозначение является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [2-20].

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что услуги 35 класса МКТУ «презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием интернет-сайтов» заявленного обозначения являются однородными услугам 35 класса МКТУ «реклама; рекламные и промоутерские услуги, относящиеся к транспортным средствам, включая наземные транспортные средства и моторные наземные транспортные средства, в том числе автомобили; продвижение товаров [для третьих лиц], включая реализацию

транспортных средств, в том числе наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, включая автомобили, а также частей и принадлежностей для транспортных средств, включая части и принадлежности для наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, в том числе автомобилей, в том числе через магазины; консультативные и консультационные услуги по управлению бизнесом, связанным с продвижением, предоставлением, распространением, импортом, экспортом, продажей автотранспортных средств, их частей, фурнитуры и аксессуаров; услуги по распространению, импорту, экспорту и продаже автотранспортных средств, их частей, фурнитуры и аксессуаров; организация рекламных программ товаров; дистрибьюторские услуги и услуги розничных продаж, связанные с автотранспортными средствами и их частями, фурнитурой и аксессуарами; продвижение товаров и услуг в области автомобильной промышленности посредством распространения рекламных материалов и информации о продукции через глобальную компьютерную сеть Интернет, путем распространения печатных материалов, рекламы на телевидении и радио, Интернет-сайтов и рекламных конкурсов; услуги розничных продаж в области автотранспортных средств и их частей, фурнитуры и аксессуаров; услуги дилеров транспортных средств; услуги, связанные с розничной продажей одежды, головных уборов и обуви, предметов искусства, книг, канцтоваров, игрушек, стекла и посуды, ювелирных изделий, подарков, парфюмерии, изделий из кожи, очков, чехлов и аксессуаров для сотовых телефонов, компьютеров и других портативных устройств, багажных сумок, чемоданов и дорожных принадлежностей, масштабных моделей транспортных средств, товаров народного потребления и предметов роскоши через магазины; продвижение товаров и услуг [для третьих лиц] путем распространения рекламных материалов через сеть Интернет, путем распространения печатных, аудио и видео рекламных материалов, путем распространения рекламных роликов, рекламных передач, рекламных объявлений на телевидении и на радио, путем проведения конкурсов и рекламных акций, подразумевающих получение наград за участие в них; проведение конкурсов среди дилеров (с получением наград за участие в них)

для определения лучшего дилера; услуги дилеров моторных транспортных средств; коммерческие и рекламные услуги, включая размещение рекламы [для других] в местах продажи автомобилей; предоставление информации через сеть Интернет об использовании электронных купонов для заказа и покупки транспортных средств и частей моторных транспортных средств по требованию покупателей; предоставление информации через сеть Интернет о стоимости транспортных средств, их комплектации, месторасположении дилеров, спецификации, уведомлениях об отзыве продукции; услуги магазинов по продаже частей и аксессуаров для автомобилей, продукции развлекательного характера для дома, аксессуаров для путешествий, одежды» противопоставленных товарных знаков [4, 5, 8, 9, 12, 19], так как сравниваемые услуги относятся к услугам по продвижению товаров, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 39 класса МКТУ «доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; расфасовка товаров; упаковка товаров; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]» заявленного обозначения являются однородными услугам 39 класса МКТУ «транспортировка; упаковка и хранение товаров» противопоставленных товарных знаков [6, 7], так как сравниваемые услуги относятся к услугам служб доставки, а также к услугам по фасовке и упаковке товаров, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что заявленные услуги 35 класса МКТУ «презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием интернет-сайтов», 39 класса МКТУ «доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; расфасовка товаров; упаковка товаров; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]» являются сопутствующими товарам 12 класса МКТУ «наземные моторные экипажи и части к ним; транспортные средства; транспортные средства с мотором, их части и фитинги, включенные в 12 класс; формованные покрытия для рулевых колес, сиденья транспортных средств, запасные колеса и запасные шины

для колес наземных транспортных средств; формованные или закрывающие весь пол коврики, циновки и покрытия для полов для моторных наземных транспортных средств; насосы для накачивания шин транспортных средств; щитки, шторы для защиты от солнца, открытые багажники, крепящиеся на крышах транспортных средств, багажники и сетки багажные, багажники для перевозки велосипедов, парусных досок, лыж, колесные цепи для езды по снегу и льду, все вышеперечисленные товары предназначены для наземных транспортных средств; части, принадлежности и аксессуары для всех вышеперечисленных товаров, включенные в 12 класс; транспортные средства, включая наземные транспортные средства и моторные наземные транспортные средства, в том числе автомобили; части и принадлежности для транспортных средств, включая части и принадлежности для наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, в том числе для автомобилей» противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4, 5, 6, 7, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19], так как указанные услуги 35, 39 классов МКТУ, относящиеся к услугам по продвижению товаров, а также к услугам по доставке и упаковке товаров, могут осуществляться также и в отношении автомобильных средств и частей для них; однородны им, так как имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-20] в отношении однородных услуг 35, 39 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.02.2022, оставить в силе решение Роспатента от 21.10.2021.