


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 12.07.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022726450 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2022726450, поданной 22.04.2022, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 09, услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:

«  360 » в цветовом сочетании: «красный, белый, черный».

Роспатентом 28.02.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022726450 в отношении товаров 09, услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне, с исключением из правовой охраны элемента «360». Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- цифровой элемент «360» представляет собой простые и лишённые характерной графики цифры. Таким образом, элемент «360» не обладает различительной способностью, является не охраняемым элементом заявленного обозначения на

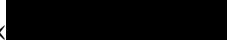
основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для заявленных услуг 35 (части), 38, 41 классов МКТУ на основании пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, так как оно сходно до степени смешения с товарными




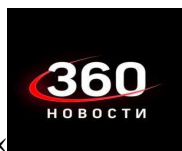
знаками, включающими элемент «360»: «» по свидетельству № 885449,



«» по свидетельству № 885450 с приоритетом от 26.07.2021 г.,




«» по свидетельству № 874147 с приоритетом от 26.07.2021 г.



(«новости» - неохраняемый элемент), «» по свидетельству № 874148 с



приоритетом от 26.07.2021 г. («новости» - неохраняемый элемент), «»

по свидетельству № 699664 с приоритетом от 04.06.2018 г., зарегистрированными ранее на имя Акционерного общества "Телеканал 360", 143405, Московская область, г. Красногорск, ул. Заводская, 4, пом. I V, в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 38, 41 классов МКТУ.

- сравниваемые обозначения являются сходными до степени смешения, за счёт совпадения одного из элементов обозначений, то есть на основании тождества, входящих в их состав, элементов «360»;

- представленные примеры регистраций не могут выступать в качестве убедительного довода в пользу регистрации обозначения в целом, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно.


В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 12.07.2023 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 28.02.2023. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель оспаривает решение Роспатента от 28.02.2023 в связи с отказом в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для части услуг 35 и всех услуг 38 и 41 классов МКТУ. В части признания цифр «360» неохраняемым элементом обозначения для всех заявленных товаров и услуг решение Роспатента от 28.02.2023 заявителем не оспаривается;
- заявителем приведены выдержки из действующего законодательства, рекомендаций и судебной практики;
- обозначения, принадлежащие разным правообладателям (заявителям), не признаются сходными до степени смешения даже при наличии сходных элементов, если потребитель не воспринимает их как принадлежащие одному и тому же лицу;
- вывод о наличии или отсутствии сходства рассматриваемых обозначений делается на основании общего впечатления от обозначения, а не на основе восприятия его отдельных элементов;
- при сравнении обозначений необходимо принимать во внимание общее впечатление потребителей от обозначений в целом и исследовать, воспринимается ли рассматриваемое и противопоставленные обозначения как принадлежащие одному лицу (компании). Заявленное обозначение представляет собой оригинальную комбинацию из двух связанных между собой элементов;
- при сравнении сопоставляемых обозначений очевидны отличия в комбинации входящих в их состав элементов, которые влияют как на первое впечатление потребителей от обозначений, так и на общее впечатление в целом;
- противопоставленные товарные знаки АО «Телеканал 360» представляют собой комбинацию изобразительных, словесных и числовых элементов. При этом, поскольку доминирующим является слабый по своей природе и восприятию числовой элемент, основную индивидуализирующую функцию играет непосредственно графика и взаимное расположение элементов;
- заявителем приведены описания противопоставленных экспертизой товарных знаков;
- заявленное обозначение характеризуется наличием доминирующего изобразительного элемента, расположенного в составе обозначения первым, отличным от противопоставленных обозначений АО «Телеканал 360» по форме,


визуальному и цветовому исполнению и ассоциирующегося в глазах потребителей именно с компанией «Яндекс». Красный круг с вписанной в него буквой «Я» белого цвета явным образом отличается от изобразительных элементов противопоставленных товарных знаков;

- изобразительный элемент акцентирует на себе внимание, занимая начальное положение (первое слева), с которого, прежде всего, начинается восприятие заявленного обозначения. Выполненный оригинальным шрифтом цифровой элемент «360» находится во второстепенной позиции справа и служит композиционным продолжением изобразительного элемента, в связи с чем, их комбинация формирует качественно новый уровень восприятия обозначения в целом;

- поскольку числовой элемент «360» в заявленном обозначении признан экспертизой неохраняемым (с чем заявитель согласен), что дополнительно подтверждает его слабую индивидуализирующую функцию в составе обозначения. Таким образом, основную индивидуализирующую функцию в заявленном обозначении по заявке

№ 2022726450 несет изобразительный элемент «  », который является зарегистрированным товарным знаком ООО «Яндекс»;

- изобразительный элемент заявке № 2022726450 выполнен в оригинальной форме и сочетании цветов, расположен в составе обозначения первым и акцентирует на себе внимание потребителя. Само по себе расположение влияет на общее восприятие обозначения в целом и формирует принципиально иное общее впечатление от обозначения;

- изобразительный элемент «  » заявленного обозначения широко и в течение долгого времени используется для индивидуализации товаров, услуг различных сервисов ООО «Яндекс», то есть запоминается и известен потребителю во взаимосвязи с заявителем по заявке № 2022726450;




- изобразительный элемент «  » заявленного обозначения является зарегистрированным товарным знаком ООО «Яндекс» и входит в серию иных товарных знаков заявителя;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки отличаются друг от друга по форме, цвету и стилизации входящих в их состав доминирующих и изобразительных элементов;
- цифры не выполняют главную функцию товарного знака - индивидуализирующую, а, значит, не ассоциируются в глазах потребителей с конкретным правообладателем или заявителем по заявке;
- заявителем приведены выдержки из действующего законодательства, судебной практики, руководства;
- заявленное обозначение по заявке № 2022726450 ассоциируется в глазах потребителей именно с компанией «Яндекс» и не может быть воспринято как принадлежащее другому лицу;
- доминирующий изобразительный элемент не только отличается от изобразительных элементов, входящих в состав противопоставлений АО «Телеканал 360», но и характеризуется высоким уровнем известности потребителю во взаимосвязи с заявителем;
- при экспертизе заявленного обозначения не была учтена серия товарных знаков

заявителя по свидетельствам № 757943 «  », № 768295 «  », № 815530 «  », № 769090 «  », № 791175 «  », № 793887 «  », № 812882 «  », один из которых является частью заявленного обозначения.


Изобразительный элемент в виде красного круга с вписанной в него буквой «Я» белого цвета, представляющей собой первую букву фирменного наименования заявителя, зарегистрирован на имя компании «Яндекс» в различных вариантах для широкого перечня товаров и услуг с 01 по 45 классы МКТУ;


- при восприятии заявленного обозначения потребитель сделает вывод о том, что заявленное обозначение, имеющее в своем составе элемент «Я» в круге, будет ассоциироваться исключительно с компанией «Яндекс»;

- заявитель активно и на протяжении длительного времени использует обозначение «Я» для индивидуализации своих многочисленных сервисов, название каждого из которых строится по одинаковому принципу «Я + слово, идентифицирующее сервис». Например, товарные знаки: «  Карты » по свидетельству № 922572, приоритет от 22.04.2022, «  Банк » по свидетельству № 879071, приоритет от 19.08.2021, «  Локатор » по свидетельству № 886128, приоритет от 22.04.2022, « ЯндексПочта360 » по свидетельству № 888020, приоритет от 29.10.2020 и т.д. Указанные товарные знаки зарегистрированы без выведения из правовой охраны словесных элементов для товаров и услуг, в отношении которых слово, идентифицирующее сервис, является фантазийным. Заявленное обозначение будет воспринято как продолжение этой серии;

- дополнительно важно отметить факт принятия Роспатентом решений о регистрации в отношении сходных товарных знаков заявителя, являющихся вариантами заявленного обозначения: « **Яндекс 360** » (неохраняемые элементы товарного знака: цифры "360") по свидетельству № 941068, приоритет от 30.03.2023,

« **Я360** » по свидетельству № 953873, приоритет от 30.05.2023,

«  Яндекс 360 » по свидетельству № 953874, приоритет от 05.06.2023,

«  360 » по свидетельству № 955738, приоритет от 05.06.2023

(неохраняемые элементы товарного знака: цифры "360"). Факт регистрации данных товарных знаков свидетельствует о соответствии обозначений требованиям законодательства и отсутствия смешения с товарными знаками третьих лиц. Указанное должно подтверждать справедливость ожиданий заявителя о предоставлении правовой охраны заявленному обозначению для всех заявленных товаров 09 и услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ;

- правообладатель противопоставленных товарных знаков не является конкурентом заявителя и специализируется в другой области деятельности. АО «Телеканал 360» -

владелец спутникового телеканала, осуществляет вещание с 01.09.2003 г., при этом также является учредителем средства массовой информации (ЭЛ № ФС 77 - 70721 от 15.08.2017 г.);

- сервис заявителя, для индивидуализации которого используется заявленное обозначение, представляет собой виртуальное рабочее пространство для решения повседневных задач пользователей в любое время и на любом устройстве - от хранения личных воспоминаний до деловой переписки. Для достижения этой цели сервис объединяет в себе известные пользователю сервисы: Яндекс Почту, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс Документы, Яндекс Календарь, Яндекс Заметки и Яндекс Мессенджер. При этом ООО «Яндекс» не является средством массовой информации, не оказывает услуги телевизионного вещания и спутникового телевидения ни в одном из своих сервисов и в целом при осуществлении деятельности;

- заявитель является мультипорталом и в настоящее время активно развивается в самых разных областях деятельности, предоставляя пользователям разнообразные сервисы и веб-службы;

- поисковая система заявителя - четвёртая среди поисковых систем мира по количеству обрабатываемых поисковых запросов (свыше 6,3 млрд. в месяц на начало 2014 г.);

- по состоянию на август 2022 г. по данным сервиса Similarweb (www.similarweb.com) сайт yandex.ru занимает 3-е место в мире и 1-е место в России по популярности поисковых систем. В России его поисковая доля составляет 57,27 %. Сервисами и мобильными приложениями Яндекса пользуются 90,4 % аудитории интернета в российских городах с населением от 100 тысяч человек (Mediascope Web Index, ноябрь 2017 г., пользователи от 12 до 64 лет, с учётом мобильных устройств). Яндекс также активно работает в Беларуси, Казахстане и Турции;

- совокупное количество посетителей сервисов Яндекса составляет более 290 миллионов человек в месяц, что указывает на известность потребителю как самой компании-заявителя по заявке № 2022726450, так и узнаваемых элементов его фирменного стиля;


- представляется очевидным, что в реальности заявитель и правообладатель


противопоставленных товарных знаков не пересекаются, их товарные знаки, а также маркируемые товарными знаками услуги, не смешиваются в глазах потребителей;

- изобразительный элемент заявленного обозначения расположен первым, имеет сильный, «доминирующий» и запоминающийся характер, а также является зарегистрированным товарным знаком заявителя. Само по себе заявленное обозначение является вариантом зарегистрированных товарных знаков ООО «Яндекс»;

- заявленное обозначение по заявке № 2022726450 не может вызвать смешения в глазах потребителей и не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками и заявками АО «Телеканал 360»;

- возможность регистрации обозначений, включающих в себя совокупность цифр «360» в качестве охраняемого и неохраняемого элемента, подтверждается мирным и длительным сосуществованием всех противопоставленных товарных знаков, а также других товарных знаков, зарегистрированных на имя различных правообладателей:

«  » по свидетельству № 733293, приоритет от 28.05.2018,

правообладатель: ООО «ГК СофтБаланс», Санкт-Петербург; «  » по свидетельству № 800415, приоритет от 11.09.2019, правообладатель: АО "МВС Телеком", Москва; « **АКТИОН 360** » по свидетельству № 718429, приоритет от 28.11.2018, правообладатель: ООО Консультационно-финансовый центр "Акцион", Москва и т.д.;

- различное толкование правовой ситуации недопустимо и противоречит принципу защиты законных ожиданий (см., например, дело № СИП-140/2021).

На основании изложенного в возражении, поступившем 12.07.2023, содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2022726450 для всех заявленных услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне.

В подтверждение своих доводов заявителем с возражением были представлены следующие материалы:

- информация о деятельности АО «Телеканал 360» - с сайта <https://m.wikipeoea.org/wiki/360°> и <https://360tv.ru/> - [1];
- информация о деятельности ООО «Яндекс» - с сайта <https://360.yandex.ru/> и <https://vandex.ru/support/yandex-360/index.html> - [2].

Изучив материалы дела, и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 12.07.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (22.04.2022) заявки № 2022726450 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

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

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации. При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности 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 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Согласно требованиям 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.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

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

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 43 Правил изобразительные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы. Сходство изобразительных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

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

Согласно пункту 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 на регистрацию в качестве товарного знака обозначение

«  360 » представляет собой комбинированное обозначение, содержащее элемент «Я» в круге и цифровой элемент «360», выполненный оригинальным шрифтом на одной строке. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 09, услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «красный, белый, черный».

Заявитель в возражении выразил согласие с несоответствием элемента «360» требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, как не обладающего различительной способностью. Вместе с тем, экспертиза при правовой оценке заявленного обозначения требованиям законодательства оценивает все основания, в связи с чем, применила требования пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В качестве противопоставлений в заключении по результатам экспертизы



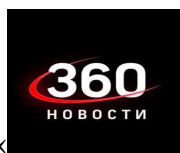
приведены следующие товарные знаки: « » по свидетельству № 885449,



« » по свидетельству № 885450 с приоритетом от 26.07.2021 г.,



« » по свидетельству № 874147 с приоритетом от 26.07.2021 г.



(«новости» - неохраняемый элемент), « » по свидетельству № 874148 с



приоритетом от 26.07.2021 г. («новости» - неохраняемый элемент), « »

по свидетельству № 699664 с приоритетом от 04.06.2018 г. Правообладатель:

Акционерное общество "Телеканал 360", Московская область, г. Красногорск.

Правовая охрана данных товарных знаков действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечнях свидетельств.

Сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков обусловлено совпадением одного из элементов обозначений, а именно, цифрового элемента «360», выполненного в черно-белых цветовых сочетаниях и занимающего значимое положение в обозначениях, что акцентирует восприятие потребителей на элементе «360». При этом элементы «360» сравниваемых обозначений имеют общее зрительное впечатление, сходный вид и характер изображений. Восприятие сравниваемых обозначений в целом приводит к возникновению одних и тех же образов у потребителя. Присутствие иных изобразительных и словесных элементов в сравниваемых обозначениях не приводят к качественно иному их восприятию. Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки по

свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечнях, показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; почтовые каталоги продаж; почтовая рассылка рекламных материалов [проспектов, брошюр]; оптовая и розничная продажа товаров, в том числе через сеть Интернет; продвижение товаров через лидеров мнений; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц» и услуги 35 класса МКТУ «реклама; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450,

874147, 874148, 699664 либо идентичны, либо относятся к общему роду «*продвижение товаров и услуг*», при этом сравниваемые услуги имеют общее назначение, общий круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*изучение общественного мнения; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования маркетинговые; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сведения о деловых операциях*» и услуги 35 класса МКТУ «*менеджмент в области творческого бизнеса; предоставление деловой информации; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса*» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 либо идентичны, либо представляют собой бизнес-услуги, имеют общее назначение, общий круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*обзоры печати*» идентичны соответствующим услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги секретарей; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования*» и услуги 35 класса МКТУ «*обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; офисная служба*» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 относятся к офисной службе, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, круг потребителей, являются взаимодополняемыми, совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 38 класса МКТУ «*вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в*

Интернете; передача видео по запросу; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; радиовещание; рассылка электронных писем; услуги по передаче потока данных; услуги баз данных, а именно сбор и предоставление новостей и информации; услуги по предоставлению электронной почты; аренда электронных почтовых ящиков; коммуникационные услуги; передача, запись, воспроизведение, демонстрация, организация, управление, обработка и просмотр сообщений, текста, изображений, файлов, "живого" и предварительно записанного аудио-, видео- и аудиовизуального контента и других данных для содействия в коммуникации между двумя или более пользователями посредством коммуникационной сети; коммуникации посредством или при помощи компьютеров; передача и предоставление загружаемого программного обеспечения для коммуникаций, передачи данных и файлов посредством компьютерной сети; услуги конференций и телефонных конференций посредством компьютерной сети; предоставление телефонных конференций, включая хостинг, присоединение, управление, планирование и потоковую передачу голоса, видео- и аудиовизуального контента между двумя или более пользователями посредством коммуникационной сети; предоставление и управление электронными конференциями, форумов группового обсуждения и тематических чатов; услуги для предоставления сетевых журналов, форумов, дневников и клиентских групп, отражающих разработанный пользователем или иной контент; предоставление служб голосовых конференций, видео конференций, сетевых конференций; электронная передача сообщений, текста, изображений, файлов, "живого" и предварительно записанного аудио-, видео- и аудиовизуального контента и других данных через компьютерные терминалы; служба отправки, получения и пересылка сообщений в форме текста, аудио, изображения или видео посредством компьютерной сети; служба поиска, просмотра и сортировки сообщений, текста, изображений, файлов, "живого" и предварительно записанного аудио-, видео- и аудиовизуального контента и других данных предоставленных коммуникационной сетью; предоставление высокоскоростного доступа к локальным и глобальным компьютерным сетям и глобальным компьютерным информационным сетям; служба раздачи файлов через компьютерную сеть; предоставление услуг беспроводных прикладных протоколов, включая такие, которые используют засекреченный канал связи; электронная, электрическая и цифровая передача голоса, видеоданных, текста, изображений, сигналов, документов и сообщений; коммуникационные услуги голосовой связи по IP-протоколу (VOIP), протокола установления сессии (SIP), частной телефонной сети (PBX) и унифицированных коммуникаций (UC); служба обмена простыми сообщениями (SMS) и служба обмена мультимедийными сообщениями (MMS) посредством компьютерной сети; служба обмена простыми сообщениями (SMS) и служба обмена мультимедийными сообщениями (MMS) посредством телекоммуникационной сети; коммуникационные услуги через использование карты

модуля определения абонента (SIM); услуги интернет-коммуникаций и компьютерных коммуникаций; услуги Интернета, Интернет телефонии и видеоконференций; потоковая передача аудио-, видео- и аудиовизуальных данных через Интернет; телекоммуникационные услуги, включая телекоммуникационные услуги, относящиеся к сети Интернет; предоставление голосовой связи по IP-протоколу (VOIP), интернет-коммуникаций и коммуникаций "точка-точка"; поддержка и контроль качества голосовой связи по IP-протоколу (VOIP), интернет-коммуникаций и коммуникаций "точка-точка"; услуги геолокации [телекоммуникационные услуги]; услуги информационных агентств; заказ вышеперечисленных услуг, в том числе через мобильное или онлайн приложение; организация или предоставление вышеперечисленных услуг, в том числе через мобильное или онлайн приложение» и услуги 38 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449 («вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача подкастов; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; рассылка электронных писем; телеконференции»), 885450 («вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные»), 874147 («вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача подкастов; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; рассылка электронных писем; телеконференции»), 874148 («вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача подкастов; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений;

передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; рассылка электронных писем; телеконференции»), 699664 («телекоммуникации») либо идентичны, либо относятся к телекоммуникационной деятельности, предоставлению услуг связи, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, круг потребителей, являются взаимодополняемыми, совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ *«издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов»* и услуги 41 класса МКТУ *«написание теле- и киносценариев; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов»* противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 относятся к издательской деятельности, имеют общее назначение, круг потребителей, являются взаимодополняемыми, совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ *«организация и проведение концертов; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги по распространению билетов [развлечение]; квест комнаты [развлечения]; организация развлекательных мероприятий; услуги фотографирования с помощью дронов; создание фильмов, за исключением рекламных»* и услуги 41 класса МКТУ *«выпуск музыкальной продукции; кинопрокат; киностудии; организация досуга; организация и проведение концертов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через*

сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; радиопередачи развлекательные; развлечения; услуги артистов; шоу-программы» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 либо идентичны, либо относятся к сфере развлечений, имеют общее назначение (для развлечений, организации досуга), круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленная услуга 41 класса МКТУ *«служба новостей»* и услуги 41 класса МКТУ *«предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений»* противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 885449, 874147, 874148 относятся к информационным услугам, то есть соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (предоставление информации в различных отраслях), общий круг потребителей, имеют совместную встречаемость в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ *«академии [обучение]; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; 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]; проведение экзаменов; услуги образовательно-воспитательные; услуги медиатек; заказ вышеперечисленных услуг, в том числе через мобильное или онлайн приложение; организация или предоставление вышеперечисленных услуг, в том числе через мобильное или онлайн приложение»* и услуги 41 класса МКТУ *«воспитание физическое; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; воспитание; образование; организация культурно-*

просветительных мероприятий» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 699664, 87417, 874148, 885449 либо идентичны, либо относятся к области образования и воспитания, имеют общее назначение (для получения знаний, образования), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Однородность сравниваемых услуг 35, 38, 41 классов МКТУ заявителем в материалах возражения не оспаривается.



Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 885449, 885450, 874147, 874148, 699664 являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35, 38, 41 классов МКТУ.


Следовательно, вывод, сделанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения в отношении услуг 35 (части), 38, 41 классов МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

Доводы и документы о фактической деятельности заявителя и правообладателя вышеуказанных противопоставленных товарных знаков не опровергают вывод коллегии о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. При оценке соответствия/несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса анализу подлежат те услуги, которые приведены в сравниваемых перечнях заявленного обозначения и имеющих противопоставлений, которые, как было установлено выше, являются однородными.

В отношении приведенной практики регистраций товарных знаков, произведенных как на имя заявителя, так и на имя разных правообладателей, коллегия отмечает независимость делопроизводства с учетом обстоятельств каждого конкретного дела и индивидуальности заявленного знака. В отношении приведенных заявителем регистраций товарных знаков («**Яндекс 360**» (неохраняемые элементы товарного знака: цифры "360") по свидетельству № 941068, приоритет от

30.03.2023, «**Я360**» по свидетельству № 953873, приоритет от 30.05.2023,

«  » по свидетельству № 953874, приоритет от 05.06.2023,
«  » по свидетельству № 955738, приоритет от 05.06.2023
(неохраняемые элементы товарного знака: цифры "360")) на его имя, коллегия также отмечает индивидуальность подходов экспертизы при правовой оценке этих обозначений требованиям законодательства. Так, цифровой элемент «360» в ряде регистраций подлежит правовой охране, а в других товарных знаках (например, свидетельства №№ 955738, 941068) признан неохраняемым элементом.

Вхождение изобразительного элемента «  » в ранее зарегистрированные товарные знаки заявителя не приводит к преодолению требований пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса на основании вышеизложенных доводов коллегии.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 12.07.2023, оставить в силе решение Роспатента от 28.02.2023.