


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**


Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 22.08.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Земля Профи», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021742684 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке №2021742684, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.07.2021, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 27.10.2022 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку



является сходным до степени смешения с товарным знаком « DM Tower» по свидетельству №785434, с приоритетом от 19.07.2019 в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 36 классов МКТУ [1].

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

- заявленное обозначение является комбинированным, при этом выполнено в оригинальной графической манере, противопоставленный товарный знак также является комбинированным, состоит из трех элементов: стилизованного изображения здания с вертикальными ребрами черного и красного цвета, букв «DM», выполненных стандартным шрифтом красного цвета и слова «Tower», выполненного стандартным шрифтом черного цвета. При этом буквы «DM» являются неохраняемым элементом;

- само по себе слово «TOWER» (англ. «башня») обладает сниженной различительной способностью в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, поскольку встречается в большом количестве товарных знаков, зарегистрированных на разных лиц;

- в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, особенно связанных с содержанием, обслуживанием, сдачей в аренду объектов недвижимости, слово «TOWER» является широко употребляемым, его различительная способность сама по себе снижена за счет того, что оно включено в состав многочисленных товарных знаков, принадлежащих разным компаниям в отношении рассматриваемых услуг, и за счет широкого общепринятого употребления в отношении домов небоскребов;

- с учетом того, что присутствующее в сравниваемых обозначениях слово «TOWER» является широко употребляемым и его различительная способность снижена, то фонетическое совпадение слов «TOWER» также имеет второстепенное значение при оценке вероятности смешения сравниваемых обозначений;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком, поскольку они имеют существенные отличия по фонетическому, семантическому, графическому факторам сходства;

- буквосочетание «DM» в противопоставленном товарном знаке не имеет самостоятельного смыслового значения в отличие от буквосочетания «ID» в заявленном обозначении, что свидетельствует об отсутствии смыслового сходства между знаками.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021742684 в отношении заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (07.07.2021) поступления заявки №2021742684 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 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 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.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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.


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.

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


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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, 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 комбинированным, состоящим из словесного элемента «IDTOWER», выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, при этом, словесный элемент начинается с оригинально выполненной композиции латинских букв «I» и «D». Правовая охрана испрашивается в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак [1] является комбинированным «», состоящим из стилизованного изображения части колонны, справа от которой расположены латинские буквы «DM», выполненные стандартным шрифтом и словесный элемент «Tower», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Буквы «DM» являются неохраняемыми элементами обозначения. Правовая охрана предоставлена в красном, черном цветовом сочетании, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что словесной элемент «IDTOWER» состоит из двух частей - композиции латинских букв «I» и «D» и словесного элемента «TOWER», при этом, заявитель описывает заявленное обозначение, как состоящее из композиции латинских букв «I» и «D» и словесного элемента «TOWER», в связи с чем, при проведении сопоставительного анализа коллегией было установлено, что в заявленном обозначении и противопоставленном товарном знаке [1] основным, «сильным» элементом, по которому знаки (и, как следствие, товары и их производители) идентифицируются потребителем, являются словесные элементы: «TOWER» (заявленное обозначение), «Tower» (противопоставленный товарный знак [1]). Данный факт обусловлен тем, что данные словесные элементы являются наиболее запоминаемыми, занимают доминирующее положение и имеют семантическое значение (в переводе с английского языка «башня, вышка», <https://www.translate.ru>).

Таким образом, при проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] было установлено, что в их

состав входят фонетически и семантически тождественные словесные элементы «TOWER»/«Tower».

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по фонетическому и семантическому факторам сходства словесных обозначений.

Отмеченные заявителем графические отличия сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку имеющая место быть графическая проработка заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] не приводит к сложности их прочтения, что обуславливает второстепенность данного критерия сходства.

Кроме того, выполнение латинских букв «I» и «D» в оригинальной графической манере с использованием вертикальных линий в заявленном обозначении и изобразительного элемента в виде колонны с использованием вертикальных линий в противопоставленном товарном знаке [1], и, расположением указанных элементов в начальных частях в сравниваемых знаках, графически сближает анализируемые обозначения.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Таким образом, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ товаров, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

Услуги 35 класса МКТУ «маркетинг; маркетинг целевой; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов» заявленного обозначения являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «реклама; агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования

маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат 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; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [1], поскольку соотносятся как род-вид, относятся к одному виду услуг (маркетинг, услуги по рекламе и продвижению товаров), имеют одно назначение и круг потребителей.

Услуги 36 класса МКТУ «аренда коворкинг-офисов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда финансовая; инвестирование; менеджмент финансовый; операции с недвижимым имуществом; организация финансирования строительных проектов; оценки финансовые [недвижимое имущество]; посредничество

при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью; услуги агентств недвижимости» заявленного обозначения являются однородными с услугами 36 класса МКТУ «деятельность финансовая; операции кредитно-денежные; операции с недвижимостью; агентства по операциям с недвижимым имуществом; анализ финансовый; аренда квартир; аренда коворкинг-офисов / аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; бюро квартирные [недвижимость]; взыскание арендной платы; инвестирование; информация финансовая; исследования финансовые; консультации по вопросам финансов; менеджмент финансовый; организация финансирования строительных проектов; оценка недвижимого имущества; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые по запросу при заключении договора о поставках; оценки финансовые стоимости ремонта; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при реализации углеродных кредитов; посредничество при страховании; предоставление финансовой информации через веб-сайты; управление недвижимостью; финансирование» противопоставленного товарного знака [1], поскольку соотносятся как род-вид, относятся к одному виду услуг (операции с недвижимостью, финансовая деятельность), имеют одно назначение и круг потребителей.

Однородность услуг заявителем не оспаривается.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком [1] в отношении однородных услуг 35, 36 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Относительно приведенных в возражении примеров регистраций, которые, с точки зрения заявителя, могут косвенно свидетельствовать о возможности регистрации заявленного обозначения, коллегия отмечает то, что данные регистрации касаются иных обозначений, делопроизводство по которым велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому обозначению.



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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.08.2023, оставить в силе решение Роспатента от 27.10.2022.**