

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 09.01.2024 возражение, поданное Непубличным акционерным обществом «Национальная спутниковая компания», Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022762549, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**БОЛЬШОЙ ЭФИР**» по заявке №2022762549 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 06.09.2022 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 09, 35, 38, 41 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

Роспатентом 11.09.2023 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных услуг 41 класса МКТУ. Основанием для принятия решения Роспатента явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы

«Большой Эфир¹» («Большой» - значительный по величине, по размерам; «Эфир» - обобщённое название среды, в которой распространяются радиоволны. В эфире - последние известия. Прямой эфир (радио- или телепередача без предварительной записи). Снять с эфира (проф., о подготовленной радио- или телепередаче: исключить из программы); разг. радио- и телепередача) являются неохраняемыми в отношении всех заявленных услуг 38 класса МКТУ, поскольку не обладают различительной способностью, характеризуют заявленные услуги, указывают на их вид, назначение.

Представленные заявителем доводы не позволяют установить факт приобретения заявленным обозначением различительной способности, отсутствуют сведения подтверждающие, что заявленное обозначение воспринимается потребителем как средство индивидуализации услуг заявителя.

Кроме того, в заключении по результатам экспертизы отмечается, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц с более ранним приоритетом:

- с товарным знаком «**ЭФИР**» [1] (свидетельство №952066 (ранее заявка № 2021755199) с приоритетом от 30.08.2021), зарегистрированным на имя АО «Ижевский радиозавод», 426034, Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Базисная, 19, в отношении однородных товаров и услуг 09, 35, 38 классов МКТУ;




- с товарным знаком «**ЭФИР**» [2] (свидетельство №748372 с приоритетом от 18.04.2019), зарегистрированного на имя ООО «ЭНЕРГИЯ», 426072, г. Ижевск, ул. 40 лет Победы, 64-35, в отношении однородных товаров 09 класса МКТУ;

- с товарными знаками «**ЭФИР**» [3] (свидетельство №717353 с приоритетом от 31.05.2018), «**EFIR**» [4] (свидетельство №701186 с приоритетом от 21.05.2018), зарегистрированных на имя АО «Российская корпорация ракетно-

¹ см. Интернет-сайты: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1100497>; <https://gufo.me/dict/kuznetsov/эфир>; <https://gufo.me/dict/mas/эфир>; <http://tolkslovar.ru/ie2493.html>; https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwwords/234/ЭФИР; <https://kartaslov.ru/значение-слова/эфир>; <https://дословно.рф/значение/эфир> и др.


космического приборостроения и информационных систем», 111250, Москва, ул. Авиамоторная, 53, в отношении однородных товаров и услуг 09, 35, 38 классов МКТУ;


- с товарными знаками «**ЭФИР**» [5] (свидетельство №723643 с приоритетом от 28.04.2018), «» [6] (№723642 с приоритетом от 28.04.2018), зарегистрированных на имя Олейниковой Марии Игоревны, 105064, Москва, пер. Нижний Сусальный, 5, стр. 18, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**ЭФИР**» [7] (свидетельство №626340 с приоритетом от 14.03.2016), зарегистрированным на имя ООО «АРМАДА», 191028, Санкт-Петербург, Литейный пр-кт, 26, литер А, помещение 200, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

ЭФИР

- с товарным знаком «**Экономика, Финансы и Рынки**» [8] (свидетельство №212794 с приоритетом от 06.04.1999, срок действия продлен до 06.04.2029), зарегистрированным на имя АО «ИНТЕРФАКС», 127006, Москва, ул. 1-я Тверская-Ямская, д. 2, стр. 1, в отношении однородных услуг 35, 41 классов МКТУ;



- с товарным знаком «» [9] (свидетельство №118559 с приоритетом от 19.08.1992, срок действия продлен до 19.08.2032), зарегистрированным на имя АО «Ижевский радиозавод», 426034, г. Ижевск, ул. Базисная, 19, в отношении однородных товаров 09 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента от 11.09.2023, указав на отсутствие оснований для отнесения словесного элемента «БОЛЬШОЙ» к категории неохранных для услуг 38 класса МКТУ. Как отмечается в возражении, заявитель интенсивно использует заявленное обозначение со словесным элементом «БОЛЬШОЙ ЭФИР», в силу чего, будучи фантазийным изначально, оно приобрело дополнительную различительную способность для услуг

38 класса МКТУ, вместе с тем против дискламации словесного элемента «ЭФИР» для этих услуг заявитель не возражает.

В части отказа в регистрации товарного знака по пункту 6 статьи 1483 Кодекса заявитель указывает на предпринятые им попытки по получению писем-согласий от правообладателей противопоставленных товарных знаков [1] по свидетельству №925066 (для услуг 38 класса МКТУ), [3], [4] по свидетельствам №717353, №701186 (для услуг 35, 38 классов МКТУ), [7] по свидетельству №626340 (для услуг 35 класса МКТУ), [8] по свидетельству №212794 (для услуг 35, 41 классов МКТУ).

Кроме того, заявитель отмечает, что согласен с объемом предоставленной правовой охраны для заявленных услуг 41 класса МКТУ, в силу чего не оспаривает противопоставление по товарным знакам [5], [6] по свидетельствам №723643, №723642 в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ. Что касается противопоставлений [1] по свидетельству №925066, [3], [4] по свидетельствам №717353, №701186, [9] по свидетельству №118559, зарегистрированных в отношении однородных товаров 09 класса МКТУ, то заявитель принял решение отказаться от своих притязаний в отношении заявленных товаров по этому классу МКТУ.

Тем самым, как полагает заявитель, препятствия для регистрации товарного знака для заявленных услуг 35, 38, 41 классов МКТУ могут быть устранены.

Необходимо указать, что 15.02.2024 от заявителя поступила корреспонденция с дополнительными пояснениями по возражению, в которой заявитель обращает внимание на наличие письма-согласия от правообладателя противопоставленного товарного знака [8] по свидетельству №212794, который не возражает против регистрации товарного знака по заявке №2022762549 в отношении заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ.

Однако, в силу того, что заявитель не смог получить письма-согласия от правообладателей иных противопоставленных товарных знаков, заявленный перечень услуг был ограничен им только услугами 35, 41 классов МКТУ (*«производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах*

массовой информации; передачи развлекательные телевизионные»), которые, по его мнению, не являются однородными услугами 35, 41 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1], [3] – [8].

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 11.09.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022762549 также и для заявленных услуг 35 класса МКТУ *«производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации»* и услуг 41 класса МКТУ *«передачи развлекательные телевизионные»*.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает приведенные в возражении доводы убедительными только в части.

С учетом даты (06.09.2022) поступления заявки №2022762549 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

Согласно подпункту 3 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 и способ их производства или сбыта.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, касающиеся изготовителя

товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

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

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного

до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

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.

Исходя из положений пункта 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; расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначение понятий, идей (в частности, совпадение 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 на регистрацию в качестве товарного знака для индивидуализации товаров и услуг 09, 35, 38, 41 классов МКТУ обозначение «**БОЛЬШОЙ ЭФИР**» по заявке №2022762549 с приоритетом от 06.09.2022 включает в свой состав словесный элемент «БОЛЬШОЙ ЭФИР», выполненный заглавными буквами кириллического алфавита стандартным шрифтом.

Необходимо констатировать, что при рассмотрении возражения коллегией были выявлены обстоятельства, которые не могли быть учтены при подготовке заключения экспертизы. Исходя из доводов возражения, решение административного органа оспаривается только в отношении услуг 35 класса МКТУ *«производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации»* и услуг 41 класса МКТУ *«передачи развлекательные телевизионные»*.


В связи с ограничением перечня товаров и услуг по заявке №2022762549 вышеназванными позициями отпали основания для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса ввиду неохраноспособности словесного элемента «БОЛЬШОЙ ЭФИР» для услуг 38 класса МКТУ.

Что касается оснований для отказа в регистрации товарного знака по заявке №2022762549 для заявленных услуг 35 и 41 классов МКТУ, то в этой части в качестве препятствия административным органом указывалось на положения пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в связи с наличием исключительных прав иных лиц на товарные знаки с более ранним приоритетом, а именно «ЭФИР» [1] по свидетельству №952066, «ЭФИР» [3] по свидетельству №717353, «EFIR» [4] по свидетельству №701186, «ЭФИР» [5] по свидетельству №723643, «» [6] по свидетельству №723642, «ЭФИР» [7] по свидетельству №626340, «ЭФИР» [8] по свидетельству №212794.

Противопоставленный товарный знак «ЭФИР» [1] по свидетельству №952066 зарегистрирован в отношении услуг 35 класса МКТУ *«аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций»*.

Противопоставленные товарные знаки «ЭФИР» [3] по свидетельству №717353, «EFIR» [4] по свидетельству №701186 зарегистрированы в отношении услуг 35 класса МКТУ *«ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных»*.

Противопоставленные товарные знаки «**ЭФИР**» [5] по свидетельству

№723643, «» [6] по свидетельству №723642 зарегистрированы для услуг 41 класса МКТУ «*бронирование билетов на зрелищные мероприятия; дискотеки; игры азартные; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; клубы-кафе ночные [развлечение]; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение концертов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; предоставление услуг игровых залов; представление цирковых спектаклей; представления варьете / представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; проведение фитнес-классов; прокат игрушек; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги диск-жокеев; казино [игры]; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги композиторов; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги оркестров; услуги по распространению билетов [развлечение]».*

Противопоставленный товарный знак «**ЭФИР**» [7] по свидетельству №626340 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «*продажа розничная, в частности продажа одежды, кожгалантереи, косметических и гигиенических товаров, а также продажа профессиональных инструментов для парикмахерских и салонов красоты*».

ЭФИР


Противопоставленный товарный знак «**ЭФИР**» [8] по свидетельству №212794 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «*реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба*» и услуг 41 класса МКТУ «*издание книг, пособий; публикация текстовых*

материалов, за исключением рекламных; производство кино- и телепродукции». В противопоставленном товарном знаке по свидетельству №212794 словесный элемент «Экономика, Финансы и Рынки» указан в качестве неохраняемого.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. 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.

Следует указать, что заявителем не оспаривается наличие сходства между заявленным обозначением «**БОЛЬШОЙ ЭФИР**» и противопоставленными товарными знаками «**ЭФИР**» [1] по свидетельству №952066, «**ЭФИР**» [3] по свидетельству №717353, «**EFIR**» [4] по свидетельству №701186,

«ЭФИР» [5] по свидетельству №723643, «» [6] по свидетельству

№723642, «ЭФИР» [7] по свидетельству №626340, «ЭФИР» [8] по свидетельству №212794, основанное на наличии в их составе фонетически и семантически тождественных словесных элементов «ЭФИР» / «EFIR». При этом выполнение индивидуализирующих словесных элементов «ЭФИР» буквами одного и того же алфавита (кириллического) в составе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [3], [5] - [8] сближает их визуально в силу сходства начертания графем, входящих в их состав.

Согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной по ряду дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

В части сопоставительного анализа перечней услуг 35, 41 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [3] – [8] необходимо указать следующее.

Услуги 35 класса МКТУ *«производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации»* заявленного обозначения относятся к такой сфере деятельности как «реклама», под которой понимается публичное сообщение, информация компании о предлагаемых ею товарах и услугах, работах, их качестве, достоинствах, преимуществах с целью информирования потенциальных потребителей. Реклама распространяется через прессу, телевидение, радиовещание, объявления и плакаты, а также через названия компаний на одежде. Реклама создает представление о продукте, расширенная

реклама вызывает доверие к продукту, а хорошая реклама порождает желание купить продукт.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ соотносятся как вид/род с услугой 35 класса МКТУ *«реклама»* противопоставленного товарного знака [8] по свидетельству №212794, т.е. являются однородными, что заявителем не оспаривается.

Вместе с тем, противопоставленные товарные знаки [1] по свидетельству №952066, [3] по свидетельству №717353, [4] по свидетельству №701186, [7] по свидетельству №626340 зарегистрированы в отношении услуг 35 класса МКТУ, относящихся к сфере бухгалтерского учета, информационно-справочной деятельности и торговли. Данные услуги 35 класса МКТУ названных противопоставлений отличаются от заявленных услуг 35 класса МКТУ в области рекламы по виду, относятся к иным родовым группам, имеют разное назначение, круг потребителей, следовательно, не однородны.

В свою очередь заявленные услуги 41 класса МКТУ *«передачи развлекательные телевизионные»*, представляющие собой видеоряд, обладающий единым назначением и некоторой целостностью (сюжетом), показываемый по телевидению, относятся к развлекательной сфере деятельности, предполагающей наличие определенной концепции, визуального и аудио- ряда, разработки сценария.

Данная деятельность однородна услугам 41 класса МКТУ *«производство кино- и телепродукции»* противопоставленного товарного знака [8] по свидетельству №212794, что заявителем не оспаривается.

Кроме того, указанные услуги 41 класса МКТУ относятся к одной родовой категории *«развлекательные мероприятия»* с услугами 41 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [5] по свидетельству №723643, [6] по свидетельству №723642, в перечне которых присутствуют, как общие позиции в сфере развлечений - *«информация по вопросам развлечений; развлечения; развлечение гостей; организация досуга»*, так и услуги представляющие собой деятельность, относящуюся к зрелищным мероприятиям, подразумевающим под собой наличие концепции, сценария, видео- и аудиоряда (*«дискотеки; клубы-кафе*

ночные [развлечение]; организация и проведение концертов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация балов; организация конкурсов красоты; организация показов мод в развлекательных целях; организация спортивных состязаний; организация спектаклей [услуги импресарио]; представление цирковых спектаклей; представления варьете / представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; составление программ встреч [развлечение]; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги диск-жокеев»), а также услуги, связанным с их организацией («бронирование билетов на зрелищные мероприятия; услуги по распространению билетов [развлечение]»).

В этой связи можно сделать вывод о наличии однородности услуг 35, 41 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [5] по свидетельству №723643, [6] по свидетельству №723642, [8] по свидетельству №212794.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [5], [6], [8] и однородность услуг 35, 41 классов МКТУ, для сопровождения которых предназначены сравниваемые обозначения, усматривается вывод о возможности их смешения в гражданском обороте, что свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, исходя из приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений, регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, допускается при наличии согласия их правообладателя, если такая регистрация не способна ввести потребителя в заблуждение. При этом, согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если: заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют

степень сходства, приближенную к тождеству; противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем; противопоставленный товарный знак является коллективным товарным знаком.

В данном административном споре имеется письмо-согласие правообладателя противопоставленного товарного знака [8] по свидетельству №212794, который не является коллективным или общеизвестным, на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака для всех товаров и услуг 35, 41 классов МКТУ. Наличие письма-согласия от правообладателя противопоставленного товарного знака [6] по свидетельству №212794 позволяет снять указанное противопоставление, в частности, для таких заявленных услуг 35 класса МКТУ как *«производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации»*.

Однако, с учетом вышеприведенного сопоставительного анализа товарных знаков препятствием для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по основаниям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 кодекса, для услуг 41 класса МКТУ *«передачи развлекательные телевизионные»* являются противопоставленные товарные знаки [5] по свидетельству №723643, [6] по свидетельству №723642, письмо-согласие от правообладателя которых заявителю получить не удалось.

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

удовлетворить возражение, поступившее 09.01.2024, изменить решение Роспатента от 11.09.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022762549.