


**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, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 07.08.2020 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Алко-Сибирь», г. Омск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2019716900, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2019716900, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 11.04.2019, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 16, 30, 35, 41, 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 28.01.2020 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 16 класса и МКТУ и части

товаров 30 класса МКТУ «*кофе; кубики льда; лед для охлаждения; лед натуральный или искусственный; лед пищевой; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки на базе какао; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; пицца; чай; чай со льдом*». Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 30 класса МКТУ «*карамели [конфеты]; конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; леденцы; макарон [печенье миндальное]; мороженое; муссы десертные [кондитерские изделия]; муссы шоколадные; орехи в шоколаде; пастилки [кондитерские изделия]; пироги; пралине; пряники; тифуры [пирожные]; сладости; халва; шоколад*» и всех заявленных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя иных лиц в отношении однородных товаров и услуг товарными знаками с более ранним приоритетом, а именно:

- товарным знаком «**ПАУТИНКА**» [1] по свидетельству №657647 с приоритетом от 20.04.2017, зарегистрированным в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ на имя Лихачев Александр Сергеевич, 125057, Москва, ул. Новопесчаная, 6, кв.49;



- с товарным знаком «**ПАУТИНКА**» [2] по свидетельству №645375 с приоритетом от 27.02.2017, зарегистрированным в отношении однородных услуг 35, 43 классов МКТУ на имя Общество с ограниченной ответственностью «ЭКОНОМУСЛУГИ», 129347, Москва, ул. Палехская, 131, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**ПАУТИНКА**» [3] по свидетельству №174627 с приоритетом от 06.01.1998 (срок действия продлен до 06.01.2028),

зарегистрированным в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ на имя Открытое акционерное общество «Тульская кондитерская фабрика «Ясная Поляна», 300036, г.Тула, Одоевское ш., д.83.

В поступившем возражении заявитель не спорит с правомерностью противопоставления по товарному знаку [3] по свидетельству №174627 в отношении товаров 30 класса МКТУ. Решение Роспатента от 28.01.2020 оспаривается заявителем только в части отказа в регистрации товарного знака по заявке №2019716900 для услуг 35, 41,43 классов МКТУ.

Доводы поступившего возражения в целом сводятся к отсутствию сходства до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [1] по свидетельству №657647 и [2] по свидетельству №645375, поскольку, по мнению заявителя, они производят разное общее зрительное впечатление.

Как отмечается в возражении, оценка сходства сравниваемых обозначений производится на основе общего впечатления, которое формируется в том числе с учетом неохранных элементов, в данном случае таким неохранным элементом в составе комбинированного заявленного обозначения является словесный элемент «МУЖСКОЙ КЛУБ». Формирование общего впечатления может происходить под воздействием любых особенностей обозначений, в том числе доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного и цветового решения. В представленном обозначении имеется доминирующий изобразительный элемент в виде знака бесконечности с гендерными символами.

Заявляемое обозначение с учетом доминирующего графического и неохранных элементов не может ассоциироваться со словесным товарным знаком [1] по свидетельству №657647.

Противопоставленный комбинированный товарный знак [2] по свидетельству №645375 включает в свой состав оригинальную изобразительную часть и словосочетание «СЕТЬ ПАУТИНА», являющееся устойчивым выражением и ассоциирующимся со всемирной сетью Интернет. Соответственно, заявленное обозначение существенно отличается от противопоставленного товарного знака [2]

по свидетельству №645375 как семантически, так и графически, следовательно, сопоставляемые обозначения не могут считаться сходным до степени смешения.

Кроме того, в поступившем возражении указывается на отсутствие использования противопоставленных товарных знаков, в то время как заявитель использует заявленное обозначение в своей предпринимательской деятельности, осуществляя услуги продвижению в сети Интернет на сайте <https://pautina-club.ru>.

В этой связи заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2019716900 в отношении заявленных товаров и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Необходимо констатировать, что на заседании коллегии, состоявшемся 18.01.2021, коллегией были выявлены дополнительные обстоятельства, не указанные в заключении по результатам экспертизы при вынесении решения, а именно словесное обозначение «МУЖСКОЙ КЛУБ» не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом заявленного обозначения для заявленных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявитель, надлежащим образом ознакомленный с приведенными дополнительными обстоятельствами на заседании коллегии 18.01.2021, поддержал указанный довод коллегии, и о переносе рассмотрения возражения, предусмотренном пунктом 45 Правил ППС, не ходатайствовал.

Вместе с тем, изучив материалы дела и заслушав заявителя, коллегия сочла изложенные в возражении доводы необидительными.

С учетом даты (11.04.2019) поступления заявки №2019716900 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).

В соответствии с требованиями подпункта 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 указывающие на их вид, качество, количество, 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.

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.

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.

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.

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

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных 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 пунктах 42 и 43 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 «» по заявке №2019716900 с приоритетом от 11.04.2019 является комбинированным, включает словесные элементы «ПАУТИНА», «МУЖСКОЙ КЛУБ», выполненные стандартным шрифтом буквами русского алфавита и расположенные друг под другом. При этом словесный элемент «ПАУТИНА» выполнен крупным шрифтом, а словосочетание «МУЖСКОЙ КЛУБ» - мелким. Расположенный над словесным элементом «ПАУТИНА» изобразительный элемент выполнен в виде стилизованного знака бесконечности, на верхних и нижних завитках которого размещены символы гендера. Между словесными элементами «» и «МУЖСКОЙ» и «КЛУБ» расположено стилизованное изображение галстука-бабочки.

Согласно доводом поступившего возражения регистрация заявленного обозначения по заявке №2019716900 испрашивается для индивидуализации следующих услуг 35, 41, 43 классов МКТУ:

35 класс МКТУ - *агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в*

рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; радиореклама; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама телевизионная; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги по составлению перечня подарков; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь];

41 класс МКТУ - агентства по предоставлению моделей для художников; академии [обучение]; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; игры азартные; издание книг; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные [развлечение]; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; представления театральные; прокат театральных декораций; развлечение гостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги




*звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги студий записи; фотографирование; фоторепортажи;*

*43 класс МКТУ - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионы]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; мотели; пансионы; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши «удон» и «соба».*

Анализ заявленного обозначения показал, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «МУЖСКОЙ КЛУБ» является неохраняемым элементом для заявленных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что было отмечено самим заявителем при подаче заявки №2019716900 и не оспаривается в ходе рассмотрения возражения.

Вместе с тем отказ в государственной регистрации товарного знака



«» по заявке №2019716900 для заявленных услуг 35, 41, 44 классов

МКТУ основан на наличии товарных знаков «**ПАУТИНКА**» [1] по



свидетельству №657647 и «» [2] по свидетельству №645375 принадлежащих иным лицам.

Противопоставленный товарный знак «**ПАУТИНКА**» [1] по свидетельству №657647 с приоритетом от 20.04.2017 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 41 класса МКТУ *«воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; агентства по предоставлению моделей для художников; академии [обучение]; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; киностудии; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; мюзик-холлы; написание музыки; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; образование религиозное; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация*

*спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов, в том числе с аттракционами, включающими батуты; перевод с языка жестов; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; предоставление оборудования для караоке; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования, в том числе батутов; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; представления театральные; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; программирование спортивных состязаний; производство видеофильмов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинопроекторов и кинооборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; редактирование текстов, за исключением рекламных; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; субтитрование; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги диск-жокеев; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги каллиграфов; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги устных переводчиков; услуги школ [образование]; учреждения дошкольные*

*[воспитание]; фотографирование; фоторепортажи; цирки; школы-интернаты; шоу-программ».*



Противопоставленный товарный знак «*ПАУТИНА СЕТЬ*» [2] по свидетельству №645375 с приоритетом от 27.02.2017 является комбинированным, включает в свой состав словесные элементы «ПАУТИНА» и «СЕТЬ», выполненные буквами русского алфавита в оригинальном графическом исполнении в желтом, белом, светло-сером, сером, темно-синем цветовом исполнении. Товарный знак по свидетельству №645375 зарегистрирован для услуг 35 и 43 классов МКТУ:

*35 класс МКТУ - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка*


информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш / реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц;

согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик" / услуги PPC; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая;

43 класс МКТУ - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; дома для престарелых; закусочные; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; столовые на

*производстве и в учебных заведениях; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; ясли детские.*



Сопоставительный анализ заявленного обозначения «» на предмет его сходства с противопоставленными товарными знаками

«ПАУТИНКА» [1] / «» [2] показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Поскольку заявленное обозначение является комбинированным, важно установить, какова роль того или иного элемента в его составе.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей.

При этом следует констатировать, что основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы,

которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Таким элементом заявленного обозначения в данном случае является слово «ПАУТИНА» с определенным смысловым значением («паутина» - вязкое выделение паутинных желез у некоторых членистоногих (пауки, паутинные клещи и др.); способна растягиваться в тонкие, быстро затвердевающие на воздухе нити (называются также паутиной). Из паутины животных делают ловчие сети, убежища и яйцевой кокон., см. Большой энциклопедический словарь, 2000, <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/229150>), которое занимает центральное положение в знаке, доминируя визуально. Относительно неохраняемого словесного элемента заявленного обозначения «МУЖСКОЙ КЛУБ» следует указать, что он является слабым, не выполняет индивидуализирующей функции в составе заявленного обозначения как визуально (выполнен стандартным мелким шрифтом, на периферии), так и по смыслу (ассоциируется с объединением людей по гендерному признаку, носит описательный характер).

В противопоставленном товарном знаке «**ПАУТИНКА**» [1] единственным индивидуализирующим элементом является слово «ПАУТИНКА», которое является уменьшительно-ласкательной формой слова «ПАУТИНА» с аналогичной семантикой (см. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/209227/Паутинка>).

В свою очередь в состав противопоставленного товарного знака



» [2] в качестве доминирующего индивидуализирующего элемента входит слово «ПАУТИНА», акцентирующее на себе внимание потребителя в первую очередь, при этом оригинальная графическая проработка этого элемента не исключает его прочтения как слова «паутина». Что касается словесного элемента «СЕТЬ» («сеть» - сооружение или приспособление различного назначения из перекрещивающихся нитей, веревок, проволоки, см.



Энциклопедический словарь, 2009, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/142860/сеть>), то он выполнен мелким шрифтом, расположен на периферии товарного знака и не оказывает существенного влияния на восприятие товарного знака в целом. При этом довод возражения о необходимости восприятия слов «СЕТЬ» и «ПАУТИНА» в качестве устойчивого словосочетания с определенным смысловым значением (сеть Интернет) коллегией отклоняется ввиду недоказанности.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1], [2] характеризуются наличием в их составе индивидуализирующих словесных элементов «ПАУТИНА» / «ПАУТИНКА», имеющих сходное или тождественное звучание и одинаковое смысловое значение.

Следует отметить, что графический критерий сходства при сопоставлении указанных обозначений имеет второстепенное значение, поскольку именно фонетическое и семантическое сходство (тождество) словесных элементов сравниваемых знаков предопределяет возможность возникновения представления о том, что сопоставляемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника.

Таким образом, все вышеизложенное свидетельствует о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков в целом, несмотря на отдельные отличия.

Что касается вопроса однородности услуг 35, 41, 43 классов МКТУ сравниваемых обозначений, то они либо идентичны, либо соотносятся друг с другом как вид/род, что обуславливает вывод об их однородности и заявителем не оспаривается.

Коллегия приняла к ведению довод возражения о том, что по сведениям заявителя противопоставленные товарные знаки их правообладателями для спорных услуг не используются, в то время заявитель осуществляет деятельность под заявленным обозначением. В этой связи необходимо указать, что при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений принимается во внимание объем их правовой охраны, а не фактическое использование, а также оценивается принципиальная возможность смешения знаков в гражданском обороте.

Следует отметить, что согласно доводам возражения, заявитель осуществляет продвижение своей деятельности посредством сайта <https://pautina-club.ru>. При обращении к указанному сайту установлено, что на нем размещается информация о деятельности стриптиз-клуба под заявленным обозначением, которая соответствует такой заявленной услуге 41 класса МКТУ как «*клубы-кафе ночные [развлечение]*». При этом в перечне услуг 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1] по свидетельству №657647 присутствует идентичная позиция.

Таким образом, принимая во внимание сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [1] по свидетельству №657647, [2] по свидетельству №645375, а также однородность услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, для сопровождения которых предназначены сравниваемые обозначения, приводит к выводу об их сходстве до степени смешения согласно требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. В этой связи основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации товарного знака по заявке №2019716900 для указанных в возражении услуг 35, 41, 43 классов МКТУ отсутствуют.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.08.2020, изменить решение Роспатента от 28.01.2020 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2019716900 с учетом дополнительных оснований.**