

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 18.02.2022, поданное компанией “Ларкпарк Сервисиз Инк.”, Британские Виргинские острова (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021709361, при этом установила следующее.

TINKOFF
KOSHELEK

Обозначение « _____ » по заявке №2021709361 с приоритетом от 20.02.2021 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09 и услуг 35, 36, 42 классов МКТУ.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1502 Кодекса экспертизой была произведена процедура выделения заявки № 2021770675 из первоначальной заявки №2021709361. Из перечня товаров и услуг первоначальной заявки №2021709361 исключены все товары и услуги 09, 42 классов МКТУ (м. уведомление №231 от 03.12.2021).

Таким образом, правовая охрана заявленному обозначению по заявке №2021709361 испрашивается в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Роспатентом 16.12.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021709361. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное словесное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку оно сходно до степени смешения:

- с ранее заявленным на регистрацию обозначением «Кошелёк.Ру», заявка №2020720037 (с приоритетом от 15.04.20, принято решение о регистрации) и товарными знаками «CASHELEC», «Кошелёк.Ру», зарегистрированными под №461387 (с приоритетом от 01.11.10, продлен до 01.11.30), № 444058 (с приоритетом от 27.04.10, продлен до 27.04.30) на имя Общество с ограниченной ответственностью "Кошелёк.ру", 197046, Санкт-Петербург, ул. Большая Посадская, д. 12, Литер А, пом. 79-Н, для услуг 35, 36 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 36 классов МКТУ (см. открытые реестры, <http://www1.fips.ru/register-web/>).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 18.02.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- словесный элемент “TINKOFF” заявленного обозначения является отличительной частью фирменного наименования широко известного в России банка Тинькофф;
- обозначение “TINKOFF” используется в названии доменного имени tinkoff.ru и охраняется в составе нескольких десятков товарных знаков заявителя;
- элемент “TINKOFF” доминирует в рассматриваемом товарном знаке, поскольку выполнен более крупным шрифтом и расположен на верхней

строке, с которой начинается восприятие заявленного обозначения потребителем;

- слово “KOSHELEK” играет второстепенную роль в обозначении, расположен под словом “TINKOFF”, выполнен более мелким шрифтом, чем элемент “TINKOFF”, и воспринимается как дополнение к нему;
- элемент “KOSHELEK” представляет собой транслитерацию латинскими буквами русского слова “КОШЕЛЕК”, употребляемое широким кругом лиц, входит в состав почти 40 товарных знаков, охватывающих услуги 35, 36 классов МКТУ;
- обозначение “Кошелек” используется финансово-банковскими организациями и без регистрации в качестве товарного знака, например, потребители пользуются сервисом “Кошелек” в приложении “Сбербанк Онлайн” для выполнения платежей, перевода денег и других операций, держатели банковских карт “Альфа-Банка” имеют возможность осуществлять операции с ними через электронный “Кошелек”, сервис “Кошелек Pay” предлагает своим клиентам банк ВТБ и т.п.;
- в средствах массовой информации, в сети Интернет широко используется словосочетание “электронный кошелек” для обозначения сервисов, предназначенных для работы с карточками и проведения финансовых операций онлайн;
- таким образом, слово “Кошелек” практически утратило свою различительную способность и не дает потребителю возможность идентифицировать услуги конкретного производителя;
- отличительный словесный элемент “TINKOFF” не является сходным с противопоставленными знаками;
- заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №444058 в целом существенно отличаются друг от друга, так как из двадцати пяти звуков, составляющих сравниваемые обозначения, 2/3 звуков (67%) не совпадает вследствие присутствия в заявленном

обозначении слова “TINKOFF” и элемента Ру. В противопоставленном знаке;

- сравниваемые обозначения производят разное зрительное впечатление, поскольку состоят из разного количества слов, имеют разное расположение, словесные элементы обозначений выполнены буквами разных шрифтов, имеющие разную графику, в заявленном обозначении зрительно доминирует слово “TINKOFF”, не имеющее ничего общего с противопоставленным знаком;
- семантически обозначения различаются ввиду того, что заявленное обозначение ассоциируется с банком Тинькофф, противопоставленный знак “Кошелек.ру” таких ассоциаций не вызывает;
- сопоставление заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №461387 показало отсутствие по семантическому признаку сходства, так как слово “CASHELEC” является фантазийным, поскольку отсутствует в каких-либо словарях, не является транслитерацией русского слова “Кошелек”;
- сравниваемые обозначения фонетически не являются сходными, так как в противопоставленном знаке слово “CASHELEC” прочитывается как “кашелек” или “кэшелек”, что имеет существенное отличие от прочтения слов в заявленном обозначении;
- зрительно сопоставляемые обозначения различаются составом слов, их расположением в обозначениях, буквенным составом, доминированию слова “TINKOFF”, отсутствующего в противопоставленном знаке и не имеющего ничего общего с обозначением “CASHELEC”;
- исследование ВЦИОМ, проведенное в мае 2021 года, показало, что абсолютное большинство потребителей финансово-банковских услуг всегда знают, какая организация/банк предоставляет им услуги, которыми они пользуются. Практически все потребители, прежде чем обратиться за услугой, в первую очередь обращают внимание на такие факторы, как условия оказания услуги (94% респондентов), название и репутация

финансовой организации (91% респондентов), время ее существования на рынке (86% респондентов), отзывы друзей, знакомых, родственников (83% респондентов);

- результаты исследований показали, что потребители услуг 35, 36 классов МКТУ серьезно подходят к выбору организации, оказывающей такие услуги;
- следовательно, специфика заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ является важным фактором, делающим невозможным смешение заявленного обозначения и противопоставленных знаков.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

К возражению заявителем был приложен социологический опрос Фонда ВЦИОМ [1].

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (20.02.2021) поступления заявки №2021709361 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. № 482 (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 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.

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

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

TINKOFF
KOSHELEK

По противопоставленной заявке №2020720037 товарного знака
“Кошелёк.Ру” экспертизой принято решение о признании ее
отозванной, в связи с чем данное противопоставление может быть снято.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №444058 представляет собой словесное обозначение “**Кошелёк.Ру**”, содержащее словесный элемент “Кошелёк”, выполненный строчными буквами русского алфавита с заглавной буквы “К”, и элемент “.Ру”, выполненный заглавной и строчной буквами русского алфавита. В данном товарном знаке основную индивидуализирующую функцию несет словесный элемент «Кошелёк», поскольку элемент “.Ру” является

слабым и относится к неохраноспособным элементам обозначения. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №461387 представляет собой словесное обозначение «CASHELEC», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

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

Заявленное словесное обозначение состоит из двух словесных элементов, расположенных на разных строках, не связаны друг с другом по смыслу и грамматически, воспринимаются как отдельные друг от друга элементы, не образующие единого словосочетания, следовательно, каждый из входящих в состав заявленного обозначения словесных элементов воспринимается и рассматривается отдельно.

Таким образом, при проведении сопоставительного анализа коллегией было выявлено сходство словесного элемента «KOSHELEK» заявленного обозначения с противопоставленными ему товарными знаками, содержащими словесные элементы «CASHELEK» и «Кошелёк».

Словесный элемент «KOSHELEK» заявленного обозначения является транслитерацией буквами латинского алфавита русского слова «Кошелёк», в силу чего можно констатировать семантическое и фонетическое сходство рассматриваемого обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №444058.

Слово «Кошелёк» - 1. Небольшая сумочка для денег, 2. перен. разг. Деньги. (см. Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000).

Графически заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №444058 отличаются выполнением словесных элементов буквами разных алфавитов, вместе с тем, графический критерий сходство носит в данном

случае второстепенный характер за счет установленного фонетического и семантического сходства словесных элементов.

Заявленное обозначение «KOSHELEK» прочитывается как «кошелек», противопоставленный товарный знак «CASHELEK» прочитывается как «кашелек», в связи с чем с точки зрения фонетического признака сходства словесных обозначений являются сходными, поскольку их звучание практически совпадает за счет наличия близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, одинакового расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, одинакового числа слогов в обозначениях и их расположения, близости состава гласных и согласных звуков.

По графическому признаку сходства сопоставляемые словесные элементы являются сходными, поскольку выполнены буквами одного алфавита, имеют одинаковую длину, не имеют каких-либо графических проработок.

Фантазийность противопоставленного обозначения «CASHELEK» не позволяет проводить сравнительный анализ обозначений по семантическому признаку сходства.

С учетом изложенного, решающим становится фонетическое звучание сравниваемых обозначений, поскольку именно в результате произношения слова оно запоминается потребителем.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №461387 являются сходными в целом, несмотря на некоторые отличия.

Вероятность смешения заявленного обозначения и товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Сопоставительный анализ однородности услуг показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; агентства

рекламные; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; 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, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; 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 торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; реклама почтой; сбор информации в компьютерных базах данных; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях;

систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая» и услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; аудит; ведение автоматизированных баз данных; выписка счетов; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; 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; прогнозирование экономическое; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; услуги по сравнению цен; экспертиза деловая», указанные в перечнях противопоставленных товарных знаков, являются однородными, относятся к родовым группам “услуги информационно-справочные, посреднические, по продвижению товаров, рекламные, в сфере бизнеса, услуги по исследованию рынка и изучению общественного мнения”, содержат идентичные виды услуг, либо услуги,

которые соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Заявленные услуги 36 класса МКТУ «агентства кредитные; агентства по взысканию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; анализ финансовый; банки сберегательные; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; информация по вопросам страхования; информация финансовая; исследования финансовые; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; котировки биржевые; кредитование под залог; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при страховании; предоставление ссуд [финансирование]; предоставление финансовой информации через веб-сайты; сделки посреднические с акциями и облигациями; спонсорство финансовое; страхование; управление недвижимостью; управление финансовое выплатами возмещений для третьих лиц; услуги банковские; услуги брокерские; услуги актуариев; финансирование; экспертиза налоговая» и услуги 36 класса МКТУ «агентства кредитные; агентства по взыскиванию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; агентства таможенные; анализ финансовый; аренда ферм и сельхозов; аренда финансовая; банки сберегательные; бюро квартирные; взыскание арендной платы; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; информация по вопросам страхования; информация финансовая; клиринг; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; котировки биржевые; ликвидация торгово-промышленной деятельности; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции банковские через Интернет; операции факторные; организация денежных сборов и подписей; оценка

антиквариата; оценка драгоценностей; оценка марок; оценка недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при страховании; предоставление ссуд; предоставление ссуд под залог; проверка подлинности чеков; сбор благотворительных средств; сдача в аренду недвижимого имущества; сдача в аренду нежилых помещений; сдача квартир в аренду; спонсорство финансовое; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги актуариев; услуги банковские; услуги по выплате пенсий; услуги попечительские; учреждение взаимовыгодных; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая», указанные в перечнях противопоставленных товарных знаков, являются однородными, относятся к родовым группам «услуги в области финансов, страхования, операции с недвижимостью, услуги оценочные, информационно-консультационные», содержат идентичные виды услуг, либо услуги, которые соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, являются взаимодополняемыми.

Следует указать, что заявитель в возражении не спорит с однородностью сопоставляемых товаров и услуг.

Высокая степень однородности сравниваемых услуг наряду с выводом о высокой степени сходства сравниваемых обозначений позволяет сделать вывод о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

Резюмируя вышеизложенный анализ, следует констатировать вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых обозначений в отношении однородных услуг 35, 36 классов МКТУ. Следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, так как не соответствует

требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, что позволяет признать выводы экспертизы правомерными.

Что касается доводов экспертизы о несоответствии заявленного обозначения пункту 10 статьи 1483 Кодекса, то коллегия обращает внимание на особенности применения нормы права.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия поясняет, что такая ситуация не идентична простому вхождению противопоставленных товарных знаков в состав заявленного обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. Для целей применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса могут быть определены также визуальные акценты, имеющиеся в составе товарного знака, иссечение которых не искажает образ обозначения в целом.

С учетом вышесказанного коллегия не усматривает правовых оснований для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе заявленного обозначения словесный элемент «KOSHELEK» выполнено одинаковым стандартным шрифтом со словесным элементом «TINKOFF», при этом оба словесных элемента практически сопоставимы по размерам. Таким образом, слово

«KOSHELEK» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент заявленного обозначения, сходство которого привело бы к несоответствию рассматриваемого обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Довод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса заявителем никак не проанализирован, в связи с чем коллегия приходит к выводу о том, что он не оспаривается заявителем.

Представленный заявителем социологический отчет ВЦИОМ [1] не может быть принят коллегией во внимание, так как никакого отношения в заявленному обозначению не имеет, поскольку проведен относительно мнения респондентов о сходстве/различии иных обозначений, в том числе, содержащих изобразительный элемент банка Тинькофф в виде герба и элементов «AI BANK».

Мнение заявителя о слабой различительной способности словесного элемента «KOSHELEK» является неубедительным и не подтверждено документальными доказательствами. Аргумент заявителя, касающийся того, что слово «KOSHELEK» в заявленном обозначении будет связано с банком Тинькофф и не спутается потребителями на рынке финансовых и банковских услуг, не преодолевает выводов коллегии о его сходстве с ранее зарегистрированными товарным знаками, и как следствие несоответствии его регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.02.2022 и оставить в силе решение Роспатента от 16.12.2021.