


ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 10.03.2023, поданное индивидуальным предпринимателем Огородниковвой Н.Д., г. Екатеринбург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021776432 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2021776432, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 22.11.2021, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 25, 26 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 16.01.2023 о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров 26 класса МКТУ «бахрома; блочки обувные; бороды накладные; булавки энтомологические; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; венки из искусственных цветов; венки рождественские искусственные; венки рождественские искусственные с

подсветкой; волосы накладные; волосы человеческие; галуны; гирлянды искусственные; гирлянды рождественские искусственные; гирлянды рождественские искусственные с подсветкой; грибок для штопки; зажимы для брюк велосипедистов; зажимы для волос; заколки для волос; застежки для корсажей; застежки для обуви; застежки для одежды; застежки для подтяжек; застежки для поясов; застежки-липучки; застежки-молнии; застежки-молнии для сумок; иглы; иглы вышивальные; иглы для гребнечесальных машин для шерсти; иглы для переплетных работ; иглы для шорного дела; иглы сапожные; иглы швейные; иглы штопальные; игольники; изделия басонные; изделия декоративные для волос; изделия для отделки тканые, крученые или плетеные; изделия плетеные для отделки; катушки для намотки нитей для вышивания или шерсти [не части машин]; кисти [басонные изделия]; кнопки-застежки; коробки для принадлежностей для шитья и рукоделия; косы из волос; кромки ложные; крючки [галантерейные изделия]; крючки для вышивания; крючки для ковров; крючки для корсетов; крючки для обуви; ленты [басонные изделия]; ленты для волос; ленты шляпные; ленты эластичные; наборы для шитья; накладки из искусственных волос; наперстки; нитковдеватели для игл; обручи для волос; папильотки бумажные; парики; петли для одежды; пластинки из китового уса для корсетов; повязки для волос; подвязки для занавесей; подплечики для одежды; подушечки для булавок; подушечки для игл; приспособления для завивки волос, электрические и неэлектрические, за исключением ручных инструментов; пряжки [принадлежности одежды]; пряжки для обуви; пуговицы; пуговицы-эмблемы; растения искусственные, за исключением рождественских елок; розетки [басонные изделия]; сетки для волос; синель [басонные изделия]; спицы вязальные; тесьма для отделки одежды; украшения для обуви; усы накладные; фрукты искусственные; футляры для игл; цветы искусственные; челноки для изготовления рыболовных сетей; шапочки для окраски волос; шилья портновские; шиньоны; шнурки для обуви; шнуры для одежды; шнуры шерстяные; шпильки для волос; шпильки для завивки волос; элементы жесткости для воротников». В отношении иных заявленных товаров 26 класса МКТУ, а также всех заявленных товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ

заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Так, согласно решению Роспатента, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения:

- с комбинированным товарным знаком «panda», зарегистрированным под №809526 (1) (с приоритетом от 11.09.2019) на имя Гаранин Д.С., г. Грозный, для однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с комбинированным товарным знаком «PANDA», зарегистрированным под №726420 (2) (с приоритетом от 11.12.2018) на имя Крюкова Н.Н., г. Кострома, для однородных товаров 25 класса МКТУ;

- с комбинированным товарным знаком «panda», зарегистрированным под №596727 (3) (с приоритетом от 05.11.2014) на имя Анненков Д.С., г. Волгоград, для однородных услуг 35 класса МКТУ;

- со знаком «panda» по международной регистрации № 1028186 (4) (с приоритетом от 09.11.2009), правовая охрана которому предоставлена на имя компании «Torunskie Zaklady Materialow Opatrunkowych Spolka Akcyjna», Польша, для товаров 03, 05 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей);

- со знаками «PANDA» по международной регистрации № 611089 (5) (с приоритетом от 07.07.1993), по международной регистрации № 475179 (6) (с конвенционным приоритетом от 30.08.1982), правовая охрана которым предоставлена на имя компании «WWF-WORLD WIDE FUND FOR NATURE

(FORMERLY WORLD WILDLIFE FUND)», Швейцария, для однородных товаров и услуг 26, 35 классов МКТУ.

Кроме того, было указано, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «SCHOOL» не обладает различительной способностью, указывает на видовое наименование предприятия, на назначение товаров и услуг, в силу чего для всех товаров 25, 26 классов МКТУ, части услуг 35 класса МКТУ (таких, как: демонстрация товаров; изучение общественного мнения; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных, перечень не является исчерпывающим) является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Для другой части услуг 35 класса МКТУ (таких, как: абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление программами часто путешествующих, перечень не является исчерпывающим) заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве знака обслуживания, как способное ввести потребителя в заблуждение относительно назначения услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

- слово «SCHOOL» в переводе с английского языка обозначает «школа», и, как было указано экспертом, оно обозначает название учебных заведений (низших,

средних, высших, специальных) (см.: <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/enru/SCHOOL>; Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940). К товарам 25 класса МКТУ относят одежду, обувь и головные уборы, к товарам 26 класса МКТУ относят товары для творчества, текстиль и сопутствующие товары, а также украшения для волос, к услугам 35 класса МКТУ относятся в основном услуги, касающиеся бизнеса, рекламы и продвижения товаров для третьих лиц. Исходя из определения слова «школа», его сложно применить как видовое наименование предприятия для товаров и услуг 25, 26 и 35 классов МКТУ, поскольку нет таких понятий, как, например, школа одежды, школа текстиля или школа магазинов. Соответственно, все указанные примеры будут являться фантазийными для указанных товаров и услуг. Слово «SCHOOL» может наводить потребителя на мысль, что под этим названием производятся и продаются товары, связанные со школой, однако, следует обратить внимание, что указанное слово в заявленном обозначении представлено не как одно отдельное слово, а в сочетании с другим словом, а именно со словом «PANDA». Слова «PANDA SCHOOL» представляют собой конкретное словосочетание, которое в переводе с английского языка обозначает «ШКОЛА ПАНД/ ШКОЛА ПАНДЫ». Соответственно, просто отдельное слово «SCHOOL» могло бы указывать на назначение товаров и услуг, но в заявленном обозначении представлено словосочетание «PANDA SCHOOL», которое имеет определенное значение и является фантазийным и необычным для потребителя, поэтому слово «SCHOOL» в данном случае не будет указывать на назначение товаров и услуг и будет обладать различительной способностью. Следовательно, увидев на этикетке одежды слова «PANDA SCHOOL» или название магазина «PANDA SCHOOL», у потребителя не возникнут ассоциации с каким-либо учебным заведением, он не будет думать о том, что в помещении расположена школа или товары предназначены исключительно для школы, человек просто подумает, что это интересное название, под которым продаются какие-то товары;

- слова «PANDA SCHOOL» выполнены одинаковым размером, в одну строчку, единым шрифтом (единой графической манере), различаются лишь цветом, что

также позволяет воспринимать их как единое целое, одно словосочетание, которое воспринимается таковым как по своей семантике, так и графически;

- в отношении товаров и услуг 25, 26 и 35 классов МКТУ зарегистрировано множество товарных знаков, включающих словесный элемент «SCHOOL» как охраняемый элемент обозначения (например, свидетельства №740283, №726001, №622831, №663622, №763800, №723637, №524583, №597151 и т.д.);

- таким образом, элемент обозначения «SCHOOL» нельзя признать неохраняемым элементом в отношении товаров и услуг 25, 26 и 35 классов МКТУ, учитывая, что он семантически связан со словом «PANDA» и в значении «Школа панд» не вызывает прямых ассоциаций с товарами для школы;

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными ему знаками (1-6). Словесные элементы «PANDA SCHOOL» и «PANDA» не являются фонетически сходными, обозначения состоят из разного набора звуков, разного количества слов и слогов. Тождество частей обозначений «PANDA» не делает обозначения сходными ввиду наличия в заявленном обозначении дополнительного элемента «SCHOOL». Таким образом, фонетическое сходство отсутствует. Зрительное впечатление от заявленного обозначения существенно отличается от впечатления, производимого противопоставленными знаками. В заявленном обозначении присутствует дополнительный словесный элемент «SCHOOL», использован шрифт, отличающийся от стандартного шрифта в той степени, которая позволяет признать заявленное обозначение выполненным в оригинальной графической манере. Написание обозначения в одну строку показывает, что обозначение представляет собой одно словосочетание «PANDA SCHOOL», которое нельзя разделить, и, соответственно, воспринимается потребителем оно как единое словосочетание, а не просто отдельные слова «PANDA» и «SCHOOL». В то же время противопоставленные знаки выполнены либо оригинальным шрифтом с изобразительным элементом, либо стандартным шрифтом, благодаря чему различия между заявленным обозначением и противопоставленными знаками становятся гораздо виднее и существеннее. Таким образом, зрительное впечатление при взгляде

на эти шесть обозначений разнится, визуальное сходство как словесных, так и изобразительных элементов отсутствует;

- заявленное обозначение, благодаря добавленному слову «school», приобретает иной смысл в отличие от противопоставленных: школа панд/ школа панды. Соответственно, для потребителя заявленное обозначение и противопоставленные знаки не будут ассоциироваться друг с другом, поскольку в них вложен разный смысл, «школа панд» и «панда» имеют совершенно разные значения: слово «панда» обозначает просто животное, в то время как «школа панд» ассоциируется у человека с каким-то помещением, где учатся панды. Следовательно, название «PANDA SCHOOL» является оригинальным и фантазийным для заявленных товаров и услуг, и, увидев обозначения «PANDA SCHOOL» и «PANDA», человек не будет думать о том, что знаки могут принадлежать одному правообладателю. Таким образом, семантическое сходство обозначений отсутствует;

- в отношении товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ зарегистрировано значительное количество знаков со словесным элементом «PANDA» (свидетельства №714650, №714651, №535695, №530086, №639068, №664702, №№698942, №505217 и т.д.). Эти знаки были зарегистрированы благодаря наличию второго элемента, который в целом менял семантику словосочетания. То же самое прослеживается и в заявленном обозначении «PANDA SCHOOL», которое бесспорно воспринимается как единое словосочетание «Школа панд», имеющее свою оригинальную семантику и не вызывающее у потребителя четкой ассоциации с товарами для школы, а заставляющее его домысливать, что говорит о наличии различительной способности у словосочетания в целом.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 25, 26, 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (22.11.2021) поступления заявки №2021776432 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 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 пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, простые геометрические фигуры, линии, числа; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя;

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об

определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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.

Согласно пункту 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 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.

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 и состоит из словесных элементов «PANDA», «SCHOOL», выполненных стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, буква «А» в слове «PANDA» выполнена в виде стилизованного изображения панды. В нижней части знака помещены изобразительные элементы, напоминающие стилизованное изображение ветки бамбука. Анализ словарей основных европейских языков (см. www.dic.academic.ru, Англо-русский словарь Мюллера) показал, что словесный элемент «panda» переводится с английского на русский язык как «панда, кошачий медведь», словесный элемент «school» переводится с английского на русский язык как «школа, обучение, занятия в школе» и т.д. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в зеленом, черном, белом цветовом сочетании в отношении товаров 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамашы; гамашы короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха

[одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты», товаров 26 класса МКТУ «аппликации [изделия галантерейные]; банты галантерейные; бахрома; блестки для одежды; блочки обувные; бороды накладные; брелоки, не для ювелирных изделий и ключей; броши

[принадлежности одежды]; булавки для шляп, за исключением ювелирных изделий; булавки энтомологические; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; бусины, за исключением используемых для изготовления ювелирных изделий; венки из искусственных цветов; венки рождественские искусственные; венки рождественские искусственные с подсветкой; волосы накладные; волосы человеческие; галуны; гирлянды искусственные; гирлянды рождественские искусственные; гирлянды рождественские искусственные с подсветкой; грибок для штопки; держатели для рукавов; жабо [кружевные изделия]; зажимы для брюк велосипедистов; зажимы для волос; заколки для волос; заплаты для ремонта текстильных изделий, приклеиваемые путем нагревания; застежки для корсажей; застежки для обуви; застежки для одежды; застежки для подтяжек; застежки для поясов; застежки-липучки; застежки-молнии; застежки-молнии для сумок; знаки нагрудные не из драгоценных металлов; знаки номерные для участников спортивных состязаний; иглы; иглы вышивальные; иглы для гребнечесальных машин для шерсти; иглы для переплетных работ; иглы для шорного дела; иглы сапожные; иглы швейные; иглы штопальные; игольники; изделия басонные; изделия вышитые; изделия галантерейные, за исключением ниток; изделия декоративные для волос; изделия декоративные, текстильные, приклеиваемые нагреванием [галантерейные изделия]; изделия для отделки тканые, крученые или плетеные; изделия плетеные для отделки; изделия, вышитые золотом; изделия, вышитые серебром; катушки для намотки нитей для вышивания или шерсти [не части машин]; кисти [басонные изделия]; кнопки-застежки; коробки для принадлежностей для шитья и рукоделия; косы из волос; кромки ложные; крючки [галантерейные изделия]; крючки для вышивания; крючки для ковров; крючки для корсетов; крючки для обуви; ленты [басонные изделия]; ленты для волос; ленты и бантики для упаковки подарков небумажные; ленты клейкие двухсторонние для одежды; ленты клейкие для подтяжки груди; ленты наградные; ленты шляпные; ленты эластичные; метки бельевые буквенные; метки бельевые цифровые; метки бельевые цифровые или буквенные; наборы для шитья; накладки из искусственных волос; наперстки; нитковдеватели для игл; оборки для женской одежды; обручи для волос; пайетки;

папильотки бумажные; парики; перья [принадлежности одежды]; перья птиц [принадлежности одежды]; перья страусов [принадлежности одежды]; петли для одежды; пико [кружево]; пластинки из китового уса для корсетов; повязки для волос; повязки нарукавные; подвязки для занавесей; подплечики для одежды; подушечки для булавок; подушечки для игл; помпоны; приспособления для завивки волос, электрические и неэлектрические, за исключением ручных инструментов; пряжки [принадлежности одежды]; пряжки для обуви; пуговицы; пуговицы-эмблемы; растения искусственные, за исключением рождественских елок; розетки [басонные изделия]; рюши для одежды; сетки для волос; синель [басонные изделия]; спицы вязальные; тесьма для отделки одежды; украшения для обуви; украшения для одежды; украшения для шляп; усы накладные; фестоны [вышивка]; фрукты искусственные; футляры для игл; цветы искусственные; челноки для изготовления рыболовных сетей; шапочки для окраски волос; шилья портновские; шиньоны; шнурки для обуви; шнуры для одежды; шнуры шерстяные; шпильки для волос; шпильки для завивки волос; элементы жесткости для воротников», услуг 35 класса МКТ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; 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 в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; 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; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; 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 административная в вопросах тендера; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; 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 в целях покупки или продажи (для третьих

лиц); продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; 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; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; 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; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; 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 бизнесом временное; 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 коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; 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 составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; услуги розничной и оптовой продажи; 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».

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Как отмечалось выше, в состав заявленного обозначения входят словесные элементы «PANDA» и «SCHOOL». Указанные словесные элементы выполнены различными цветами (черным и зеленым), кроме того, вопреки доводам возражения, они не образуют собой словосочетания «школа панд». Указанное обосновывается тем, что в английском языке грамматически верным вариантом перевода словосочетания «школа панд» было бы словосочетание «panda's school» или «school of panda» (см., например, <https://www.native-english.ru/grammar/English-nouns-cases>). С учетом вышеизложенного, оснований рассматривать заявленное обозначение в качестве единого словосочетания, а именно, в значении, приведенном в возражении («школа панд») не имеется. В связи с изложенным, экспертиза заявленного обозначения правомерно проводилась по каждому элементу в отдельности.

В оспариваемом решении Роспатента указывается на то, что словесный элемент «SCHOOL» указывает на видовое наименование предприятия, назначение товаров 25 и 26 классов МКТУ, а также назначение части услуг 35 классов МКТУ. Следует отметить, что предоставление правовой охраны заявленному обозначению не испрашивается в отношении услуг, оказываемых предприятиями в сфере образования, обучения, в связи с чем у коллегии нет оснований для признания данного элемента указывающим на видовое наименование предприятия в отношении заявленных товаров и услуг.

Вместе с тем, коллегия находит обоснованными доводы, положенные в основу решения Роспатента об указании словесного элемента «SCHOOL» на назначение всех испрашиваемых к регистрации товаров 25 и 26 классов МКТУ, а также части услуг 35 класса МКТУ. Так, коллегия приняла во внимание существование различного вида школ (в том числе, спортивных, православных, школ по обучению рыболовству и т.д.), в связи чем при маркировке товаров 25 класса МКТУ, представляющих собой различные виды одежды, обуви, головных уборов у потребителя могут создаться правдоподобные представления, связанные с их назначением (для занятий в школе), кроме того, у потребителя могут создаться и правдоподобные представления с назначением испрашиваемых к регистрации товаров 26 класса МКТУ (о том, что они предназначены для ношения в школе, для школьных мероприятий и т.д.). Коллегия находит обоснованным довод Роспатента об описательности словесного элемента «SCHOOL» применительно к заявленным услугам 35 класса МКТУ, связанным с реализацией и продвижением товаров, поскольку при восприятии упомянутых видов услуг у потребителя может создаться представление о назначении данных услуг (направлены на товары для школы).

Что касается услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; 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; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; 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 связях с общественностью; менеджмент в области

творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; 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; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; 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; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; 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; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги РРС; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», то они никак не связаны с оказанием услуг школами, не могут быть связаны с товарами, имеющими соответствующее назначение. Следовательно, для данных услуг словесный элемент «SCHOOL» признается фантазийным и соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей», имеющих конкретную направленность, никак не связанную со школой, товарами для школы, словесный элемент «SCHOOL» способен ложно характеризовать указанные услуги, вызывая неверные представления об их назначении. Следовательно, в отношении упомянутых услуг словесных элемент «SCHOOL» не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Указанное заявителем не оспаривается.


Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в отношении всех заявленных товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ, а также товаров 26 класса МКТУ «аппликации [изделия галантерейные]; банты галантерейные; блески для одежды; броши [принадлежности одежды]; булавки для шляп, за исключением ювелирных изделий; булавки энтомологические; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; бусины, за исключением используемых для изготовления ювелирных изделий; держатели для рукавов; жабо

[кружевные изделия]; заплаты для ремонта текстильных изделий, приклеиваемые путем нагревания; знаки нагрудные не из драгоценных металлов; знаки номерные для участников спортивных состязаний; изделия вышитые; изделия галантерейные, за исключением ниток; изделия декоративные, текстильные, приклеиваемые нагреванием [галантерейные изделия]; изделия, вышитые золотом; изделия, вышитые серебром; ленты и бантики для упаковки подарков небумажные; ленты клейкие двухсторонние для одежды; ленты клейкие для подтяжки груди; ленты наградные; метки бельевые буквенные; метки бельевые цифровые; метки бельевые цифровые или буквенные; оборки для женской одежды; пайетки; перья [принадлежности одежды]; перья птиц [принадлежности одежды]; перья страусов [принадлежности одежды]; пико [кружево]; повязки нарукавные; помпоны; розетки [басонные изделия]; рюши для одежды; украшения для одежды; украшения для шляп; фестоны [вышивка]» ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены знаки (1-6), зарегистрированные на имя иных лиц.




Противопоставленный товарный знак «» (1) является комбинированным и состоит из словесных элементов «panda», «семейный парк развлечений», выполненных в три строки стандартным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов. В левой части знака помещено стилизованное изображение мордочки панды, при этом буквы «р» и «а» вписаны в мордочку. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ с исключением словесных элементов «парк семейных развлечений» из самостоятельной правовой охраны.




Противопоставленный товарный знак «» (2) является комбинированным и состоит из словесного элемента «PANDA», выполненного стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Над словесным элементом помещено стилизованное изображение лапки зверя. Правовая охрана знаку предоставлена в черном, розовом (маджента), синем, зеленом, желтом, белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров 25 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «» (3) является комбинированным и состоит из словесного элемента «PANDA», выполненного стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, в букву «d» вписано стилизованное изображение мордочки панды. Над словесным элементом помещено не охраняемое словосочетание «декоративные материалы». Композиция из словесных элементов вписана в прямоугольную рамку округлой формы. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «» (4) является комбинированным и состоит из словесного элемента «PANDA», выполненного стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита. Над словесным элементом помещено стилизованное изображение панды. Указанная композиция помещена на фоне прямоугольника голубого цвета. Правовая охрана знаку предоставлена в темно-синем и белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров 03 и 05 классов МКТУ.

Противопоставленный знак «PANDA» (5) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный знак «PANDA» (6) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, товаров 26 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и знаков (1-6) на предмет их сходства показал следующее.

Как отмечалось выше, заявленное обозначение является комбинированным и состоит из изобразительного и словесных элементов. Основную индивидуализирующую функцию в заявленном обозначении несут словесные элементы «PANDA» и «SCHOOL», которые, как отмечалось выше, не образуют словосочетания. При этом, прочтение заявленного обозначения и его запоминание начинается именно со словесного элемента «PANDA», помещенного в нем в начальной позиции.

Противопоставленные словесные и комбинированные знаки характеризуются включением в их состав словесных элементов «PANDA», являющихся единственными элементами знаков (5-6) или элементами, на которых акцентируется внимание потребителей в первую очередь в знаках (1-4). Так, восприятие элементов «семейный парк развлечений», «декоративные материалы» в составе знаков (1, 3) снижено в силу их композиционного расположения, а также неохраноспособного характера. Что касается изобразительных элементов знаков (1-4), то влияние графических элементов на запоминание знаков вторично, поскольку образ знаков и их запоминание определяется, главным образом, словесными элементами. Таким образом, элементами, несущими основную индивидуализирующую нагрузку в знаках (1-6) являются словесные элементы «PANDA».

Словесный элемент «PANDA» заявленного обозначения, а также элементы «PANDA» знаков (1-6) фонетически тождественны. Кроме того, данные словесные элементы способны вызывать одинаковые ассоциации при их восприятии,

связанные со словом «панда» (вид всеядных млекопитающих из семейства медвежьих со своеобразной чёрно-белой окраской шерсти).

Следует согласиться с заявителем в том, что заявленное обозначение и противопоставленные ему знаки (1-6) имеют графические отличия. Так, в состав заявленного обозначения и знаков (1-4) входят дополнительные изобразительные элементы, в состав заявленного обозначения и знаков (1, 3) включены дополнительные словесные элементы, шрифтовое исполнение словесных элементов заявленного обозначения и знаков (1-6) отличается, различно колористическое решение сравниваемых обозначений и т.д. Вместе с тем, следует отметить и графическое сходство заявленного обозначения и знаков (1-6), заключающееся в исполнении их словесных элементов буквами латинского алфавита. Наличие стилизованного изображения панд в составе заявленного обозначения и знаков (1, 3, 4) сближает их графически.

С учетом вышеизложенного, коллегия пришла к выводу о наличии сходства заявленного обозначения и знаков (1-6), установленное на основе фонетического и семантического тождества их словесных элементов «PANDA», который к тому же выполнен буквами латинского алфавита, что сближает обозначения визуально.

Анализ товаров и услуг, в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленному обозначению и зарегистрированы знаки (1-6), показал следующее.

Товары 25 класса МКТУ заявленного обозначения и знака (2) идентичны или обладают высокой степенью однородности ввиду отнесения их к одним родовым группам – одежда (и ее части), обувь (и ее части), головные уборы. Сравнимые виды товаров могут быть произведены одним лицом и реализовываться совместно.

Товары 26 класса МКТУ «insignes de boutonnière en métal» («значки на пуговицах металлические») знака (6) однородны заявленным товарам 26 класса МКТУ «аппликации [изделия галантерейные]; банты галантерейные; блески для одежды; броши [принадлежности одежды]; булавки для шляп, за исключением ювелирных изделий; булавки энтомологические; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; бусины, за исключением используемых для изготовления ювелирных изделий; держатели для рукавов; жабо [кружевные

изделия]; заплаты для ремонта текстильных изделий, приклеиваемые путем нагревания; знаки нагрудные не из драгоценных металлов; знаки номерные для участников спортивных состязаний; изделия вышитые; изделия галантерейные, за исключением ниток; изделия декоративные, текстильные, приклеиваемые нагреванием [галантерейные изделия]; изделия, вышитые золотом; изделия, вышитые серебром; ленты и бантики для упаковки подарков небумажные; ленты клейкие двухсторонние для одежды; ленты клейкие для подтяжки груди; ленты наградные; метки бельевые буквенные; метки бельевые цифровые; метки бельевые цифровые или буквенные; оборки для женской одежды; пайетки; перья [принадлежности одежды]; перья птиц [принадлежности одежды]; перья страусов [принадлежности одежды]; пико [кружево]; повязки нарукавные; помпоны; розетки [басонные изделия]; рюши для одежды; украшения для одежды; украшения для шляп; фестоны [вышивка]». Сравнимые товары относятся к общей родовой группе – изделия галантерейные, которые могут быть произведены одним лицом, реализовываться совместно в отношении одного круга потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и знака (1) совпадают или обладают высокой степенью однородности ввиду соотнесения их как род-вид, возможности оказания одним лицом в отношении одного круга потребителей.

Однородными признаются и услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; продвижение товаров для третьих лиц, в частности заявленных в 19 и 20 классах» знака (3), а также заявленные услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к продвижению любых товаров. Указанные услуги могут исходить из единого источника происхождения, быть взаимодополняемыми.

Услуги 35 класса МКТУ «продажа оптовая гигиенических препаратов; продажа розничная гигиенических препаратов» заявленного обозначения имеют конкретную направленность на гигиенические препараты, в связи с чем данные виды услуг признаются однородными по отношению к товарам 03 класса МКТУ «hygienic hankies impregnated with cosmetic liquid, cosmetics for children, namely baby powder, baby oil, baby shampoo» («гигиенические носовые платки, пропитанные косметической жидкостью, косметикой для детей, а именно детской присыпкой,

детским маслом, детским шампунем»), товарам 05 класса МКТУ «hygienic towels» («гигиенические полотенца») знака (4). По мнению коллегии, у потребителя могут создаться представления о едином источнике происхождения сравниваемых товаров и услуг, в связи с чем они могут быть спутаны потребителем.

Как в перечне противопоставленного знака (5), так и в заявленном перечне содержатся услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к рекламным услугам, услугам в сфере бизнеса и коммерческого администрирования, услугам конторским и секретарским, которые признаются однородными между собой ввиду отнесения к одним соответствующим родовым группам, а также ввиду возможности их оказания одним и тем же лицом.

Однородность сравниваемых видов товаров и услуг в возражении не оспаривается.

В отношении анализа однородности товаров и услуг, для которых испрашивается предоставление правовой охраны знаку заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (1-6), коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и знаков (1-6) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг. 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 (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений, а также высокая степень однородности сравниваемых товаров и услуг, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров и услуг, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте.

При этом для установления нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и заявленного обозначения обычными потребителями

соответствующих товаров, в связи с чем вывод о сходстве сравниваемых обозначений и об однородности вышеуказанных услуг, является достаточным основанием для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заявитель приводит примеры регистраций, включающих словесный элемент «PANDA» (свидетельства №714650, №714651, №535695, №530086, №639068, №664702, №№698942, №505217 и т.д.), которые были зарегистрированы при наличии противопоставлений (1-6), что, по его мнению, свидетельствует о возможности предоставления правовой охраны и заявленному обозначению. Вместе с тем, делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно с учетом обстоятельств каждого конкретного дела. При этом, следует отметить, что заявленное обозначение существенно отличается от приведенных заявителем регистраций тем, что слова «PANDA» и «SCHOOL» не образуют в нем единого словосочетания.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.03.2023, оставить в силе решение Роспатента от 16.01.2023.