


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 поступившее 17.07.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 874504, поданное Жуковой К.А., г. Борисоглебск, при этом установлено следующее.



Регистрация оспариваемого товарного знака «» с приоритетом от 24.08.2021 по заявке № 2021753677 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 06.06.2022 за № 874504 в отношении услуг 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), на имя Шамаева Р.И., г. Воронеж (далее – правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.07.2023, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 874504 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- спорный товарный знак содержит в своем составе словесный элемент «FLOWERS», который представляет собой слово английского языка и переводится на русский язык, как «цветы». С учетом семантического значения, соответствующий словесный элемент не обладает различительной способностью и является неохраноспособным в отношении услуг 35 класса МКТУ, как характеризующий услуги, указывающие на их вид/свойства/назначение. Соответствующий подход соответствует сложившейся практике Роспатента. Так, по результатам проведенного анализа было выявлено значительное количество товарных знаков, в которых словесный элемент «FLOWERS» («FLOWER») исключен из правовой охраны, в том числе, в отношении аналогичных услуг 35 класса МКТУ – например, товарные знаки по свидетельствам №№ 886495, 926147, 858311, 906744, 882090, 901583, 781515, 750265, 800107, 783497;

- неохраноспособный словесный элемент «FLOWERS» в составе товарного знака по свидетельству № 874504 занимает доминирующее положение;

- оспариваемый знак не соответствует положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса ввиду его сходства до степени смешения с заявкой №2021750250 с датой приоритета от 10.08.2021;

- заявителем по упомянутой заявке является Бусаргина А.Е. Однако, указанное обозначение было заявлено на регистрацию во взаимодействии с лицом, подавшим возражение, с целью последующего отчуждения товарного знака на имя Жуковой К.А. (фактически обозначение использовалось Жуковой К.А. для индивидуализации оказываемых услуг цветочных салонов);

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №874504 был заявлен на регистрацию 24.08.2021, заявитель – Шамаев Р. И. Решение о государственной регистрации товарного знака было принято 18.05.2022 без предварительного направления уведомления о результатах проверки соответствия;

- Шамаевым Р.И. был предъявлен иск к Жуковой К.А. о нарушении исключительных прав на товарный знак по свидетельству № 874504. В качестве доводов искового заявления было указано на то, что Жуковой К.А. при осуществлении коммерческой деятельности по продаже товаров «цветочные

букеты» использовалось обозначение «ХО FLOWERS» на странице в социальной сети Вконтакте <https://vk.com/x.o.flowers>, на странице в социальной сети инстаграм [@x.o.flowers](https://www.instagram.com/x.o.flowers), на сайте <https://xo-flowers.com/> (обозначение, аналогичное заявленному на регистрацию по заявке № 2021750250);

- по результатам рассмотрения искового заявления Арбитражным судом Воронежской области было принято решение от 12.04.2023 по делу № А14-13241/2022, которым было удовлетворено исковое заявление Шамаева Р.И. Судом фактически было установлено сходство обозначений (обозначения, заявленного на регистрацию по заявке № 2021750250, с обозначением, зарегистрированным в качестве товарного знака по свидетельству №874504), а также однородность осуществлявшейся Жуковой К.А. деятельности по составлению цветочных композиций и их реализации (товары и услуги, для которых было заявлено на регистрацию обозначение по заявке № 2021750250) с услугами 35 класса МКТУ, для индивидуализации которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак;

- на момент принятия решения о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021753677 (дата принятия решения о регистрации - 18.05.2022) заявка №2021750250 была активной, по ней не было принято решение об отказе в государственной регистрации (дата принятия решения об отказе в регистрации – 15.12.2022). Более того, согласно информации из «Открытых реестров» решение о государственной регистрации по заявке № 2021753677 было принято сразу (без направления уведомления о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства);

- таким образом, в ходе экспертизы заявленного обозначения по заявке №2021753677 не было проверено соответствие заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 6 статьи 1483 Кодекса - не была рассмотрена и учтена заявка на государственную регистрацию товарного знака по заявке №2021750250, имеющая более раннюю дату приоритета;

- оспариваемый знак вводит потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги. Лицо, подавшее возражение, начало использовать обозначение «ХО FLOWERS» ранее правообладателя спорного товарного знака,

что, в том числе, подтверждается сведениями из общедоступных источников о дате регистрации доменных имен. Так, доменное имя «xo-flowers.com», использовавшееся Жуковой К.А., было зарегистрировано 02.08.2021. Кроме того, к настоящему возражению прилагается письмо «Tilda Publishing», которым также подтверждается информация о дате регистрации доменного имени «xo-flowers.com». Доменное имя «xoflowers.ru», используемое Шамаевым Р. И., согласно сведениям общедоступного и общеизвестного сервиса «WHOIS» было зарегистрировано позже - 09.08.2021.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 874504 недействительным полностью.

В обоснование своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

1. Решение Арбитражного суда Воронежской области от 12.04.2023 по делу №А14-13241/2022;
2. Скриншоты страниц в социальных сетях и мессенджерах, содержащих обозначение, использовавшееся Жуковой К.А.;
3. Скриншот из сервиса «WHOIS» в отношении доменного имени «xo-flowers.com»;
4. Письмо Tilda Publishing;
5. Скриншот из сервиса «WHOIS» в отношении доменного имени «xoflowers.ru».

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, согласно которому:

- оспариваемый товарный знак соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Под понятием «вид услуг» подразумевается совокупность услуг определенной группы, объединенных общим назначением. К элементам, указывающим на вид услуг, относятся следующие: «торговые», «юридические», «строительство» и т.д. Под понятием «свойство услуги» подразумеваются присущие услуге свойства, ее особенные характеристики, в том числе носящие хвalebный характер;

- обозначение «FLOWERS» в целом не может быть однозначно воспринято потребителем, как прямо (не через ассоциации) описывающие вид, характеристики оспариваемых услуг. Кроме того, в силу того, что в целом наименование «XOFLOWERS», в том числе как общепринятое или общеизвестное, отсутствует в словарях и справочниках, озвученный подателем возражения довод о том, что обозначение является неохраноспособным, не основан на законе и материалами дела не подтверждается. С учетом вышеизложенного, оспариваемое обозначение является охраноспособным, так как является фантазийным относительно всех услуг, в отношении которых предоставлена правовая охрана;

- у лица, подавшего возражение, отсутствует заинтересованность в подаче возражения по основанию несоответствия товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку данное лицо не является заявителем по противопоставленной заявке №2021750250;

- представленные с возражением материалы не свидетельствуют о длительном и широком использовании обозначения «XOFLOWERS» в различных регионах Российской Федерации, в связи с чем у среднего российского потребителя могла бы сформироваться устойчивая ассоциативная связь между рассматриваемым обозначением и каким-либо лицом.

На основании вышеизложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №874504.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (24.08.2021) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 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, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 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.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 1 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, заявленными на

регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации.

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).

Согласно возражению, оспаривается предоставление правовой охраны



комбинированному товарному знаку «» по свидетельству №874504, зарегистрированному на имя Шамаева Р.И. в отношении услуг 35 класса МКТУ «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; 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 связей 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; оформление витрин; 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; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой

информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; 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 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; 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; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; 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 РРС; услуги административные по переезду предприятий; 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 планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; 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 телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

По мнению лица, подавшего возражение, товарный знак по свидетельству №874504 не соответствует, в том числе, требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно пункту 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицо, подавшее возражение, ведет предпринимательскую деятельность, предоставляя услуги цветочных салонов под обозначением «ХО FLOWERS».

Правообладателем к лицу, подавшему возражение, был предъявлен иск о нарушении исключительного права на оспариваемый товарный знак. Упомянутый иск был удовлетворен Арбитражным судом Воронежской области (1). При этом, по мнению лица, подавшего возражение, в состав оспариваемого знака входит словесный элемент «FLOWERS» оспариваемого товарного знака указывает на вид, свойства и назначение оспариваемых услуг 35 класса МКТУ, в связи с чем ему не может быть предоставлена самостоятельная правовая охрана. Указанное позволяет признать данное лицо заинтересованным в подаче возражения по приведенному основанию.

Оценка соответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показала следующее.

Оспариваемый товарный знак является комбинированным и включает в свой



состав элемент «XOFLOWERS», представляющий собой словесный элемент «XOFLOWERS». Данный словесный элемент выполнен в единой стилистике - одним регистром, одинаковым шрифтом, без пробелов, все буквы выполнены одинаковым цветом, в связи с чем у коллегии нет оснований для разделения данного словесного элемента на части «XO» и «FLOWERS», как на то указано в возражении. Анализ словарей основных европейских языков (см. www.dic.academic.ru) показал отсутствие лексических значений у словесного элемента «XOFLOWERS», что позволяет сделать вывод о его фантазийности и, следовательно, о том, что оспариваемый товарный знак не является характеризующим оспариваемые услуги 35 класса МКТУ.

Что касается возможности восприятия оспариваемого товарного знака в качестве описательной характеристики услуг 35 класса МКТУ, то соответствующий довод не подтвержден мнением среднего российского потребителя. Восприятие обозначения начинается с части «XO», которая расшифровывается как «extra old» - коньяк с минимальной выдержкой спиртов 6 лет и 10 лет, что никоим образом не позволяет прийти к выводу о том, что сочетание частей «XO» и «FLOWERS» имеет ту же семантику, что и просто «FLOWERS». Таким образом, не ясно, на какие именно характеристики услуг может указывать обозначение «XOFLOWERS».

С учетом изложенного, у коллегии нет оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак указывает на вид, свойства, назначение оспариваемых услуг 35 класса МКТУ «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; 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 связей 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; оформление витрин; 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; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; 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 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; 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; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения

о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; 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 PPC; услуги административные по переезду предприятий; 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 планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; 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 телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

Вместе с тем, даже если кто-то из потребителей выделит слово «FLOWERS» (от англ. «цветы») в составе оспариваемого знака, то следует отметить, что услуги

35 класса МКТУ, в том числе, относящиеся к продажам товаров, не детализированы, не содержат конкретных указаний на то, что они направлены непосредственно на цветы, следовательно, у коллегии отсутствуют основания для вывода о прямом указании данного слова на какие-либо характеристики услуг 35 класса МКТУ. Кроме того, лицом, подавшим возражение, не представлено сведений о том, что российские производители активно используют обозначение «FLOWERS» по отношению к соответствующим услугам 35 класса МКТУ, в связи с чем потребитель способен воспринимать данное слово в качестве описательных характеристик оспариваемых услуг.

С учетом вышеизложенного, коллегия приходит к выводу о неубедительности доводов возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Оценка охраноспособности товарных знаков со словесным элементом «FLOWERS», приведенных в возражении, не является предметом рассмотрения настоящего возражения.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 874504 оспаривается лицом, подавшим возражение, и по основанию, предусмотренному пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак ассоциируется с обозначением, используемым им при оказании услуг 35 класса МКТУ, в силу чего регистрация товарного знака по свидетельству №874504 вводит потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги. В связи с изложенным Жукова К.А. признается заинтересованной в подаче возражения по основанию, предусмотренному пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

В отношении мотивов возражения, касающихся несоответствия оспариваемого знака требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Сам по себе товарный знак по свидетельству №874504 не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося предшествующего опыта.

Факт использования обозначения до приоритета оспариваемого товарного знака иным лицом не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Для вывода о возможности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара в связи с тем, что конкретное обозначение ранее использовалось иным лицом, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между конкретным обозначением, использовавшимся на товарах, и предшествующим производителем этих товаров.

В рамках изложенного довода лицом, подавшим возражение, были представлены документы (2-4). Анализ указанных материалов не позволяет коллегии прийти к выводу о том, что оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, по следующим причинам.

Так, лицом, подавшим возражение, представлены данные о том, что оно является регистратором доменного имени www.xoflowers.ru (3-4), что само по себе не свидетельствует о его известности, посещаемости потребителями. Распечатки из социальных сетей и мессенджеров (2) не датированы, в связи с чем не представляется возможным соотнести размещенную в них информацию с датой приоритета оспариваемого знака.

Каких-либо иных материалов, подтверждающих активное и интенсивное использование обозначения «XOFLOWERS», высокие объемы оказания услуг под данным обозначением представлено не было. Кроме того, материалы возражения не содержат данных о затратах на рекламу услуг правообладателя, об участии им в выставках под исследуемым обозначением.


Возражение не содержит независимых источников информации (например, маркетинговых исследований или данных социологического опроса), которые однозначно бы свидетельствовали об осведомленности средним российским потребителем о лице, подавшем возражение, как изготовителе товаров (веревки, привязей, шнуров и т.д.), в связи с чем существовала бы принципиальная возможность восприятия услуг, содержащихся в перечне оспариваемой регистрации, как относящихся к Жуковой К.А. Документов, свидетельствующих о фактическом введении потребителя в заблуждение, также не представлено.

С учетом вышеизложенного, у коллегии отсутствуют основания для вывода о возникновении (и сохранении) у потребителей стойкой ассоциативной связи между лицом, подавшим возражение, и обозначением, используемым им в качестве средства маркировки оказываемых им услуг.

Таким образом, основания для удовлетворения настоящего возражения по пункту 3 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Правовая охрана товарному знаку по свидетельству №874504 оспаривается также в связи с его несоответствием требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в



связи с его сходством до степени смешения обозначением «» по заявке №2021750250.

Следует отметить, что лицо, подавшее возражение, не является заявителем по противопоставленной заявке №2021750250 (правовая охрана испрашивалась на имя Бусаргиной А.Е.). Изложенное позволяет коллегии сделать вывод об отсутствии у Жуковой К.А. необходимой заинтересованности в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 874504 по определенному правовому основанию для отказа в государственной регистрации товарного знака, предусмотренному пунктом 6 статьи 1483 Кодекса, связанному с вопросом о столкновении исключительных прав на товарные знаки, охраняемые непосредственно на имя конкретных лиц (правовая охрана которым испрашивается

на имя определенных лиц). С учетом указанного выше фактического обстоятельства, коллегия не усматривает наличия у лица, подавшего возражение, заинтересованности в рамках сходства оспариваемого товарного знака с противопоставленной ему заявкой №2021750250 в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса, что является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения. Довод возражения о том, что заявка №2021750250 была подана Бусаргиной А.Е. с целью дальнейшей передачи прав на нее Жуковой К.А. не подтверждена материалами данной заявки.

Таким образом, у коллегии отсутствуют основания для удовлетворения настоящего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.07.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №874504.