

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения × возражения □ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №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 16.06.2021, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Р-брокер», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №668247, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2017731547 с приоритетом от 03.08.2017 зарегистрирован 28.08.2018 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за №668247 в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя ООО «РБ», Москва (далее – правообладатель).

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное



обозначение «^{Рейтинг Букмекеров}», состоящее из прямоугольника, на фоне которого расположены буквы «РБ», выполненные стандартным шрифтом, под которыми расположены словесные элементы «Рейтинг Букмекеров», выполненные стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 16.06.2021 поступило возражение, в котором изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №668247 предоставлена в нарушение требований, установленных пунктом 1, пунктом 2, пунктом 3 и пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак состоит из прямоугольника и букв «Р» и «Б», выполненных стандартным шрифтом, и не образующих словесную единицу, а также словосочетания «Рейтинг Букмекеров», не являющегося описательным по отношению к услугам, для которых зарегистрирован товарный знак, поскольку оно является общеизвестным термином, используемым всеми операторами рынка однородных услуг, то все обозначение в целом не обладает различительной способностью;

- указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, однако, и прямоугольник и буквы «Р» и «Б», а также словосочетание «Рейтинг Букмекеров» занимают доминирующее положение в товарном знаке, поэтому обозначение, состоящее только из неохраноспособных элементов, в силу статьи 1483 Кодекса не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака;

- словосочетание «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» означает «классификация (ранжирование) букмекерских контор или частных лиц, принимающих ставки). В России наиболее авторитетным является «Рейтинг

букмекеров» или «Рейтинг букмекерских контор» (что означает одно и то же), который на протяжении нескольких лет составляет Аналитическая группа «РБК Исследования рынков»;

- словесное обозначение «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» используется многими букмекерами и букмекерскими конторами длительное время в сети интернет на принадлежащих им интернет сайтах, которые в т.ч. являются зарегистрированными электронными СМИ;

- обозначение «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» - это общеизвестный и общеупотребительный термин, который используется на рынке букмекерских услуг практически всеми операторами рынка и исследовательскими агентствами, занимающимися исследованиями в области букмекерских услуг, и поэтому термин «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» не может быть зарегистрирован в качестве охраноспособного обозначения в составе товарного знака, т.к. является неохранным элементом товарного знака в силу пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- лицом, подавшим возражение, было представлено лингвистическое исследование, которое подтверждает позицию заявителя о том, что обозначение «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» - это общеизвестный и общеупотребительный термин, который повсеместно используется на рынке букмекерских услуг многими операторами рынка и исследовательскими агентствами, занимающимися исследованиями в области букмекерских услуг, и поэтому термин «РЕЙТИНГ БУКМЕКЕРОВ» не может быть зарегистрирован в качестве охраноспособного обозначения в составе товарного знака;

- такой же позиции придерживается Роспатент при регистрации заявок на товарные знаки, в которые включен словесный элемент «Рейтинг», который указывается в составе товарного знака как неохранный элемент;

- обозначение «РБ» в стандартном написании используется в качестве аббревиатуры названия субъекта Российской Федерации – Республики Башкортостан, аббревиатура «РБ» используется в качестве официального

сокращения названия Республики Башкортостан. Сокращение «РБ» также присутствует в официальных документах;

- поскольку аббревиатура «РБ» используется субъектом РФ Республикой Башкортостан на правительственных интернет-порталах, то их деятельность относится к следующим классам услуг включая их, но не ограничиваясь:

35 класс МКТУ – информация деловая; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; согласование деловых контрактов для третьих лиц;

38 класс МКТУ - обеспечение доступа к базам данных;

41 класс МКТУ - публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; фоторепортажи;

- таким образом, использование аббревиатуры «РБ» в стандартном написании с одной стороны, является ложным или способным ввести в заблуждение потребителя относительно услуги, либо ее изготовителя, а с другой стороны противоречит общественным интересам, так как регистрация товарного знака по свидетельству №668247 произведена без разрешения правительства Республики Башкортостан для услуг, которые оказывают государственные органы этой республики;

- на сайте Правительства РБ размещены планы работы министерств Республики Башкортостан, в которых все министерства и подведомственные организации в своем названии имеют аббревиатуру «РБ» - Министерство образования и науки РБ, Минспорт РБ, Минкультуры РБ, Дом правительства РБ и т.д.;

- кроме того необходимо принять во внимание, что товарный знак по свидетельству №668247 зарегистрирован для таких услуг 41 класса МКТУ как «игры азартные; предоставление услуг игровых залов; услуги казино

[игры]]». И использование аббревиатур «РБ» для таких видов услуг и открытие в Республике Башкортостан игровых залов и тотализаторов, на вывесках которых будет красоваться аббревиатура «РБ» является недопустимым и противоречит общественным интересам;

- ООО «Р-брокер» является правообладателем товарного знака по свидетельству №435202 с приоритетом от 25.06.2010, который был зарегистрирован 14.04.2011 для услуг 35, 38, 41 классов МКТУ;

- указанный товарный знак является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком, поскольку в сравниваемых товарных знаках заложена одинаковая идея и имеются сходные элементы;

- услуги 35, 38 и 41 классов МКТУ оспариваемого товарного знака являются однородными с услугами 35, 38 и 41 классов МКТУ противопоставленного товарного знака;

- кроме того, Роспатент придерживается такой же позиции, как и лицо, подавшее возражение, относительно неохраноспособности обозначений, включающих изображение цветного прямоугольника и неохраноспособного элемента, что подтверждается Решением Роспатента по заявке №2018709480



по обозначению , где обозначению было отказано в регистрации, поскольку оно состоит из неохраноспособных элементов;

- Суд по интеллектуальным правам по делу СИП-827/2020 выражает аналогичный подход и приходит к выводу о том, что словесный элемент «BARREL» не воспринимается в качестве фантазийного элемента, несмотря на его выполнение буквами латинского алфавита, а является специальным термином, характеризующим заявленные на регистрацию товары 4-го класса МКТУ.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №668247 недействительной в отношении всех услуг 35, 38, 41 классов МКТУ.

К возражению были приложены следующие материалы:

1. информация с сайта Правительства РБ;
2. информация с сайта <https://kad.arbitr.ru> Картотека арбитражных дел;
3. информация о шрифте с сайта <https://www.myfonts.com>;
4. Решение Роспатента № 2020В02290;
5. Постановление по делу СИП-827/2020;
6. - 21. Распечатки из сети интернет;
- 22-26. Товарные знаки;
27. Лингвистическое заключение.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №668247 представляет собой сочетание двух букв «РБ», выполненных в белом цвете на прямоугольнике голубого цвета. Элемент «РБ» является нарисованным элементом, самостоятельно разработанным дизайнером;

- словесный элемент «РБ» носит фантазийный характер, не имеет определенную семантику и обладает оригинальной и запоминающейся графикой, в связи с чем, товарный знак способен выполнять индивидуализирующую функцию;

- относительно словесного элемента «Рейтинг Букмекеров» правообладатель сообщает, что указанный элемент не характеризует услуги, в отношении которых зарегистрирован товарный знак и носит ассоциативный характер;

- довод о том, что словесный элемент «Рейтинг Букмекеров» является общеупотребимым термином не может быть признан состоятельным, поскольку лицом, подавшим возражение, в доказательство своей позиции

представлены только статьи СМИ, в тексте которых употребляется данное словосочетание, не являясь средством индивидуализации;

- лингвистическое заключение не может быть принято во внимание, поскольку специалист, сделавший заключение, не является специалистом или экспертом в области интеллектуальной собственности и не может оценивать обозначение по критериям охраноспособности;

- касаясь отсылки лицом, подавшим возражение, на Решение Роспатента по заявке №2018709480 и Постановление Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2021г. по делу № СИП-827/2020, обращаем внимание, что данные доказательства не могут быть применимы в рамках настоящего делопроизводства, поскольку в рамках рассмотрения указанной заявки №2018709480 словесный элемент «BARREL» был признан Роспатентом неохраняемым по причине несоответствия подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса в силу того, что данный элемент носит описательный характер;

- в то же время словесный элемент «РБ» носит фантазийный характер, не имеет определенную семантику и обладает оригинальной и запоминающейся графикой, в связи с чем, товарный знак способен выполнять индивидуализирующую функцию;

- более того, по результатам рассмотрения заявления о признании недействительным решения Роспатента от 08.07.2020г. об отказе в удовлетворении возражения на решение об отказе в государственной регистрации в качестве товарного знака обозначения «BARREL» по заявке №2018709480, Судом по интеллектуальным правам была предоставлена правовая охрана обозначению в отношении услуг 35-го класса МКТУ;

- касаясь довода лица, подавшего возражение, относительно того, что обозначение «РБ» используется в качестве аббревиатуры субъекта РФ - Республики Башкортостан и способно ввести в заблуждение потребителя относительно услуги либо ее изготовителя, правообладатель считает, что

указанный довод является необоснованным и не подтвержденным документально;

- правообладатель считает, что довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак является сходным с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №435202, несостоятелен, так как сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения, поскольку производят совершенно различные общие зрительные впечатления;

- таким образом, не возникает угроза того, что потребитель будет воспринимать одно из сравниваемых обозначений за другое, либо полагать, что они принадлежат одному изготовителю. Данные обозначения также не вызывают ассоциацию друг с другом в целом;

- согласно сведениям, расположенным в открытых источниках в сети Интернет, ООО «Р-брокер» является агентством интернет-рекламы и осуществляет деятельность, связанную с созданием рекламных кампаний, настройкой систем аналитики и отчетности рекламной кампании, анализом рекламных проектов и поисков площадок для размещения рекламы;

- в то же время правообладатель товарного знака по свидетельству №668247 является владельцем крупного новостного портала «Рейтинг Букмекеров», который имеет выдающуюся популярность среди потребителей. На указанном новостном портале ежедневно публикуется информация в области спорта, а также разработанный по уникальной технологии рейтинг букмекерских компаний;

- таким образом, возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих услуг одному производителю, исключается.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 16.06.2021 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 668247.

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

С учетом даты приоритета (03.08.2017) оспариваемого товарного знака правовая база для рассмотрения возражения включает в себя 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. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, включающих обозначения, воспроизводящие государственные гербы, флаги и другие символы и знаки, сокращенные или полные наименования международных и межправительственных организаций, их гербы, флаги, другие символы и знаки.

Такие элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если на это имеется согласие соответствующего компетентного органа.

В соответствии с пунктом 36 Правил на основании пункта 2 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 Кодекса, или сходным с ними до степени смешения.

Согласно подпункту 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о противоречии обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения

непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

В соответствии с пунктом 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; 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;

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в 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 настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №668247 представляет



собой комбинированное обозначение «^{Рейтинг Букмекеров}», состоящее из прямоугольника, на фоне которого расположены буквы «РБ», выполненное оригинальным шрифтом, под прямоугольником расположены словесные элементы «Рейтинг Букмекеров», выполненные стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Знак выполнен в белом, черном, голубом цветовом сочетании. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оспариваемый товарный знак содержит в своем составе словосочетание «Рейтинг Букмекеров». Данное словосочетание состоит из двух слов «Рейтинг» и «Букмекеров», связанных друг с другом по смыслу.

Данные слова означают:

«Рейтинг» - [англ. rating - оценка; ранг] - 1) соц. индивидуальный числовой показатель уровня оценок личности общественного деятеля, его относительной популярности и репутации; выводится на основании социологических анкет и опросов; 2) экон. кредитный р. - оценка кредитоспособности заемщика; выражается через специально рассчитываемый индекс, в зависимости от уровня риска;

«Букмекеров» - Букмекер (англ. bookmaker) — профессия профессионального спорщика, занятого приёмом денежных ставок на различные предстоящие события (чаще всего спортивные) с заранее

оговоренными выигрышами, а также выплатой выигрышей. Букмекеры принимают ставки при игре на скачках и бегах, на результаты различных спортивных, политических, культурных, финансовых, погодных и прочих событий. Для букмекера важно уметь хорошо прогнозировать (самостоятельно или на основании других прогнозов) предполагаемые вероятности событий, на которые принимаются ставки, и будущую популярность различных ставок среди потенциальных клиентов, см. Интернет, словари, <https://dic.academic.ru>.

Таким образом, словосочетание «Рейтинг Букмекеров» носит ассоциативный характер и может восприниматься потребителями как оценка неких букмекерских контор, отобранных по нескольким параметрам.

Однако, довод лица, подавшего возражение о том, что словосочетание «Рейтинг Букмекеров» является общеупотребимым термином, является несостоятельным, поскольку в возражении были представлены только статьи, в которых данное словосочетание употребляется по тексту в различных статьях СМИ, а не в качестве средства индивидуализации чего-либо (названия организации, имени собственного).

Представленное лингвистическое заключение, также не может быть принято во внимание, поскольку специалист в данной области не является специалистом в области интеллектуальной собственности и не может оценивать обозначение по критериям охраноспособности.

Таким образом, в материалах возражения не содержится сведений о том, что словосочетание «Рейтинг Букмекеров» характеризует услуги 35, 38, 41 классов МКТУ.

Относительно прямоугольника, на фоне которого расположены буквы «РБ».

Как уже отмечалось выше, оспариваемый товарный знак состоит из прямоугольника голубого цвета, на котором расположено сочетание двух букв «РБ», выполненных оригинальным шрифтом в белом цвете.

В целом, композиция создает впечатление вырезанных букв из бумаги (прямоугольника).

Таким образом, композиция указанных букв на фоне прямоугольника имеет оригинальное графическое исполнение, в связи с чем, заявленное обозначение способно выполнять индивидуализирующую функцию товарного знака.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №668247 противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 2 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Лицо, подавшее возражение, утверждает что обозначение «РБ» в стандартном написании используется в качестве аббревиатуры названия субъекта Российской Федерации - Республики Башкортостан.

Однако, коллегия отмечает следующее.

Указанный довод является необоснованным и не подтвержденным документально, поскольку из представленной информации лицом, подавшим возражение (1), нельзя прийти к выводу о том, что оспариваемый товарный знак будет противоречить общественным интересам и ассоциироваться потребителями с субъектом Российской Федерации - Республикой Башкортостан.

Так, сочетание букв «РБ» может иметь множество различных расшифровок (Аббревиатура «РБ» может означать: Республика Болгария. Республика Беларусь. Республика Башкортостан. Республика Бурятия. Разгонный блок. Радиационная безопасность. Разрывной болт. Реле буксования. Рейд Босс, см. Интернет, словари, kartaslov.ru).

Также, коллегия отмечает, что из указанных доводов, нельзя прийти к выводу о заинтересованности лица, подавшего возражение, то есть, не ясно

каким образом затрагиваются его интересы даже в случае восприятия обозначения «РБ» в качестве наименования Республики Башкортостан.

Также, относительно доводов возражения о несоответствии товарного знака по свидетельству №668247 требованиям, предусмотренным пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

Способность введения в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №668247 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно товаров, ни относительно его изготовителя, поскольку не несет в себе информации о товаре и его изготовителе.

Кроме того, документов, подтверждающих факт того, что потребители ассоциируют продукцию, маркированную оспариваемым товарным знаком, с Республикой Башкортостан, не представлено.

Относительно доводов возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака пункту 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 435202 [1] является комбинированным и состоит из стилизованного изображения квадрата, на фоне которого расположены латинские буквы «Rb», выполненное оригинальным шрифтом. Знак выполнен в черном, голубом, белом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении товаров услуг 35, 38, 41 классов МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] показал, что сравниваемые обозначения содержат в своем составе сочетание букв «РБ»/«Rб», которые являются согласными буквами и сами по себе не образуют словесного характера.

Следует пояснить, что простому сочетанию букв, не имеющему словесного характера и оригинального графического исполнения, правовая охрана не может быть предоставлена, однако, в данном случае, сравниваемые обозначения имеют оригинальную графику.

Как уже отмечалось выше, оспариваемый товарный знак состоит из прямоугольника голубого цвета, на котором расположено сочетание двух заглавных букв «РБ», выполненных оригинальным шрифтом в белом цвете.

В целом, композиция выполнена в стиле минимализма и создает впечатление вырезанных букв из бумаги.

Противопоставленный товарный знак [1] состоит из стилизованного изображения квадрата, содержащего оттеночные вкладки, на фоне которых расположены буквы «Rб», выполненные оригинальным шрифтом, причем, одна буква «R» является заглавной и выполнена латинским алфавитом прописным шрифтом, а вторая - «б» является строчной и выполнена русским алфавитом прописным шрифтом.

Таким образом, сравниваемые знаки имеют различное композиционное построение, обусловленное тем, что словесные элементы «РБ»/«Rб»

выполнены в различной графической манере (квадратные буквы/прописные буквы), разными алфавитами, в связи с чем, являются графически несходными.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что сопоставляемые обозначения имеют явные графические отличия, выполнены в различной графической манере и не ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их несходстве.

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

информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых 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 почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; 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; 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 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 манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по сравнению цен; услуги рекламные <оплата за клик>; услуги 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» оспариваемого товарного знака являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «реклама, менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям; организация выставок в коммерческих или

рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; прогнозирование экономическое; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; публикация рекламных текстов; продажа аукционная; представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров [для третьих лиц]; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; распространение образцов; сбор информации по компьютерным базам данных; сбор и предоставление статистических данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; экспертиза деловая» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одному виду услуг – услугам по продаже и продвижению товаров, имеют одно назначение и круг потребителей.

Услуги 38 класса МКТУ «агентства печати новостей; вещание беспроводное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; телеконференции; услуги по передаче потока данных; радиовещание; передача цифровых файлов; передача видео по запросу; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 38 класса МКТУ «телекоммуникации; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение дискуссионными формами в Интернете; обеспечение доступа в Интернет [услуги провайдеров]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; передача сообщений, передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача срочных объявлений; передача телеграмм; почта электронная; прокат аппаратуры для передачи сообщений, прокат времени

доступа к сетям всемирной информационной сети; прокат модемов; связь с использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; телеконференции [Интернет]» противопоставленного товарного знака [1], поскольку либо полностью совпадают, либо соотносятся как род/вид, относятся к услугам телекоммуникации, имеют одно назначение, круг потребителей.

Услуги 41 класса МКТУ «бронирование билетов на зрелищные мероприятия; игры азартные; информация по вопросам развлечений; информация по вопросам отдыха; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями, незагружаемыми; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация лотерей; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы <видео по запросу>; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; проведение фитнес-классов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечения;

редактирование текстов; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; услуги казино [игры]; услуги по распространению билетов [развлечение]; публикация интерактивной книг и периодики; фоторепортажи; фотографирование» оспариваемого товарного знака являются однородными услугами 41 класса МКТУ «воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; обеспечение интерактивными электронными публикациями [незагружаемыми]; программирование спортивных состязаний; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивной книг и периодики; формирование цифрового изображения» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к услугам по развлечению и обучению, соотносятся как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей.

Однако, услуги 41 класса МКТУ «аренда теннисных кортов» оспариваемого товарного знака не являются однородными с указанными выше услугами 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к иному виду услуг и имеют иное назначение.

Вместе с тем, при установленном несходстве заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком [1] вывод об однородности товаров и услуг не повлияет на отсутствие смешения знаков в гражданском обороте.

Таким образом, основания для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении, указанного выше перечня товаров и услуг отсутствуют.

Относительно приведенных в возражении примеров решения Роспатента по заявке №2018709480 и Постановления Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2021 по делу № СИП-827/2020, которые, с точки зрения лица, подавшего возражение, могут косвенно свидетельствовать о возможности признания оспариваемого товарного знака несоответствующим пункту 1 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает то, что

данная информация касается иного обозначения, делопроизводство по которому велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому обозначению.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 16.06.2021, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №668247.