



классов МКТУ Роспатентом было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака (далее – решение Роспатента).

Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- со словесным товарным знаком «ANGEVI TRADING», зарегистрированным под № 408496 (с приоритетом от 07.04.09, продлен до 07.04.29) на имя Общества с ограниченной ответственностью "Научно-внедренческий центр Агроветзащита", 129329, Москва, Игарский пр-д, д. 4, стр. 2, для однородных услуг 35 класса МКТУ (см. открытые реестры, <http://www1.fips.ru/registers-web/>);

- с комбинированным товарным знаком «ANGEVI PROFESSIONAL», зарегистрированным под № 346741 (с конв. приоритетом от 11.09.06, продлен до 25.10.26) на имя Пospelова Андрея Павловича, ул. Героев Труда, 50, кв. 83, г. Харьков, 61135, Украина, для однородных товаров 03 класса МКТУ (см. открытые реестры, <http://www1.fips.ru/registers-web/>).

Следует отметить, что заявителем была оплачена пошлина за регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака, в результате чего ему было присвоено свидетельство №951711.

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

- заявленное обозначение имеет оригинальное графическое исполнение, вследствие чего заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки создают различное общее впечатление, по-разному воспринимаются потребителями, что само по себе не позволяет считать их сходными до степени смешения;

- заявленный словесный элемент «ANGIVIE» и словосочетания «ANGEVI TRADING» и «ANGEVI PROFESSIONAL» противопоставленных товарных знаков

не имеют словарных значений, в связи с чем сравнение их по семантическому критерию невозможно;

- сравниваемые словесные элементы «ANGIVIE» и «ANGEVI» имеют разное количество слогов, звуков, букв, по-разному произносятся;

- противопоставленные товарные знаки содержат дополнительные словесные элементы, что уменьшает степень сходства между ними;

- правообладателем противопоставленного товарного знака по свидетельству №346741 получено письменное согласие на регистрацию и использование на территории Российской Федерации заявленного обозначения по заявке №2022728762 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03 класса МКТУ;

- правообладатель товарного знака по свидетельству №408496 не использует свой товарный знак на территории Российской Федерации;

- заявитель активно использует заявленное обозначение в отношении косметической продукции, за 1 год и 3 месяца было продано 9 798 товаров, реализуются товары через сайт Вайлдберриз, потребители оставляют отзывы, большинство из которых положительные, что работает на репутацию заявленного обозначения и уменьшает вероятность смешения с противопоставленными знаками.

На основании вышеизложенного заявитель просит пересмотреть решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

К материалам дела был приложен оригинал письма-согласия от правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №346741 [1].

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты (04.05.2022) поступления заявки №2022728762 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 требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение. Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание. Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.


Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их 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).

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное




обозначение «», содержащее словесный элемент «Angivie», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, а также изобразительный элемент в виде стилизованного изображения женщины в пол-оборота, изображенное контурными линиями. Указанные элементы расположены в разомкнутом кольце. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в оттенках жёлтого, темно-серо-жёлтого, чёрного цветах.

В заявленном комбинированном обозначении основным элементом является словесный элемент «Angivie», поскольку он легче всего запоминается и на нем акцентирует свое внимание потребитель при восприятии обозначения.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №346741 представляет



собой комбинированное обозначение «», включающее в себя стилизованное изображение головы женщины в профиль с развивающимися волосами и опирающейся на свои руки. Под указанным изображением расположены одно под другим словесные элементы «ANGEVI» и «PROFESSIONAL», разделенные горизонтальной чертой, выполненные заглавными буквами латинского алфавита. Словесный элемент «PROFESSIONAL» является неохраноспособным элементом обозначения. Правовая охрана товарному знаку предоставлена, в том числе в отношении товаров 03 класса МКТУ.

В отношении вышеуказанного противопоставления коллегия принимает во внимание обстоятельства, которые не могли быть учтены при принятии решения Роспатента от 24.04.2023, а именно представленное правообладателем товарного

знака по свидетельству №346741 согласие [1] на использование и регистрацию заявленного обозначения по заявке №2022728762 в отношении всех заявленных товаров 03 класса МКТУ.

Исходя из приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений, регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, допускается при наличии согласия их правообладателя в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение. В этой связи необходимо отметить следующее.

Исходя из требований, предусмотренных законодательством, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если: 1. заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству; 2. противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем; 3. противопоставленный товарный знак является коллективным товарным знаком.

Так, заявленное обозначение и противопоставленный знак не тождественны, имеют отдельные визуальные различия, при этом противопоставленный товарный знак не является коллективным товарным знаком.

Таким образом, наличие письма-согласия [1] от правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №346741, возможность предоставления которого предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии введения потребителя в заблуждение, позволяет снять противопоставление по данному знаку. В этой связи заявителем преодолены препятствия для регистрации заявленного обозначения по заявке №2022728762 в отношении части товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №408496 представляет собой словесное обозначение «**ANGEVI** trading», в котором слово «ANGEVI» выполнено заглавными буквами латинского алфавита жирным шрифтом, а слово «trading» выполнено строчными буквами латинского алфавита и является неохраноспособным элементом обозначения. Правовая охрана товарному знаку предоставлена, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

При сравнительном анализе сходства словесного элемента заявленного обозначения «Angivie» и словесного элемента «ANGEVI» противопоставленного товарного знака коллегией была установлена высокая степень их фонетического сходства. Сопоставляемые обозначения имеют близкое звучание и фонетическое тождество начальных частей обозначений [Ang-] и [ANG-], с которых начинается прочтение и запоминание знака потребителями. Более того, фонетическое сходство обеспечивается наличием близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близостью звуков, составляющих обозначения, одинаковым расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений, близостью состава гласных и согласных звуков.

Вышеуказанный вывод о фонетическом сходстве словесных элементов сравниваемых обозначений может быть достаточным для вывода о вероятности смешения.

Отсутствие сведений о семантике сравниваемых словесных элементов обозначений не позволяет коллегии провести анализ по семантическому признаку сходства.

С точки зрения визуального признака сходства сопоставляемые словесные элементы «Angivie» и «ANGEVI» являются сходными, поскольку выполнены буквами одного алфавита. Визуальное сравнение слов свидетельствует о тождественном графическом написании большинства букв, входящих в состав сравниваемых обозначений, в связи с чем коллегия приходит к выводу о графическом сходстве обозначений. Вместе с тем коллегия отмечает, что ввиду



того, что противопоставленный товарный знак является словесным, графический критерий, в данном случае, не является определяющим.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия констатирует сходство заявленного обозначения и противопоставленного ему товарного знака по свидетельству №408496, установленное на основе высокой степени фонетического сходства словесных элементов «Angivie» и «ANGEVI».

Следует учесть, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Сравнительный анализ однородности услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых экспертизой было отказано в государственной регистрации заявленного обозначения и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству №408496, показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов

рекламных сценариев; обзоры печати; обновление рекламных материалов; 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 подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; 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 торговых интернет-площадок 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая

почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; 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 процессами обработки заказов товаров; услуги ррс / услуги рекламные "оплата за клик"; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная» являются однородными услугами 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, информация деловая, исследования в области бизнеса и маркетинга, консультации по управлению и организации бизнесом, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, продвижение товаров [для третьих лиц], публикация рекламных текстов, распространение образцов и

рекламных материалов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление процессами обработки заказов на покупки, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], экспертиза деловая» противопоставленного товарного знака по свидетельству №408496, поскольку они соотносятся друг с другом как род-вид, относятся к одним родовым группам «услуги рекламные, услуги по продвижению товаров для третьих лиц различными способами, изучение рынка, услуги в сфере бизнеса», следовательно, они имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, имеют одинаковый круг потребителей.

Однородность сравниваемых услуг в возражении не оспаривается.

В отношении анализа однородности услуг, для которых испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности этих услуг. При этом, смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) услуг или при низкой степени однородности услуг, 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 услуг, что может привести к высокой вероятности смешения данных 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 услуг, 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.

В возражении указывается на то, что правообладатель противопоставленного товарного знака по свидетельству №408496 не использует свой товарный знак, в связи с чем, по мнению заявителя, отсутствует вероятность смешения сравниваемых видов услуг в гражданском обороте Российской Федерации. Однако, данный довод не может быть принят во внимание коллегией, поскольку в рамках рассмотрения настоящего возражения о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, устанавливает тождество или сходство сравниваемых обозначений, а также анализируются перечни товаров и услуг, в отношении которых испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению и зарегистрирован противопоставленный знак, а не фактически осуществляемая деятельность.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 23.08.2023, изменить решение Роспатента от 24.04.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022728762.**