

ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. № 321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 № 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 подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 24.03.2020 возражение, поданное ООО «ЭКО», Санкт-Петербург (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 749661, при этом установлено следующее.



vet.city

по заявке

Оспариваемый комбинированный товарный знак № 2019747050 с приоритетом от 19.09.2019 зарегистрирован 05.03.2020 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 749661 на имя ООО «ВЕТ СИТИ ЦЕНТР», 129164, Москва, Зубарев пер., 7 (далее – правообладатель) в отношении услуг 35, 41, 43, 44, 45 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в сине-белом цветовом сочетании. Срок действия регистрации – до 19.09.2029.

Согласно описанию, приведенному в материалах дела, оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение, содержащее изображение в виде стилизованной галочки, под которым расположен фантазийный словесный

элемент «vet.city», выполненный строчными печатными буквами латинского алфавита. Транслитерация – «вет.сити».

В поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 24.03.2020 возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 749661 товарного знака [1] произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицу, подавшему возражение, принадлежит исключительное право на словесный товарный знак **СИТИВЕТ** по свидетельству № 493040 с приоритетом от 12.04.2012 [2];
- согласно ЕГРЮЛ основным видом деятельности лица, подавшего возражение, является ветеринария, к дополнительным видам деятельности относится торговля. Также имеется лицензия (дата начала действия – 14.12.2016) на отпуск, хранение лекарственных средств для ветеринарного применения, розничную торговлю;
- лицо, подавшее возражение, осуществляло ранее и осуществляет в настоящее время деятельность, однородную тем товарам и услугам, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак [1];
- словесный элемент оспариваемого товарного знака [1] «vet.city» (транслитерация - «вет.сити»), является сложносоставным и образован путем сокращения словосочетания на английском языке «veterinary city», что в переводе на русский язык означает: «ветеринарный город»;
- фонетическое сходство сравниваемых товарных знаков [1] и [2] обусловлено тем, что словесные обозначения «ситивет» и «вет.сити» содержат в себе совпадающие звуки, общее количество слогов – три, слоги «си», «ти», «вет»;
- смысловое сходство определяется на основании подобия заложенных в обозначениях понятий, идей. Оба словесных обозначения «ситивет» и «вет.сити» указывают на ветеринарную деятельность;
- в поисковой системе «Яндекс» среди результатов поиска на первом месте будет сайт клиники «Ситивет» лица, подавшего возражение, а на втором месте - сайт ветеринарного центра «Vet.city» правообладателя;

- лицо, подавшее возражение, не предоставляло согласия на использование кем-либо на территории Российской Федерации принадлежащих ему прав на противопоставленный товарный знак [2];
- услуги 35, 43, 45 классов МКТУ оспариваемого товарного знака [1] не связаны с ветеринарной деятельностью в целом, что противоречит пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса, в связи с чем, существует потенциальная возможность введения потребителя в заблуждение относительно индивидуализируемых оспариваемым товарным знаком [1] услуг и лица их оказывающих.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 749661 в отношении всех услуг, указанных в перечне свидетельства.

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

- выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ЭКО» - [3];
- скриншоты результатов поиска по слову «Ситивет» в поисковой системе «Яндекс» - [4];
- сведения о лицензии № РСН 78-16-3-000497 фарм. - [5].

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, доводы которого сведены к следующему:

- правообладателем приведены выдержки из судебной практики, действующего законодательства и т.д.;
- заинтересованность лица, подавшего возражение, имеется только на услуги 35 класса МКТУ «продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей», услуги 44 класса МКТУ «уход за животными; уход за комнатными животными; помочь ветеринарная; лечение с помощью животных (зоотерапия)», поскольку прослеживается деятельность, аналогичная услугам, указанным в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству № 749661;

- сведения из ЕГРЮЛ по оказанию лицом, подавшим возражение, иных видов деятельности, таких как, «деятельность по дополнительному профессиональному образованию прочая, не включенная в другие группировки», носят информационный характер;
- для услуг 41, 43, 45 классов МКТУ заинтересованность лица, подавшего возражение, в его подаче не прослеживается;
- словесные элементы «vet.city» воспроизводят часть фирменного наименования правообладателя. Оспариваемый товарный знак [1] является комбинированным, помимо словесных элементов содержит изобразительный элемент в виде знака сердца, выполненного синим цветом. Противопоставленный товарный знак [2] является словесным и не содержит каких-либо изобразительных элементов;
- словесный элемент «vet.city» в товарном знаке [1] означает «ветеринарный город» или «город ветеринаров», т.е. некое (фантазийное) место, в котором «живут / находятся» специалисты ветеринарии и где животное всегда сможет найти помочь. Словесный элемент «СИТИВЕТ» является изобретенным словом, не имеющее смыслового значения. К тому же представляется неясным из каких составных элементов состоит изобретенное слово «СИТИВЕТ» («СИТ» «И» «ВЕТ», «СИ» «ТИ» «ВЕТ», «СИ» «ТИВЕТ», «СИТ» «ИВЕТ» и т.п.). С учетом изложенного выше можно прийти к выводу о различии семантических образов, порождающих сравниваемыми знаками [1] и [2];
- сопоставляемые словесные элементы сравниваемых знаков [1] и [2] прочитываются по-разному, что отличает знаки по фонетическому признаку. Обозначение «vet.city» выполнено буквами латинского алфавита, в связи с чем, средний российский потребитель, не знающий какого-либо иностранного языка, может прочитать его по-разному (например, как «вет сити» и «вет ситу»). «СИТИВЕТ» представляет собой единый, ничем не делимый словесный элемент, ударение падает на какой-то один гласный звук. Кроме того, не совпадает расположение букв и звуков, слогов, ударения, начальные части сравниваемых элементов абсолютно различны по звучанию. Отличия есть и в окончаниях

сравниваемых обозначений: «СИТИВЕТ» оканчивается закрытым слогом, а в конце обозначения «vet.city» стоит открытый слог;

- оспариваемый товарный знак [1] является комбинированным, изобразительный элемент в виде знака сердца выполнен синим цветом, характерен для ветеринарии, является простым, но оригинальным и запоминающимся. Символ «сердце» и его цветовое решение, были выбраны с целью обратить внимание потенциального потребителя на то, что в клиниках правообладателя животные найдут не просто необходимую медицинскую помощь, но и любовь, заботу ветеринарного персонала. Символ «синего» сердца означает абсолютно равную любовь ко всем животным, нуждающимся в медицинской помощи и уходе, вне зависимости от породы и т.п., и постоянную готовность эту помощь оказать. Изобразительный элемент акцентирует на себе внимание в первоначальный момент исходя из общей композиции знака, а затем потребитель обращает внимание на словесный элемент, поскольку «острым концом» значка аналогично «стрелке» указателя обращен на словесный элемент «vet.city»;

- на всех видах сувенирной продукции присутствует изобразительный элемент в виде сердца. Правообладатель преследует цель сделать узнаваемым графический элемент оспариваемого товарного знака таким образом, чтобы «фирменное» синее сердце компании стало ассоциироваться исключительно с ООО «ВЕТ СИТИ ЦЕНТР», даже в отсутствие словесного элемента;

- противопоставленный товарный знак «СИТИВЕТ» [2] выполнен кириллическим стандартным шрифтом, в то время как словесный элемент «vet.city» товарного знака [1] выполнен с помощью латинских букв, словесные элементы имеют различное цветовое оформление и выполнены разными шрифтами, отличающимися визуально;

- при той степени внимательности, которая требуется от среднего потребителя, определяемой, в частности, ценовой категорией и характером (спецификой) ветеринарных услуг, не являющихся услугами каждого дня спроса, вероятность смешения в сознании потребителей таких услуг и лиц, их оказывающих, существенно снижается (исключается), что свидетельствует об отсутствии реальной угрозы смешения сравниваемых товарных знаков;

- в материалах дела отсутствуют доказательства фактического смешения сравниваемых товарных знаков (социологический опрос и т.п.);
- учитывая разные виды товаров и услуг, их назначение, следует констатировать отсутствие однородности между товарами 05, 31 классов МКТУ противопоставленного знака [2] и услугами 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака [1];
- услуги 44 класса МКТУ относятся, в том числе, к ветеринарным услугам, которые подразумевают лечение животных и уход за животными. Что же касается присмотра за домашними животными, то они осуществляются приютами или пансионатами для животных. Следовательно, сопоставляемые услуги (44, 43, 45 классы МКТУ) отличаются видом, назначением, условиями оказания услуг и их нельзя признать однородными;
- словесный элемент «СИТИВЕТ» отсутствует как в фирменном наименовании лица, подавшего возражение, так и в его доменном имени;
- товарный знак [2] в том виде, в котором он зарегистрирован, лицом, подавшим возражение, не используется. На различных Интернет-ресурсах используется иное обозначение: словесный элемент «СИТИВЕТ» (выполнен кириллическим шрифтом, отличающимся от шрифта, использованного в противопоставленном товарном знаке [2], а также присутствует изобразительный элемент в виде образов кота и собаки, между которыми размещены здания);
- процедура ребрендинга и попытки зарегистрировать фактически используемое лицом, подавшим возражение, обозначение по сути, являются недобросовестными действиями и представляют собой злоупотребление правом;
- не представлено сведений и доказательств широкой известности товарного знака «СИТИВЕТ» [2]. Потребительский рынок лица, подавшего возражение, ограничен Санкт-Петербургом. В то же время правообладатель осуществляет свою деятельность на территории Москвы. То есть, оба лица имеют свою несвязанную клиентскую базу. Названные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии возможности вызвать смешение у потребителей между товарными знаками [1] и [2],

а также возможности введения в заблуждение относительно источника происхождения услуг;

- работа алгоритма поисковой системы не является показателем смешения товарных знаков. Результаты поиска могут определяться местоположением того, кто осуществляет поиск. Если осуществить набор слова «ситивет» в поисковой строке «Гугл», то первая страница результатов вообще не содержит в себе упоминание клиники правообладателя;

- ограничивающих изображений и словесных элементов оспариваемый товарный знак [1] не содержит. Указание на конкретный вид услуг или деятельности («ветеринарная клиника», «ветеринарная больница» и т.п.) в оспариваемом товарном знаке [1] отсутствует. В этой связи правообладатель не лишен возможности индивидуализировать не только собственно лечебные услуги и уход за животными, но и иные услуги, в той или иной степени связанные с животными;

- иных сведений о том, что словесный или изобразительный элементы товарного знака [1] каким-либо образом могут порождать в сознании потребителя несоответствующее действительности представление о качестве ветеринарных и сопутствующих им услуг, о лице их оказывающих, месте их оказания, материалы возражения не содержат;

- лицом, подавшим возражение, не представлено документов в части противоречия оспариваемого товарного знака [1] общественным интересам, принципам гуманности и морали.

На основании изложенного правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 749661.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- презентация «Разработка визуального стиля» - [5];
- скриншоты экрана - [6];
- выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ВЕТ СИТИ ЦЕНТР» - [7].

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Подача возражения была осуществлена от ООО «ЭКО», Санкт-Петербург, которое осуществляет ветеринарную деятельность под обозначением «СитиВет» [4] и которому принадлежит исключительное право на товарный знак [2], сходный, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым товарным знаком [1]. Указанное свидетельствует о заинтересованности лица, подавшего возражение, в его подаче.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 24.03.2020, коллегия установила следующее.

В соответствии с пунктом 2 (1) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1-5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

В соответствии с пунктом 2 (2) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6 и 7 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку [1] по свидетельству № 749661 в отношении услуг 35, 41, 43, 44, 45 классов МКТУ была осуществлена 05.03.2020. Подача возражения произведена с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку [1] на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

С учетом даты приоритета (19.09.2019) оспариваемого товарного знака [1], правовая база для оценки его охраноспособности включает 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно требованиям пункта 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.

Согласно требованиям 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 заявлении обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (1) – (3) настоящего пункта.

Признаки, перечисленные в подпунктах (1) – (3) настоящего пункта, 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 и т.д.

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).



vet.city

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 749661 представляет собой комбинированное обозначение, словесный элемент которого «vet.city» выполнен строчными буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Изобразительный элемент в виде стилизованного сердца расположен над словесным элементом «vet.city». Знак [1] зарегистрирован в отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей»,

41 класса МКТУ «организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов (обучение); организация и проведение образовательных форумов невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов (учебных или развлекательных)», услуг 43 класса МКТУ «пансионы для животных», услуг 44 класса МКТУ «уход за животными; уход за комнатными животными; помошь ветеринарная; лечение с помощью животных (зоотерапия)», услуг 45 класса МКТУ «присмотр за домашними животными» в сине-белом цветовом сочетании.

Анализ оспариваемого товарного знака [1] с точки зрения его соответствия требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Сам по себе оспариваемый товарный знак [1] ложной информации относительно услуг, либо их изготовителя не несёт. Кроме того, словесный элемент «vet.» оспариваемого знака [1] способен вызывать ассоциации с ветеринарией, услугами по уходу и лечению животных («vet» – в переводе с английского языка на русский язык «ветеринар, ветеринарный». См. электронный словарь: <https://translate.yandex.ru/>). Услуги 43, 44, 45 классов МКТУ связаны с уходом, лечением, присмотром за животными. Услуги 35 класса МКТУ знака [1] представляют собой услуги по продажам фармацевтических, ветеринарных, гигиенических и медицинских принадлежностей, которые могут относиться, в том числе, и к области ветеринарии. Услуги 41 класса МКТУ знака [1] связаны с образовательной деятельностью, которая также может относиться к образованию, повышению квалификации ветеринаров. Таким образом, каких-либо недостоверных ассоциаций знак [1] относительно услуг, либо лица, их предоставляющих, не несет.

Из скриншотов результата поиска по слову «Ситивет» в поисковой системе «Яндекс» [4] следует, что на дату подачи возражения стороны спора оказывают услуги в области ветеринарии под обозначениями «СитиВет» и «Vet.City». Вместе с тем, документального подтверждения того, что потребители в действительности путают данные обозначения, не разделяют их и, вследствие чего, вводятся в

заблуждение относительно товара или его изготовителя, как на дату приоритета, так и на дату подачи возражения, лицом, подавшим возражение, представлено не было.

В связи с изложенным выше, довод возражения о том, что правовая охрана оспариваемому товарному знаку [1] предоставлена с нарушением требований, регламентированных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, коллегия считает недоказанным.

Анализ оспариваемого товарного знака [1] с точки зрения его соответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный в возражении товарный знак **СИТИВЕТ** по свидетельству № 493040 с приоритетом от 12.04.2012 [2] представляет собой словесное обозначение, выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарного знака [2] действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 05, 31, услуг 41, 44 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Сравниваемые услуги 41 класса оспариваемого товарного знака [1] и товарного знака [2] либо идентичны («организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов (обучение); организация и проведение семинаров; организация конкурсов (учебных или развлекательных)»), либо соотносятся как род (вид) «услуги воспитательно-образовательные», имеют общее назначение (для учебных целей), круг потребителей (студенты, обучающиеся, специалисты, повышающие квалификацию и т.д.), что свидетельствует об их однородности.

Сравниваемые услуги 44 класса МКТУ оспариваемого товарного знака [1] и товарного знака [2] либо идентичны («помощь ветеринарная; уход за животными; уход за комнатными животными»), либо имеют близкое назначение (лечение, профилактика), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Услуги 43 и 45 классов МКТУ оспариваемого товарного знака [1] связаны с уходом за животными, в связи с чем, коррелируют с услугами 44 класса МКТУ «помощь ветеринарная; услуги ветеринарных клиник; услуги питомниковедов; уход

за животными; уход за комнатными животными» товарного знака [2], в связи с чем, являются однородными.

Указанные обстоятельства обуславливают возможность возникновения у потребителя представлений об оказании сравниваемых выше услуг одним лицом.

Товары 05, 31 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [2] относятся непосредственно к производству лекарственных, ветеринарных средств, фармацевтических препаратов, химикатов, медицинских средств, фунгицидов, гербицидов, кормовых продуктов и т.д. Производство – это сложный энергоемкий технологический процесс, включающий множество различных операций. Производитель товаров осуществляет изготовление продукции и не может быть конкурентом на рынке ритейлеров, которые сами товаров не производят. Под вывеской магазина, аптеки могут продаваться товары самых различных производителей, каждый из которых проставляет на продукции свой товарный знак. В торговле товары переходят из сферы обращения в сферу потребления, то есть становятся собственностью покупателя. Таким образом, основная функция магазина, аптеки – торговая. При этом покупатель четко осознает разницу между производственным и торговым предприятиями. Таким образом, услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака [1], представляющие собой услуги розничных продаж, не являются однородными товарам 05, 31 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [2], относящихся непосредственно к их производству.

Указанное свидетельствует об отсутствии принципиальной возможности возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых товаров 05, 31 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ одному производителю.

Таким образом, правовая охрана оспариваемому товарному знаку [1] предоставлена в отношении услуг 41, 43, 44, 45 классов МКТУ, являющихся однородными части услуг 41, 44 классов МКТУ, указанных в перечне противопоставленного товарного знака [2].

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака [1] и противопоставленного товарного знака [2] показал следующее.

Сравнительный анализ по фонетическому критерию сходства словесных элементов «vet.city» оспариваемого товарного знака [1] и «СИТИВЕТ» противопоставленного товарного знака [2] показал, что имеются различия в их произношении, обусловленное тем, что начало и окончание звукового ряда сравниваемых элементов не совпадает. Так, элемент «vet.city» знака [1] произносится как «вет.сити», точка посередине разделяет произношение словесных частей, ударение падает как на гласную «е» в элементе «vet./вет.», так и на первый слог в слове «city/сити». Противопоставленный товарный знак [2] представляет собой единое неделимое слово, произносимое целиком, ударение падает на последний слог.

Сопоставительный анализ по смысловому критерию сходства словесных обозначений показал следующее. Словесный элемент «vet.city» знака [1] с учетом значения слов «vet» и «city» в английском языке имеет смысловое значение «ветеринарный город» или «город ветеринаров». При этом иных смысловых ассоциаций при восприятии знака [1] не возникает, его смысл очевиден. Противопоставленный товарный знак [2] не имеет лексического значения, выполнен стандартным шрифтом и представляет собой фантазийную конструкцию.

При сравнении оспариваемого товарного знака [1] с противопоставленным товарным знаком [2] по признакам графического сходства отмечается визуальное отличие, обусловленное разным зрительным впечатлением: знак [1] выполнен в сине-белом цветовом сочетании, содержит изобразительный элемент в виде стилизованного сердца, словесный элемент «vet.city» выполнен оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, слова разделены точкой; знак [2] является словесным, при его написании использован стандартный шрифт и буквы русского алфавита, каких-либо изобразительных элементов данный товарный знак не содержит.

Таким образом, с учетом всех выше перечисленных доводов можно сделать вывод об отсутствии сходства до степени смешения оспариваемого товарного знака [1] с противопоставленным товарным знаком [2]. Изложенное свидетельствует о

соответствии произведенной регистрации знака [1] требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 35, 41, 43, 44, 45 классов МКТУ.

С учетом отсутствия сходства однородные услуги 41, 43, 44, 45 классов МКТУ, маркируемые сравниваемыми товарными знаками [1] и [2], не будут смешиваться в гражданском обороте.

Доводы правообладателя об использовании товарного знака [2] не в том виде, как он зарегистрирован, не относятся к существу спора.

Оценка действий лица, подавшего возражение, в части недобросовестной конкуренции и злоупотребления гражданскими правами не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.03.2020, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 749661.