

**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 22.05.2023, поданное Акционерным обществом "ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС ГОРИЗОНТ", город Ростов-на-Дону (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021756716 при этом установила следующее.


**Горизонт**  
**Life&Style**

Обозначение « **Life&Style** » по заявке №2021756716 подано 06.09.2021 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 классов МКТУ.


Роспатентом 27.01.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021756716 в отношении всех заявленных товаров и услуг 16, 41 классов МКТУ.

В отношении услуг 35 класса МКТУ в регистрации обозначения по заявке №2021756716 было отказано в связи с установленным сходством до степени смешения со следующими товарными знаками:


**ГОРИЗОНТ**  **CORIZONT**

- «  » по свидетельству №377795 с датой приоритета 09.11.2007, срок действия продлен до 09.11.2027, зарегистрированного на имя ЗАО "Горизонт", 115114, Москва, 2-й Кожевнический пер., 12, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

**Горизонт**

- «  » по свидетельству №367624 с датой приоритета 18.10.2007, срок действия продлен до 18.10.2027, зарегистрированного на имя ПАО "Производственное объединение "Горизонт", 606130, Нижегородская обл., Павловский р-н, рабочий поселок Тумботино, ул. Октябрьская, 145, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

**LIFE**  **STYLED**

- «  » по международной регистрации №1380037 с датой конвенционного приоритета 22.08.2016, зарегистрированного на имя NOAH Company Ltd. 6-10-17 Akasaka, Minato-ku Tokyo 107-0052, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Учитывая вышеизложенное, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака/знака обслуживания в отношении услуг 35 класса МКТУ на основании положений, предусмотренных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 22.05.2023 поступило возражение на решение Роспатента.

Заявитель не согласен с выводами о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, при этом приводит доводы о графических отличиях по расположению словесных элементов в две или в одну строки, разной

длине звукового ряда, где в заявленном обозначении звуковой ряд длиннее, чем в противопоставленных товарных знаках.

Также заявитель обращает внимание на отсутствие однородности испрашиваемого перечня услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ противопоставленного знака по международной регистрации №1380037.

Кроме того, заявитель обращает внимание на то, что он является

правообладателем товарных знаков  «ГОРИЗОНТ», »,

 «ГОРИЗОНТ»,  «ГОРИЗОНТ CINEMA & EMOTION», » по свидетельствам №№353589, 658100, 622854, 730780, 730779.

Таким образом, по мнению заявителя, наличие у него серии товарных знаков со словесным элементом «Горизонт», а также обозначенные отличия заявленного обозначения от зарегистрированных товарных знаков позволяют установить отсутствие сходства до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-3].

На основе вышеизложенного выражена просьба изменить решение Роспатента от 27.01.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021756716 в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ.

Изучив материалы дела, заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (06.09.2021) поступления заявки №2021756716 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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.

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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил 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 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.


Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака словесное обозначение

**Горизонт**  
**Life&Style**

«**Горизонт**  
**Life&Style**» по заявке №2021756716 выполнено стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении следующих товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ.

Противопоставленный комбинированный товарный знак [1]

**ГОРИЗОНТ**  **GORIZONT**

«**ГОРИЗОНТ**  **GORIZONT**» по свидетельству №377795 с датой приоритета 09.11.2007, состоит из словесных элементов «ГОРИЗОНТ» / «GORIZONT», выполненных буквами латинского и русского алфавитов, а также из изобразительного элемента в виде логотипа и вертикальной полосы. Правовая

охрана товарному знаку предоставлена в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

Противопоставленный комбинированный товарный знак [2]

«**ГоризОНТ**» по свидетельству №367624 с датой приоритета 18.10.2007, выполнен буквами русского алфавита, где буква «о» содержит внутри графический элемент. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

**LIFE/STYLED**

Противопоставленный товарный знак [3] «**LIFE/STYLED**» по международной регистрации №1380037 с датой конвенционного приоритета 22.08.2016, выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку на территории Российской Федерации предоставлена в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В оспариваемом решении в качестве препятствующих регистрации оснований перечислены несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ обозначения по заявке №2021756716 требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

**Горизонт**

Сходство заявленного обозначения «**Life&Style**» по заявке №2021756716

с противопоставленными товарными знаками [1] «**ГОРИЗОНТ-ГОРИЗОНТ**», [2]

«**ГоризОНТ**» основывается на вхождении словесных элементов противопоставленных знаков в заявленное обозначение. Следовательно, с фонетической точки зрения, сопоставляемые обозначения имеют высокую степень сходства, так прочтение заявленного обозначения начинается со словесного элемента «ГОРИЗОНТ», являющегося единственным словесным элементом противопоставленных товарных знаков [1-2]. Указанные заключения равным

Горизонт

Life&Style» и

образом применимы при сравнении заявленного обозначения «

LIFE/STYLED

противопоставленного товарного знака [3] «

слова «life style» и «life styled» отличающиеся на одну букву, являются фонетически сходными, близки к тождеству при произношении.

При этом расположение словесных элементов заявленного обозначения в две строки, а не в одну, не устраняет тождества слова «горизонт» в сопоставляемых обозначениях и сходства слов «life style» и «life styled».

В отношении семантики обозначений, коллегия указывает на то, что слово «ГОРИЗОНТ» и слова «life style», которые в переводе с английского языка на русский имеют значение «стиль жизни», не образуют друг другом словосочетания, в котором слово «горизонт» воспринималось бы иным образом, отличным от его общего словарного значения, а слово «Горизонт», напротив, качественно не изменяет смысловое восприятие словесных элементов «life style».

Следовательно, несмотря на увеличение длительности звукового ряда заявленного обозначения за счет присутствия в нем трех слов вместо одного или двух, как в противопоставленных товарных знаках, вхождение в его состав словесных элементов, образующих товарные знаки [1-3] свидетельствует о возможном восприятии заявленного обозначения как продолжения серии товарных знаков правообладателей противопоставленных товарных знаков.

Таким образом, сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [1-3] является высокой, близкой к тождеству за счет фонетического, семантического сходства сопоставляемых обозначений.

Анализ однородности испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ соответствующим услугам в перечне противопоставленных товарных знаков [1-3] показал следующее.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых

*ярмарок; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; прокат торговых автоматов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама телевизионная; реклама почтой; макетирование рекламы; маркетинг; обновление рекламных материалов; разработка рекламных концепций; оформление витрин; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; производство рекламных фильмов; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги пррс; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» представляет собой услуги рекламы и продвижения товаров.*

Данные услуги однородны услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе торговля оптовая и розничная; реклама; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка товаров и услуги предприятиям)» противопоставленного товарного знака [1], услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; продвижение товаров [для третьих лиц]; управление процессами обработки заказов на покупки; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [2], а также услугам 35 класса МКТУ «Retail services or wholesale services for pharmaceutical, veterinary and sanitary preparations and medical supplies; retail services or wholesale services for cosmetics, toiletries, dentifrices, soaps and detergents; retail services or wholesale services for bladed or pointed hand tools, hand tools, hardware; retail services or wholesale services for woven fabrics and beddings; retail services or wholesale



*services for clothing; retail services or wholesale services for diapers; retail services or wholesale services for personal articles; retail services or wholesale services for kitchen equipment, cleaning tools and washing utensils; retail services or wholesale services for furniture; retail services or wholesale services for joinery fittings; retail services or wholesale services for tatami mats; retail services or wholesale services for ritual equipment; retail services or wholesale services for bags and pouches; retail services or wholesale services for footwear other than special footwear for sports; retail services or wholesale services for paper and stationery; retail services or wholesale services for printed matter (Услуги по розничной или оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными и санитарно-гигиеническими препаратами и товарами медицинского назначения; розничные или оптовые услуги по продаже косметики, туалетных принадлежностей, средств для ухода за зубами, мыла и моющих средств; услуги розничной или оптовой торговли ручным инструментом с лезвием или заостренным кончиком, ручным инструментом, скобяными изделиями; услуги розничной или оптовой торговли ткаными тканями и постельными принадлежностями; розничные услуги или оптовые услуги по продаже одежды; розничные услуги или оптовые услуги по продаже подгузников; розничные услуги или оптовые услуги по продаже предметов личного пользования; розничные услуги или оптовые услуги по кухонному оборудованию, чистящим средствам и моющим средствам; розничные услуги или оптовые услуги по продаже мебели; услуги розничной торговли или оптовые услуги столярной фурнитуры; розничные услуги или оптовые услуги по продаже матов татами; розничные услуги или оптовые услуги по ритуальному оборудованию; розничные услуги или оптовые услуги по сумкам и мешочкам; услуги по розничной или оптовой торговле обувью, кроме специальной обуви для спорта; розничные услуги или оптовые услуги по продаже бумаги и канцелярских товаров; розничные услуги или оптовые услуги по печатной продукции)»* противопоставленного товарного знака [3]. Сопоставляемые услуги относятся к родовой группе услуг по реализации и продвижению товаров, имеют общее назначение (повышение узнаваемости товара, доведение до потребителя), условия оказания (рекламными агентствами, магазинами), круг потребителей.



В отношении доводов заявителя об отсутствии признаков однородности между испрашиваемым перечнем услуг 35 класса МКТУ и услугами противопоставленного знака [3] коллегия отмечает, что перечень услуг противопоставленного знака по реализации товаров конкретизирован перечнем реализуемых товаров, а испрашиваемый перечень услуг по продвижению и реализации не конкретизирован, следовательно, потенциально включает в себя реализацию товаров любого вида, в том числе, и тех, которые поименованы в противопоставленном знаке [3].

Учитывая изложенное коллегия приходит к выводу о высокой степени однородности испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-3].

Принимая во внимание установленную степень сходства сопоставляемых обозначений, а также высокую степень однородности услуг 35 класса МКТУ, обозначение по заявке №2021756716 является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-3], следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ, так как такая регистрация не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении доводов заявителя о том, что ввиду принадлежности ему серии знаков со словесным элементом «горизонт», данное обстоятельство должно быть учтено в качестве основания для снятия противопоставлений коллегия установила следующее.

Товарные знаки  «горизонт»,  «ГОРИЗОНТ CINEMA & EMOTION»,  «ГОРИЗОНТ CINEMA & EMOTION» по свидетельствам №№622854, 730780, 730779 не содержат в перечне услуг 35 класса МКТУ, поэтому не образуют серии именно для услуг 35 класса.

Товарные знаки  «MEGACENTR ГОРИЗОНТ»,  «МЕГАПЛЕКС ГОРИЗОНТ CINEMA & EMOTION» по свидетельствам №№353589, 658100 зарегистрированы в отношении услуг 35 класса МКТУ,

однородных испрашиваемым в период, предшествующий регистрации противопоставлений [1-3], однако, данное обстоятельство не позволяет полностью исключить вероятность смешения в отношении услуг 35 класса МКТУ сопоставляемых сходных до степени смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3].

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.05.2023, оставить в силе решение Роспатента от 27.01.2023.**