

ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454), рассмотрела возражение, поступившее 03.06.2025, поданное Закрытым акционерным обществом «СОФТЛАЙН ИНТЕРНЕЙШНЛ», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024753539, при этом установила следующее.

Комбинированное обозначение « слметрикс» по заявке №2024753539 с приоритетом от 17.05.2024 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09, 16 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 13.02.2025 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024753539 только в отношении части услуг 35 класса МКТУ, а в отношении товаров 09, 16, другой части услуг 35, услуг 41, 42 классов МКТУ было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака ввиду несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия

требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение является сходным до степени смешения с товарными знаками:

- «METRIX» по свидетельству №648293 с приоритетом от 02.06.2017 в отношении товаров 16 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 16 класса МКТУ [1];

- « Metrix» по свидетельству №769164 с приоритетом от 05.04.2019 в отношении товаров и услуг 09, 35, 41, 42 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 09, 35, 41, 42 классов МКТУ [2].

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 03.06.2025 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого, сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком ни фонетически, ни семантически, ни графически;

- заявитель скорректировал заявленный перечень товаров и услуг, в связи с чем считает, что оставшиеся товары и услуги не являются однородными товарам и услугам противопоставленных товарных знаков.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2024753539 в качестве товарного знака в отношении следующих товаров и услуг:

09 - аппараты кассовые; компьютеры; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные; компьютерная периферия; обеспечение программное, записанное; контент мультимедийный; контент цифровой; обеспечение программное, загружаемое; платежные терминалы; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютерной техники, записанные; программы для компьютерной техники, загружаемые; программы операционные для компьютерной техники, записанные; программы операционные для компьютерной техники, загружаемые; серверы компьютерные; серверы облачные; серверы баз данных компьютерных;

35 - обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление деловой информации через веб-сайты; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; редактирование рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; рассылка рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных;

41 - академии [обучение]; аккредитация [сертификация] образовательных достижений; обучение, в том числе онлайн обучение; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; предоставление информации в области образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; разработка учебных материалов; разработка учебного контента; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление услуг по обучению и проведению образовательных экзаменов, являющихся услугами по сертификации образования; проведение обучения и образовательных экзаменов [услуги по сертификации образования]; сертификация учебных программ и курсов;

42 - аренда программного обеспечения; инсталляция программного обеспечения; исследования и разработки в области прикладного программирования; исследования технологические; консультации в области информационных технологий, за исключением телекоммуникационных технологий; консультации в области компьютерных технологий, за исключением телекоммуникационных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации в области разработки программного обеспечения; консультации по

вопросам интернет-безопасности; платформа как услуга [PaaS]; консультации по защите цифровых данных; обеспечение программное как услуга [SaaS]; мониторинг компьютерных систем; предоставление временного использования программного обеспечения; разработка программного обеспечения; разработка компьютерных платформ; создание программного кода; создание программного обеспечения; сопровождение программного обеспечения.

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

С учетом даты подачи (17.05.2024) заявки №2024753539 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охранимости включает вышеуказанный 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 том числе в соответствии с международным договором 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.

Положения, предусмотренные абзацем пятым настоящего пункта, не применяются в отношении обозначений, сходных до степени смешения с коллективными знаками.

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

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 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 «», состоящее из стилизованного графического элемента, справа от которого расположен словесный элемент «СЛМЕТРИКС», выполненный оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2024753539 испрашивается в сером, красном, белом цветовом сочетании, в отношении товаров 09 и услуг 41, 42 классов МКТУ.

При этом коллегия отмечает, что словесный элемент «СЛМЕТРИКС» разделен графически разными шрифтами и разным цветом, где часть «СЛ» выполнена в красном цвете, а часть «МЕТРИКС» выполнена в сером цвете, что позволяет отчетливо выделить две словесные части «СЛ» и «МЕТРИКС».

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи

1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак [1] является словесным «METRIX», выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 16 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [2] является комбинированным « Metrix», состоящим из изобразительного элемента в виде стилизованного квадрата, на фоне которого расположена оригинально выполненная латинская буква «Q», справа от изобразительного элемента расположен словесный элемент «Metrix», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 09 и услуг 41, 42 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что заявитель скорректировал заявленный перечень товаров и услуг, в том числе, отказавшись от 16 класса МКТУ.

Таким образом, анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] является нецелесообразным.

Вместе с тем, анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] показал следующее.

При проведении сопоставительного анализа коллегией было установлено, что в заявлном обозначении и в противопоставленном товарном знаке [2] основным, «сильным» элементом, по которому знаки (и, как следствие, товары и их производители) идентифицируются потребителем, являются словесные элементы: «СЛМЕТРИКС»/«Metrix». Данный факт обусловлен тем, что данные словесные элементы являются наиболее запоминаемыми, занимают большую часть в знаках и акцентируют на себе внимание.

Таким образом, анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные словесные элементы: «СЛМЕТРИКС»/«Metrix».

Так, фонетическое сходство обусловлено полным вхождением словесного элемента «Metrix» противопоставленного товарного знака [2] в заявленное обозначение.

Таким образом, сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим критерием, ввиду наличия в знаках фонетически тождественных словесных элементов. Фонетическое тождество выражается в полном совпадении звуков, букв, слогов в сравниваемых обозначениях, характере совпадающих частей обозначений, вхождении одного обозначения в другое.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «СЛМЕТРИКС» заявленного обозначения отсутствует в специальных общедоступных словарно-справочных источниках, следовательно, оспариваемое обозначение является фантазийным, ввиду чего, говорить о наличии конкретной семантики у данного обозначения, не прибегая при этом к рассуждениям и домысливанию при его восприятии, не представляется возможным.

Указанное не позволяет провести оценку по семантическому фактору сходства словесных обозначений.

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по фонетическому факторам сходства словесных обозначений.

Графическое отличие сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] не снимает высокой степени фонетического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

Следует отметить, 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).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации товаров 09 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ показал следующее.

Товары 09 класса МКТУ «аппараты кассовые; компьютеры; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные; компьютерная периферия; обеспечение программное, записанное; контент мультимедийный; контент цифровой; обеспечение программное, загружаемое; платежные терминалы; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютерной техники, записанные; программы для компьютерной техники, загружаемые; программы операционные для компьютерной техники, записанные; программы операционные для компьютерной техники, загружаемые; серверы компьютерные; серверы облачные; серверы баз данных компьютерных» заявленного обозначения являются однородными с товарами 09 класса МКТУ «автоматы для продажи билетов; автоматы музыкальные с предварительной оплатой; аппараты для контроля оплаты почтовыми марками; браслеты электронные [измерительные инструменты]; гарнитуры беспроводные для телефонов; доски интерактивные электронные; калькуляторы; калькуляторы карманные; кассы-автоматы; книги электронные; кольца электронные; машины для подсчета голосов во время выборов; машины для подсчета и сортировки денег; механизмы для аппаратов, приводимых в действие жетонами; механизмы предварительной оплаты для телевизоров; ноты электронные, загружаемые; роботы человекоподобные с искусственным интеллектом; смарт-очки; смарт-часы; терминалы интерактивные сенсорные; устройства для автоматического управления транспортными средствами; шагомеры; шлемы виртуальной реальности» противопоставленного товарного знака [2], поскольку сравниваемые товары относятся к одному виду товаров (торговой технике, компьютерной технике, компьютерной периферии, носителям информации, компьютерам), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аудит коммерческий; ведение

автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выпуск счетов; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помочь в управлении бизнесом; помочь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; помочь в организации бизнес-процессов коммерческих или промышленных предприятий; помочь в организации документооборота для третьих лиц; посредничество коммерческое (обслуживание); предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление деловой информации через веб-сайты; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; редактирование рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; рассылка рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультационные по управлению бизнесом; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги по поисковой

оптимизации интернет-сайта; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги по сравнению цен; розничная и оптовая продажа товаров, в том числе посредством компьютерной сети Интернет; экспертиза деловая» заявленного обозначения являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; анализ себестоимости; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; 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; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помочь в управлении бизнесом; помочь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; производство программ телемагазинов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление

деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по сравнению цен; 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» противопоставленного товарного знака [2], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному виду услуг (услуги по рекламе и продвижению товаров, офисные услуги, услуги в сфере бизнеса, информационные услуги), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

Услуги 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аккредитация [сертификация] образовательных достижений; обучение, в том числе онлайн обучение; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации в области образования; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; разработка учебных материалов; разработка учебного контента; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление услуг по обучению и проведению образовательных экзаменов,

являющихся услугами по сертификации образования; проведение обучения и образовательных экзаменов [услуги по сертификации образования]; сертификация учебных программ и курсов» заявленного обозначения являются однородными с услугами 41 класса МКТУ «аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; воспитание физическое; дрессировка животных; издание книг; информация по вопросам воспитания; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; микрофильмирование; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; перевод с языка жестов; передвижные библиотеки; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; садо [обучение японской чайной церемонии]; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты» противопоставленного товарного знака [2], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному виду услуг (услуги по обучению, услуги по развлечению), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

Услуги 42 класса МКТУ «аренда программного обеспечения; инсталляция программного обеспечения; исследования и разработки в области прикладного программирования; исследования технологические; консультации в области информационных технологий; консультации в области компьютерных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации в области разработки программного обеспечения; консультации по вопросам интернет-безопасности; платформа как услуга [PaaS]; консультации по защите цифровых данных; обеспечение программное как услуга [SaaS]; мониторинг компьютерных систем; предоставление временного использования программного обеспечения; разработка программного обеспечения; разработка компьютерных платформ; создание программного кода; создание программного обеспечения;

сопровождение программного обеспечения» заявленного обозначения являются однородными с услугами 42 класса МКТУ «разблокировка мобильных телефонов; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий; электронное отслеживание операций с кредитными картами для обнаружения мошенничества через Интернет; электронное отслеживание персональных данных для обнаружения кражи информации через Интернет» противопоставленного товарного знака [2], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному виду услуг (услуги, связанные с компьютерными технологиями), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров/услуг или при низкой степени однородности товаров/услуг, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений, и низкая степень однородности товаров и услуг 09, 35, 41, 42 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является

основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком [2] в отношении товаров 09 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, однородных товарам 09 и услугам 35, 41, 42 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [2], и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 03.06.2025, оставить в силе решение Роспатента от 13.02.2025.