


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 возражение, поступившее 26.11.2019, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Правовое обслуживание», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2018744603, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2018744603, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.11.2019, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 30.10.2019 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2018744603.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком

«СМАРТАП» по свидетельству №0528892, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Пульсар Экосистем", 420107, г. Казань, ул. Петербургская, 50 с приоритетом от 10.06.2013 для услуг 35, 42 и 45 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 42 и 45 классов МКТУ.

В возражении, поступившем 26.11.2019, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы сводятся к следующему:

- обозначение по заявке №2018744603 не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №528892 по семантическому, фонетическому и графическому критериям сходства;
- заявленное обозначение «СТАРТАП ПОД КЛЮЧ» имеет смысловое значение: «СТАРТАП» - новая компания на рынке; «ПОД КЛЮЧ» - комплексное сопровождение. Данное словосочетание означает «создание новой компании на рынке с комплексным сопровождением», в то время как противопоставленное обозначение является фантазийным.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 30.10.2019 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2018744603 в отношении всех заявленных услуг 35, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

С учетом даты (15.10.2018) поступления заявки №2018744603 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные

или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

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

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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


3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

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

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

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

Заявленное обозначение  представляет собой комбинированное обозначение. Изобразительный элемент представляет собой стилизованное изображение лампы накаливания. На фоне изобразительного элемента расположен словесный элемент «СТАРТАП», выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Под ним расположено изображение красного прямоугольника, на фоне которого расположен словесный элемент «под ключ», выполненный стандартным шрифтом строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана

испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или

промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стенов / прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш / реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление

коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческим лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческим программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги ррс; 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», услуг 42 класса МКТУ «дизайн интерьерный; дизайн промышленный; дизайн художественный; консультации в области дизайна веб-сайтов; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации по вопросам архитектуры; консультации по вопросам информационной безопасности; консультации по вопросам программного обеспечения; консультации по защите цифровых данных; консультации по технологическим вопросам; предоставление информации в области компьютерных технологий и программирования через веб- сайты; разработка программного обеспечения; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; составление программ для компьютеров; составление технической документации; тиражирование компьютерных программ; услуги архитектурные; услуги внешние в области информационных технологий; услуги дизайнеров в области упаковки; услуги

дистанционного резервного копирования данных; услуги консультационные в области информационных технологий; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий», услуг 45 класса МКТУ «исследования юридические; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; регистрация доменных имен [услуги юридические]; редактирование личной корреспонденции; сбор информации о физических лицах; управление делами по авторскому праву; управление юридическое лицензиями; услуги по внесудебному разрешению споров; услуги по подготовке юридических документов; услуги по разрешению споров; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для третьих лиц».

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных услуг 35, 42, 45 классов МКТУ основано на наличии сходного до степени смешения знака «СМАРТАП» по свидетельству №528892.

Противопоставленный знак представляет собой словесное обозначение «СМАРТАП», выполненное стандартным шрифтом, заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аудит коммерческий; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оценка коммерческой деятельности; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными

предприятиями; прогнозирование экономическое; сведения о деловых операциях; службы консультационные по управлению бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая», услуг 42 класса МКТУ «научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям; изучение технических проектов; инжиниринг; исследования научные; экспертиза инженерно-техническая», услуг 45 класса МКТУ «услуги юридические; арбитраж; исследования юридические; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; контроль в области интеллектуальной собственности; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; представление интересов в суде; управление делами по авторскому праву; услуги по внесудебному разрешению споров; услуги по разрешению споров».

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В состав заявленного обозначения входят 2 самостоятельных словесных элемента «СТАРТАП» и «под ключ». При этом указанные словесные элементы не связаны друг с другом по смыслу, синтаксически и визуально. В этой связи правомерно проводить оценку сходства заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком отдельно по каждому элементу.

Оценка сходства словесного элемента «СТАРТАП» и противопоставленного товарного знака позволило сделать вывод об их сходстве. Так, сравниваемые слова состоят из семи букв и семи звуков, характеризуются тождественным звучанием конечной части [-ТАП] и сходного звучания начальной части [СТАР-] / [СМАР-]. Различие состоит всего лишь в одну букву, то есть обозначения являются созвучными.

По семантическому критерию сходства сравнительный анализ показал следующее.

Согласно словарно-справочным источникам в заявленном обозначении «СТАРТАП под ключ», словесный элемент «СТАРТАП» означает молодая быстроразвивающаяся компания (см. Интернет-словарь <https://dic.academic.ru/>). Противопоставленное обозначение «СМАРТАП» отсутствует в словарно-справочных источниках, в связи с чем, по семантическому критерию сходства сравнить данные обозначения не представляется возможным. Указанные словесные элементы являются сходными по фонетическому фактору сходства.

При этом словесный элемент «СТАРТАП» заявленного обозначения занимает доминирующее положение, поскольку он выполнен более крупным шрифтом, чем словесный элемент «под ключ», занимает начальную часть позицию и является наиболее оригинальным и запоминающимся элементом заявленного обозначения.

Сходство доминирующего словесного элемента заявленного обозначения со словесным элементом товарного знака другого лица, позволило коллегии прийти к выводу о том, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Графическое исполнение рассматриваемого обозначения, играет второстепенную роль в индивидуализации товаров и услуг и не способно привести к выводу о несходстве знаков, поскольку, запоминание обозначений происходит, прежде всего, по словесным элементам, которые в данном случае признаны сходными по фонетическому критерию сходства словесных обозначений.

Анализ услуг 35, 42, 45 классов МКТУ, представленных в перечнях заявленного обозначения и услуг 35, 42, 45 классов МКТУ противопоставленного знака показал, что данные услуги являются однородными, поскольку часть из них имеет тождественные формулировки, соотносятся как род-вид, а также они имеют одинаковую область применения и круг потребителей.

Коллегия отмечает, что факт однородности услуг заявителем в возражении не оспаривается.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.11.2019, оставить в силе решение Роспатента от 30.10.2019.