

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12.03.2014 № 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 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 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 31.07.2023, поданное Индивидуальным предпринимателем Уваровой Ольгой Геннадьевной (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022721303, при этом установила следующее.

Обозначение «**Турагентство «Солнце»**» по заявке №2022721303, поданной 04.04.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 39 класса МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 17.05.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных услуг 39 класса МКТУ (далее – решение Роспатента), основанное на заключении по

результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «Турагентство», является неохраняемым, на основании положений, предусмотренных пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, характеризует заявленные услуги, указывая на их назначение.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками «СОЛНЦЕТУР», «СОЛНЦЕТУР SOLNCETUR» зарегистрированными под № 567153 с приоритетом от 07.11.2014; № 470998 с приоритетом от 16.08.2011 (срок действия регистрации продлен до 16.08.2031), на имя ООО «Р-Холдинг», 153000, Ивановская обл., г. Иваново, ул. Багаева, д. 39, кв. 5, в отношении однородных услуг 39 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 39 классов МКТУ на основании положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении 31.07.2023 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- словесные обозначения «Солнце» и «СОЛНЦЕТУР» (свидетельства №567153 и №470998) совпадают в определенной степени, однако словосочетание «СОЛНЦЕТУР» является индивидуально отличимым словосочетанием. В состав данного словосочетания входят два слова «СОЛНЦЕ» и «ТУР», а словесный элемент «Солнце» звучит как другое слово, отличающееся по полноте общего восприятия;

- при сопоставлении слов «Солнце» и «СОЛНЦЕТУР» семантическое сходство отсутствует;

- слово «Солнце» заявленного обозначения не сходно до степени смешения с товарными знаками «СОЛНЦЕТУР» и «СОЛНЦЕТУР

SOLNCETUR», зарегистрированными под №567153 и №470998, так как это совершенно разные слова для общего восприятия потребителя.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 17.05.2023 и зарегистрировать обозначение по заявке №2022721303 в качестве товарного знака в отношении заявленного перечня услуг 39 класса МКТУ.

В подтверждение изложенных доводов заявителем были представлены на заседании коллегии следующие дополнительные материалы:

1. Скриншоты из поисковой системы Яндекс с запросом по словесным элементам «Солнце турагентство донской», «что лучше солнце или солнцетур».

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

С учетом даты (04.04.2023) поступления заявки №2022721303 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

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 пунктом 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные 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.

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 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2022721303 заявлено словесное обозначение «», выполненное стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита. Предоставление правовой охраны испрашивается в отношении услуг 39 класса МКТУ.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «Турагентство» («Турагентство» - сокр. туристическое агентство, https://abbr_rus.academic.ru/21926/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE, туристическое агентство - розничная туристская фирма, занимающаяся реализацией туров населению, организуемых оптовыми туристическими фирмами, а также продажей потребителям отдельных туристических услуг (транспортных билетов, экскурсий и т.п.),


<https://touristas.academic.ru/891/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE>


) является неохраняемым, на основании положений, предусмотренных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, характеризует заявленные услуги, указывая на их назначение.

В качестве сходных до степени смешения с заявленным обозначением в заключении по результатам экспертизы указаны словесный товарный знак

СОЛНЦЕТУР


[1] «SOLNCETUR» по свидетельству №470998, выполненный стандартным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавита, и

комбинированный товарный знак [2] «» по свидетельству №567153, включающий словесный элемент «СОЛНЦЕТУР», выполненный оригинальным шрифтом буквами кириллического алфавита, и изобразительные элементы в виде стилизованных шариков, в одном из которых изображён стилизованный огонь, правовая охрана предоставлена в отношении услуг 39 класса МКТУ.

Заявленное обозначение «» состоит из двух словесных элементов «Турагентство» и «Солнце». Именно на словесном элементе «Солнце» акцентируется внимание при восприятии обозначения и именно словесный элемент «Солнце» несет основную индивидуализирующую нагрузку в знаке, словесный же элемент «Турагентство» с учетом его семантического значения не обладает различительной способностью, является слабым элементом в знаке и не придает слову «Солнце» качественно иного смыслового восприятия.

Словесные элементы противопоставленных товарных знаков [1-2] образованы из двух слов: «СОЛНЦЕ» и «ТУР» (транслитерация буквами латинского алфавита «SOLNCE» и «TUR») в слитном написании. С учетом области деятельности правообладателя противопоставленных товарных

знаков (туризм, организация путешествий) словесные элементы «ТУР», «TUR» также являются слабыми элементами в знаках и не придают словам «СОЛНЦЕ», «SOLNCE» качественно иное смысловое восприятие. Именно на словесных элементах «СОЛНЦЕ», «SOLNCE» акцентируется внимание при восприятии товарных знаков.

Анализ заявленного обозначения «» и противопоставленных товарных знаков [1-2] показал, что все обозначения включают в себя фонетически и семантически тождественный словесный элемент «СОЛНЦЕ» (SOLNCE транслитерация латинскими буквами).

Сравниваемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического тождества словесных элементов «Солнце» и «СОЛНЦЕ», «SOLNCE».

С точки зрения семантического сходства необходимо отметить, что словесные элементы «Солнце» и «СОЛНЦЕ» являются лексическими единицами русского языка и имеют общее смысловое значение (Солнце - солнце, солнышко ср. наше дневное светило; величайшее, самосветное и срединное тело нашей вселенной, Толковый словарь Даля, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc2p/356818>).

Словесные элементы «Турагентство» («Турагентство» - сокр. туристическое агентство,

https://abbr_rus.academic.ru/21926/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE,

туристическое агентство - розничная туристская фирма, занимающаяся реализацией туров населению, организуемых оптовыми туристическими фирмами, а также продажей потребителям отдельных туристических услуг (транспортных билетов, экскурсий и т.п.),

<https://touristas.academic.ru/891/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5>

<https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%82%D1%83%D1%80>) и «ТУР», «TUR» (Тур (турне) — посещение различных мест с какой-либо целью в рамках одной спланированной поездки с возвращением в исходный пункт,

[https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-](https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%82%D1%83%D1%80)

%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%82%D1%83%D1%80) порождают в сознании потребителя сходный ассоциативный ряд, связанный с приобретением туров, поездок, их организацией, виду чего наличие в заявленном и противопоставленных товарных знаках [1-2] указанных словесных элементов лишь усиливает значение семантического критерия.

При сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] на предмет графического сходства можно говорить о совпадении кириллического алфавита, а также шрифтовом совпадении (стандартный шрифт черного цвета) в сравниваемых знаках.

Заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [2] отличаются графически, поскольку заявленное обозначение является словесным в отличие от противопоставленного комбинированного товарного знака [2]. При сопоставлении словесного обозначения с комбинированным на предмет графического сходства анализу подлежит алфавит, которым выполнены буквы словесных элементов, шрифт этих элементов. Иные отличия могут быть учтены в рамках общего зрительного впечатления, однако не исследуются при анализе графического сходства. В данном случае заявленное обозначение и противопоставление [2] выполнены буквами кириллического алфавита.

Наличие графического элемента в противопоставленном товарном знаке [2] не может быть признано определяющим в анализе сходства знаков, поскольку превалирует, в данном случае, фонетическое и семантическое тождество словесных элементов «Солнце» и «СОЛНЦЕ», «SOLNCE», которое обеспечивает ассоциирование друг с другом сравниваемых обозначений.

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 услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегия надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Испрашиваемые услуги 39 класса МКТУ заявленного обозначения и услуги 39 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2] в большей части являются тесно связанными друг с другом, имеют общее назначение, область применения, круг потребителей, используются в одном сегменте рынка, соотносятся как род/вид (деятельность туристических агентств / бронирование билетов для путешествий; бронирование маршрутов путешествий; бронирование транспортных средств; информация по вопросам перевозок; организация круизов; организация путешествий; перевозка путешественников и т.д.).

В поступившем возражении вывод об однородности услуг 39 класса МКТУ в отношении противопоставленных товарных знаков заявителем не оспаривается.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2], а также высокую степень

однородности испрашиваемых услуг 39 класса МКТУ соответствующим услугам противопоставленных товарных знаков [1-2], их следует признать сходными до степени смешения.

Представленные заявителем материалы из сети Интернет (Приложение №1) не свидетельствуют о широкой известности заявленного обозначения как названия туристической фирмы и ее ассоциации с заявителем, следовательно, данные сведения не образуют тех обстоятельств, которые необходимо учитывать в контексте п. 162 Постановления Пленума ВС РФ.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-2] в отношении однородных услуг 39 класса МКТУ, 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 31.07.2023, оставить в силе решение Роспатента от 17.05.2023.