

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

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, рег. №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 09.04.2019 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Экшиян Натальей Валерьевной, г. Челябинск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2018701071, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке №2018701071, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 16.01.2018, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 25, 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 24.12.2018 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными

знаками «» (свидетельство №590395 с приоритетом от

05.12.2014), «» (свидетельство №587021 с приоритетом от 10.09.2014), зарегистрированным в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ на имя Тихоновой Инны Игоревны, 115597, ул. Ясенева, д. 42, корп.1, кв. 221.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом основные доводы возражения сводятся к тому, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №590395, №587021 содержат в своем составе сочетание букв «Т», «В», не носящее словесного характера, и знака «&», представляющего общепринятый символ. Такие обозначения, по мнению заявителя, не обладают различительной способностью, поскольку не имеют словесного характера и не воспринимаются как слово, поэтому экспертиза сопоставляемых средств индивидуализации должна проводиться на основании критериев сходства изобразительных обозначений. Заявитель полагает, что экспертизой должным образом не был проведен сравнительный анализ сравниваемых изобразительных обозначений, которые отличаются друг от друга внешней формой, шрифтовым и цветовым исполнением, отсутствием симметрии. Присутствие в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №590395 словесного элемента «LIMITED» и пунктирных квадратных скобок, а в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №587021 словесных элементов «TRENDS» и «BRANDS», а также пунктирной линии, усиливает различия этих противопоставлений с заявленным обозначением.

В этой связи заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2018701071 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия сочла изложенные в возражении доводы, необидительными.

С учетом даты (16.01.2018) приоритета заявленного обозначения по заявке №2018701071 правовая база для оценки его охраноспособности 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 (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.

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.

Исходя из положений пункта 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:

- 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;

- 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;

- 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.

Согласно пункту 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Как следует из пункт 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 43 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном положении.

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 «» по заявке №2018701071 с приоритетом от 16.01.2018 включает в свой состав расположенные на фоне четырехугольника латинские буквы «Т» и «В», выполненные в оригинальной графической манере, между которых расположен знак «&» (амперсанд). Буквы и знак «амперсанд» выполнены в белом цвете. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ основан на наличии

товарных знаков «» по свидетельству №590395, «»

по свидетельству №587021 с более ранним приоритетом, зарегистрированных на имя иного лица – Тихоновой Инны Игоревны.

Противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №590395 с приоритетом от 05.12.2014 является комбинированным, включает в свой состав расположенные на фоне четырехугольника черного цвета сочетание латинских букв «Т» и «В», выполненных крупным шрифтом и соединенных знаком знака «&» (амперсant), а также неохраняемый словесный элемент «limited», выполненный мелким шрифтом буквами латинского алфавита. Буквы, знак «амперсant» и словесный элемент выполнены в желтом цвете. По левому и правому краям четырехугольника проходит пунктирная линия желтого цвета. Товарный знак зарегистрирован для товаров 25, 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №587021 с приоритетом от 10.09.2014 является комбинированным, включает в свой состав расположенное на фоне четырехугольника желтого цвета сочетание латинских букв «Т» и «В», выполненных крупным шрифтом и соединенных знаком «&» (амперсant). Буквы и знак «амперсant» выполнены в черном цвете. По краю четырехугольника проходит пунктирная линия. В левом верхнем и правом нижнем углах товарного знака расположены словесные неохраняемые элементы «trends», «brands», выполненные мелким шрифтом буквами латинского алфавита.

Коллегия приняла к сведению довод заявителя о том, что входящие в состав заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков буквы и знак «амперсant», по его мнению, не обладают различительной способностью, вследствие чего подлежат исключению из правовой охраны, однако не может с ним согласиться. Следует констатировать, что основания для отказа в регистрации заявленного обозначения по пункту 1 статьи 1483 Кодекса в оспариваемом решении Роспатента отсутствуют.

Элемент «T&V» является охраняемым элементом противопоставленных

товарных знаков «» / «», из их правовой охраны исключены только занимающие периферийное положение и не обладающие различительной способностью словесные элементы «trend», «brand», «limited».



Буквы и знак «амперсанд» в составе заявленного обозначения «», хоть и не образуют слово, тем не менее, имеют характерное графическое исполнение, следовательно, не относятся к обозначениям, которые в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса и пункта 34 Правил классифицируются как не обладающие различительной способностью.

Что касается приведенных в решении Роспатента положений о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, то необходимо указать следующее.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ:

25 класс МКТУ – «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; валенки [сапоги фетровые]; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши [теплые носочно-чулочные изделия]; гетры; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кимоно; козырьки [головные уборы]; козырьки для фуражек; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; купальники гимнастические; куртки [одежда];

куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; леггинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна (одежда); меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; набойки для обуви; нагрудники детские, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда форменная; одежда; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; полуверы/свитера; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса-кошельки [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли гимнастические; туфли комнатные; туфли; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки [головные уборы]; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;

35 класс МКТУ – «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; демонстрация товаров; информация деловая; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые;

маркетинг; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; 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; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями, в том числе, через розничные и оптовые магазины, почтовые каталоги продаж, интернет-сайты; услуги интернет-магазинов».

В свою очередь противопоставленный товарный знак по свидетельству №590395 зарегистрирован для товаров 25 класса МКТУ - «банданы [платки]; белье нижнее; береты; блузы; боди [женское белье]; ботинки; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; воротники съемные; пелерины [одежда]; вставки для рубашек; вуали [одежда]; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гетры; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; капюшоны [одежда]; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; легинсы [штаны]; лифы; манто; маски для сна (одежда); меха [одежда]; муфты [одежда]; накидки меховые; наушники [одежда]; носки; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда готовая; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда форменная; одежда; пальто; парки; пелерины; перчатки

[одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; платки шейные; платья; повязки для головы [одежда]; подтяжки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса-кошельки [одежда]; пуловеры; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; свитера; трикотаж [одежда]; трусы; туфли комнатные; туфли; уборы головные; фартуки [одежда]; футболки; халаты; чулки; шали; шапки [головные уборы]; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шляпы; шубы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты; воротники [одежда]; одежда непромокаемая, в том числе плащи непромокаемые» и услуг 35 класса МКТУ - «агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; 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 управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; 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; прогнозирование экономическое; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение

рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; 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; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; запись сообщений [канцелярия]; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; службы консультативные по управлению бизнесом».

Противопоставленному товарному знаку по свидетельству №587021 предоставлена правовая охрана для товаров 25 класс МКТУ - «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; ботинки; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; воротники съемные; воротники; пелерины [одежда]; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши [теплые носочно-чулочные изделия]; гетры; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; кальсоны [одежда]; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; козырьки [головные уборы]; козырьки для фуражек; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; куртки [одежда]; куртки из

шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; леггинсы [штаны]; ливреи; лифы; манжеты; манишки; мантильи; манти; маски для сна (одежда); меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; набойки для обуви; нагрудники детские, за исключением бумажных; накидки меховые; наушники [одежда]; носки; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда форменная; одежда; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; плащи непромокаемые; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы; подтяжки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояскошельки [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; саронги; сарафаны; сари; свитера; союзки для обуви; стельки; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли гимнастические; туфли комнатные; туфли; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; футболки; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки [головные уборы]; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [одежда]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» и 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного

мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческим 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 управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; 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; 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; презентация товаров во 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 товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; 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 консультационные по управлению бизнесом;

составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; 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».

Сопоставляемые перечни товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельству №587021, №587021 включают идентичные позиции. При этом приведенные в перечнях товаров и услуг заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков позиции относятся к одному и тому же роду товаров и услуг – «одежда, обувь, головные уборы», «продажа товаров, реклама, маркетинг». Все вышеизложенное обуславливает вывод о наличии однородности сопоставляемых товаров и услуг заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков и заявителем не опровергается.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых обозначений

«» / «» / «» на предмет их сходства показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто

нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Следует констатировать, что в состав сравниваемых товарных знаков входит сочетание букв «Т» и «В», соединенных знаком «&» («амперсанд», см. значение в онлайн словаре «Шрифтовая терминология» 2013, <https://dic.academic.ru>), который представляет собой видоизмененную лигатуру «et», означающую в латинском языке союз «и» (аналогично английскому «and»). Сочетание «Т&В» визуально доминирует в сравниваемых обозначениях за счет крупного шрифтового исполнения букв и знака «амперсанд», акцентируя на себе внимание потребителей в первую очередь. Кроме того, индивидуализирующий элемент «Т&В» располагается как в составе заявленного обозначения, так и в составе противопоставленных товарных знаков на фоне геометрической фигуры в виде четырехугольника.

Указанные обстоятельства свидетельствуют о том, что сравниваемые обозначения, характеризующиеся одинаковым композиционным построением входящих в их состав элементов, имеют сходную внешнюю форму, смысловое значение, одинаковый вид и характер изображений, т.е. одни и те же буквы и знак «амперсанд» в оригинальном шрифтовом исполнении расположены на фоне четырехугольника. В силу совпадения указанных признаков можно сделать вывод, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки производят одинаковое общее зрительное впечатление и вызывают одинаковые ассоциации.

Коллегия приняла к сведению довод заявителя об имеющихся графических отличиях сравниваемых обозначениях (таких как цветовое исполнение, наличие у противопоставлений [1], [2] элементов в виде пунктирной линии и неохраноспособных словесных элементов «trend», «brand», «limited»), однако полагает, что в целом они существенно не влияют на восприятие заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

Все вышеизложенное свидетельствует о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Таким образом, наличие высокой степени сходства заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками по свидетельствам №590395, №587021 и однородность товаров (услуг) 25, 35 классов МКТУ, для маркировки которых предназначены эти сравниваемые обозначения, обуславливает вывод об их сходстве до степени их смешения в целом в соответствии с требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса. В этой связи основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации товарного знака по заявке №2018701071 в отношении заявленных товаров и услуг отсутствуют.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 09.04.2019, оставить в силе решение Роспатента от 24.12.2018.