

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила), рассмотрела возражение, поступившее 14.02.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ АВРОРА", г. Санкт-Петербург, (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе государственной регистрации товарного знака по заявке №2020730620, при этом установила следующее.



Словесное обозначение «» по заявке № 2020730620 с приоритетом от 15.06.2020 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 16, 25, 30, 32 и услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ.

Роспатентом 17.10.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020730620 в отношении всех заявленных товаров и услуг классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «CONCERT HALL» в отношении заявленных товаров и услуг являются неохраноспособными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в целом не обладают различительной способностью.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с серией (блоком) товарных знаков «АВРОРА» по свидетельству №804641 (1), «AVRORA» по свидетельству №804640 (2), «AURORA» по



свидетельству №804639 (3), «АВРОРА» по свидетельству №804638 (4),



«AVRORA» по свидетельству №804637 (5), «AURORA» по свидетельству №804636 (6) с приоритетом от 14.10.2019, зарегистрированных на имя Общество с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский район, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;



- с товарными знаками « Аврора», « Aurora» свидетельствам № 800178 (7), № 800177 (8), с приоритетом от 08.08.2018, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский р-н, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 35, 36, 41 классов МКТУ;

- с товарными знаками « Аврора», « Aurora» по свидетельствам №697855 (9) с приоритетом от 08.08.2018, № 708842 (10) с приоритетом от 08.08.18), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Открытая мобильная платформа", Республика Татарстан, Верхнеуслонский р-н, г. Иннополис, в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 624327 (11) с приоритетом от 09.12.2015, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Аврора", г. Самара, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 623147 (12) с приоритетом от 13.11.2015, зарегистрированным на имя Акционерное общество Дальневосточная консалтинговая группа АВРОРА, г. Хабаровск, в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;

- с товарными знаками «**Аврора**», «**Aurora**» по свидетельствам №567561 (13), № 567385 (14), с приоритетом от 28.11.2014, зарегистрированными на имя Индивидуального предпринимателя Балукова Сергея Александровича, Владимирская область, г. Ковров, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарными знаками «» по свидетельствам №437256 (15), с приоритетом от 07.08.2009, срок действия продлен до 07.08.2029, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной

ответственностью "Такси Аврора", Республика Башкортостан, в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА**» по свидетельству № 333953 (16) с приоритетом от 26.01.2006, срок действия продлен до 26.01.2026, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Такси Аврора", Республика Башкортостан, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА**» по свидетельству № 316501 (17) с приоритетом от 05.03.05, срок действия продлен до 05.03.2025, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Пицца Аврора", г. Краснодар, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ;



- с товарным знаком «**АВРОРА** business park» по свидетельству №286504 (18), с приоритетом от 21.10.2004, срок действия продлен до 21.10.2024, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Парус-Эстейт", 121099, Москва, Новинский б-р, 3, стр.1 в отношении однородных услуг 36 класса;



- с товарными знаками «**АВРОРА**», «**АВРОРА**» по свидетельствам №296116 (19) , № 296114 (20) с приоритетом от 21.04.2004, 16.04.2004, срок действия продлен до 21.04.2024, 16.04.2024, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Яхт-клуб "Аврора", Московская обл., г. Долгопрудный, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;

- с товарными знаками «  », «  » по свидетельствам №262897 (21), № 262896 (22) с приоритетом от 18.01.2002, срок действия продлен до 18.02.2032, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Парус-Эстейт", 121099, Москва, Новинский б-р, 3, стр.1 в отношении однородных услуг 36 класса МКТУ;

- с товарным знаком «  » по свидетельству №558569 (23), с приоритетом от 16.06.2014, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Пневмоэлектросервис", 199106, Санкт-Петербург, Средний пр-кт В.О., д. 76/18, лит. А, пом. 1Н, оф. 11 в отношении однородных услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ;

- со знаком «  » по международной регистрации № 1112661 (24), с приоритетом от 19.03.2012, зарегистрированным на имя Individualnyi predprinimatel Bystritskii Igor Vladimirovich, g. Astana в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «AURORA HALL» по свидетельству №757535 (25), с приоритетом от 13.08.2019, зарегистрированным на имя Общество с ограниченной ответственностью "Ресторан Бали", 197374, Санкт-Петербург, в отношении однородных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 14.02.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель испрашивает правовую охрану в отношении следующих услуг: 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг», 36 класса МКТУ «аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)», 41 класса МКТУ «бронирование

билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка концертов и зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий», 42 класса МКТУ «дизайн графических рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ», 43 класса МКТУ «услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек»;

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными товарными знаками, поскольку они отличаются использованными графическими решениями;

- сравниваемые классы услуг не являются однородными совсем, либо имеют слабую однородность, что свидетельствует об отсутствии вероятности смешения в гражданском обороте.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Заявление об изменении перечня товаров и услуг;
2. Извещение об изменении перечня товаров и услуг по свидетельству 333953;
3. Решение Суда по интеллектуальным правам от 19 августа 2021 года по делу № СИП-425/2021;

4. Решение Суда по интеллектуальным правам от 18 января 2022 года по делу № СИП-426/2019;
5. Договор аренды от 01.05.2019.

Изучив материалы дела, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (15.06.2020) поступления заявки №2020730620 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

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 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 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 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 № 2020730620



заявлено обозначение «», которое представляет собой

квадрат синего цвета, на фоне которого расположены слова «AURORA CONCERT HALL», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении скорректированного перечня услуг 35, 36, 41, 42, 43 классов МКТУ.

В решении Роспатента указано на несоответствие слов «CONCERT HALL» требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявителем по тексту возражения не выражена какая-либо позиция относительно вышесказанного.

Согласно словарно-справочным источникам (см. Интернет переводчик: <https://translate.google.com/>) слова «concert hall» в переводе с английского языка на русский язык имеют значение «концертный зал» (специальное помещение, предназначенное для проведения публичных концертов).

Таким образом, в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг»*, 36 класса МКТУ *«аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)»*, 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка концертов и зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий»*, 42 класса МКТУ *«дизайн графический рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ»*, 43 класса МКТУ *«услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при*

проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек», которые имеют прямое взаимодействие с концертными залами, словесные элементы «concert hall» не обладают различительной способностью, указывают на вид услуг, что не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, слова «CONCERT HALL» не занимают доминирующего положения, в связи с чем они могут быть включены в состав знака как неохраноспособные элементы.

Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг, ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены словесные и комбинированные знаки (1-25), которые содержат в своем составе словесные элементы «АВРОРА» / «AVRORA»/ «AURORA» а именно: «АВРОРА» по свидетельству №804641 (1), «AVRORA» по свидетельству



№804640 (2), «AURORA» по свидетельству №804639 (3), «АВРОРА» по



свидетельству №804638 (4), «AVRORA» по свидетельству №804637 (5),



«AURORA» по свидетельству №804636 (6), « Аврора» по свидетельству

№800178 (7), « Aurora» по свидетельству № 800177 (8), « Аврора

» по свидетельству №697855 (9), « Aurora» по свидетельству №708842



(10), «» по свидетельству №624327 (11), «» по



«Аврора» по свидетельству №623147 (12) «» по свидетельству №567561

(13), «Avrora» по свидетельству №567385 (14), «АВРОРА» по



свидетельству №437256 (15), «АВРОРА» по свидетельству № 333953



(16), «АВРОРА» по свидетельству №316501 (17), «avrora business park» по



свидетельству №286504 (18), «АВРОРА» по свидетельству №296116 (19), «



» по свидетельству, № 296114 (20), «АВРОРА БИЗНЕС ПАРК» по



свидетельству №262897 (21), «АВРОРА БИЗНЕС ПАРК» по свидетельству № 262896



(22), «AURORA HALL» по свидетельству №558569 (23), «AVRORA fashion gallery» по международной регистрации № 1112661 (24), «AURORA HALL» по свидетельству №757535 (25).



Следует учитывать, что данные словесные элементы являются доминирующими (4-12, 16-25) либо единственными (1-3, 13-15), то есть именно они выполняют индивидуализирующую функцию товарных знаков.

Правовая охрана товарным знакам (1-6) предоставлена, в том числе, в отношении услуг 41 и 42 классов МКТУ. Правовая охрана товарных знаков (7, 8) распространяется, в том числе, на услуги 35, 36, 41 классов МКТУ. Правовая охрана знаков (9-10) действует в отношении, в том числе, услуг 42 класса МКТУ. Знаки (11, 13-14, 16, 24) действуют, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ. Правовая охрана товарным знакам (12, 15) предоставлена, в том числе, в отношении услуг 36 класса МКТУ. Товарные

знаки (18, 21, 22) зарегистрированы в отношении услуг 36 класса МКТУ. Товарный знак (17) действует в отношении услуг 43 класса МКТУ. Знаки (19, 20) зарегистрированы в отношении услуг 41 класса МКТУ. Товарный знак (23) действует в отношении услуг 35, 36, 41, 43 классов МКТУ. Товарный знак (25) зарегистрирован в отношении услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что заявленное обозначение является комбинированным и основным индивидуализирующим его элементом (охраняемым) является слово «AURORA» [АУРОРА/ АВРОРА], поскольку именно с него начинается прочтение словесной части, на нем акцентируется внимание потребителя и он легче запоминается.

Сходство сравниваемых обозначений обусловлено полным фонетическим вхождением словесной части «AURORA»/ «АВРОРА» / «AVRORA» противопоставленных товарных знаков (1-25) в заявленное обозначение.

Заявленное обозначение «AURORA», согласно словарно-справочным источникам, означает – женское имя «Аврора», богиня утренней зари у древних римлян (<https://academic.ru>).

Учитывая выше приведенную семантику, заявленное обозначение и противопоставленные знаки (1-25) являются семантически тождественными, поскольку ассоциируются с одним и тем же словом «Аврора», что порождает в сознании потребителей одни и те же образы.

Наличие изобразительных элементов и некоторых графических особенностей противопоставленных знаков (4-12, 16-25), равно как и наличие графических особенностей у заявленного обозначения при сравнении со словесными знаками (1-3, 13, 13-15), в данном случае, играет второстепенную роль при оценке об их сходстве, так как сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов, входящих в состав сравниваемых обозначений,.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия пришла к выводу, что сопоставляемые обозначения являются фонетически и семантически тождественными, что обуславливает вывод о высокой степени сходства сравниваемых обозначений.

В результате анализа однородности услуг 35, 36, 41, 42, 43 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1-6) было установлено следующее.

Услуги 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы в концертных залах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг»*, в отношении которых испрашивается правовая охрана заявленному обозначению, представляют собой услуги, по рекламе и продвижению товаров и услуг, следовательно, являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ *«маркетинг; исследования конъюнктурные»*, содержащимся в перечне товарного знака (11), услугам 35 класса МКТУ *«услуги в области общественных отношений»*, в отношении которых действуют знаки (7, 8), услугам 35 класса МКТУ *«реклама указанных выше товаров, в том числе с помощью сети Интернет или других глобальных сетей; презентация указанных товаров во всех медиасредствах с целью оптовой и розничной продажи; стимулирование сбыта вышеперечисленных товаров, и сбыт указанных товаров через посредников; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе, с помощью сети Интернет или других глобальных сетей»*, в отношении которых, в том числе, зарегистрированы товарные знаки (13, 14), услугам 35 класса МКТУ *«продвижение товаров (для третьих лиц)»* содержащимся в перечне товарного знака (16), таким услугам 35 класса МКТУ как *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; аренда площадей для размещения рекламы и рекламного материала; аренда рекламных площадей в Интернете; аренда рекламных площадей онлайн; демонстрация товаров; демонстрация товаров в рекламных целях; заключение контрактов на рекламу и продвижение*

товаров для третьих лиц; заключение рекламных контрактов для третьих лиц; изучение общественного мнения; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация выставок и мероприятий для коммерческих или рекламных целей; организация выставок и торговых ярмарок для коммерческих и рекламных целей; организация и проведение коммерческих выставок и демонстраций; организация и проведение промышленных выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение торговых выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и проведение торговых выставок, мероприятий и выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и управление программами клиентской лояльности; организация мероприятий, выставок, ярмарок и представлений для коммерческих, стимулирующих и рекламных целей; организация, осуществление и контроль продаж и рекламных поощрительных программ; организация, осуществление и контроль программ по сохранению клиентской верности и стимулированию покупателей; организация показов мод в рекламных целях; организация показов мод для коммерческих целей; организация, работа и проверка программ клиентской лояльности; организация рекламных мероприятий; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок для рекламных целей; оформление витрин; предоставление и аренда рекламных площадей и наружных рекламных площадей; предоставление и аренда рекламных площадей и рекламного материала; предоставление информации в сфере бизнеса и маркетинга; предоставление информации в сфере маркетинга; предоставление пространства на веб-сайтах для рекламы товаров и услуг; презентация компаний и их товаров и услуг по Интернету; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение компьютерных сетей и веб-сайтов, интерактивное; продвижение товаров и услуг для третьих лиц посредством рекламы на Интернет-сайтах; продвижение товаров и услуг для третьих лиц через Интернет; продвижение товаров и

*услуг через всемирную глобальную сеть; прямой маркетинг; реклама веб-сайтов в области бизнеса; реклама в периодических изданиях, брошюрах и газетах; реклама в популярной и профессиональной прессе; реклама почтой; реклама с приглашением на работу; реклама телевизионная; рекламирование коммерческой или жилой недвижимости; рекламные агентства в сфере распространения рекламы; услуги информационные в рекламной области; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги рекламные, предоставляемые по телевидению, радио или почте», в отношении которых действует правовая охрана знака (23), услугам 35 класса МКТУ «promotion de produits pour des tiers, a savoir la promotion de chaussures» (перевод «*продвижение товаров для третьих лиц, а именно продвижение обуви*», в отношении которых предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации знаку (24), а также части услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети» противопоставленного товарного знака (25). Сравниваемые услуги представляют собой идентичные услуги, либо соотносятся как род вид услуг (реклама, бизнес услуги в сфере продвижения товаров и услуг), имеют одно и то же назначение, круг потребителей, могут оказываться одним и тем же лицом.*

Испрашиваемые услуги 36 класса МКТУ «аренда концертных залов (площадок для проведения концертов)» относятся к услугам аренды (где концертный зал – помещение, недвижимость), являются однородными противопоставленной части услуг 36 класса МКТУ «агентства по операциям с недвижимым имуществом; посредничество при операциях с недвижимостью; сдача в аренду недвижимого имущества; сдача в аренду нежилых помещений; управление недвижимостью», в отношении которых зарегистрирован товарный знак (15), услугам 36 класса МКТУ «услуги по сдаче в возмездное пользование офисных зданий и помещений; управление недвижимостью» товарного знака (18), услугам 36 класса МКТУ «операции

с недвижимостью», в отношении которых действуют противопоставленные товарные знаки (21, 22), а также таким услугам 36 класса МКТУ как «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда апартаментов, домов, торговых помещений и офисов; аренда зданий для постоянного использования; аренда зданий и предоставление информации, связанной с этим; аренда площадей в коммерческих центрах; доверительное управление недвижимостью; заключение договоров по прокату и аренде на недвижимое имущество; консультации в сфере недвижимости; консультации по управлению недвижимостью; приобретение недвижимости; управление недвижимостью; услуги агентств по коммерческой недвижимости; услуги агентств по недвижимости по аренде зданий; услуги агентств по недвижимости по аренде собственности; услуги агентств по недвижимости по сдаче земли в аренду; услуги в сфере недвижимости, связанные с покупкой и арендой недвижимости; услуги организаций, занимающихся недвижимостью; услуги по продлению срока аренды недвижимости», в отношении которой действует знак (23). Сравниваемые услуги соотносятся как вид-род, характеризуются единством свойств, назначения, способов оказания и круга потребителей, следует отметить, что услуги по аренде могут входить в комплекс услуг по управлению недвижимостью.

Вместе с тем, указанные в решении Роспатента противопоставленные услуги 36 класса МКТУ, находящиеся в перечнях товарных знаков (7, 8, 12), не относятся к услугам связанным с арендой и управлением недвижимостью, следовательно, маркированные сходными обозначениями не будут смешаны в гражданском обороте.

Испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на концерты, зрелищные мероприятия, дискотеки; видеосъемка концертов и зрелищных мероприятий, дискотек; дискотеки; клубы ночные [развлечение]; монтаж видеозаписей; организация балов; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных*

представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; представления мюзик-холлов; услуги караоке; фотографирование / фоторепортажи концертов и зрелищных мероприятий» относятся к общей родовой группе услуг связанной с развлечениями, услугам по организации и проведению развлекательных мероприятий, а также услугам, связанным с монтажом видеозаписей и фотографированием, являются однородными противопоставленным услугам 41 класса МКТУ «видеосъемка; дискотеки; информация по вопросам отдыха; киностудии; клубы-кафе ночные [развлечение]; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация спектаклей [услуги импресарио]; предоставление услуг кинозалов; представления театральные; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги диск-жокеев; услуги караоке; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы», в отношении которых действуют знаки (1-8), таким услугам 41 класса МКТУ как «бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; киностудии; консультации в области развлечений; консультации в области развлечений, предоставляемые через Интернет; консультации и предоставление информации в области подготовки, проведения и организации концертов; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; передачи развлекательные телевизионные; подготовка выставок, конгрессов, семинаров и конференций в культурных и развлекательных целях; услуги диск-жокеев; услуги развлекательные, предоставляемые театральными артистами; услуги театральной постановки; услуги фан-клубов в области развлечений; фотографирование; фоторепортажи; цирки; шоу-программы» противопоставленного товарного знака (23). Сравниваемые услуги содержат идентичные услуги, либо относятся к одному и тому же виду услуг (услуги развлечений), имеют одно и то же назначение

(проведение досуга), круг потребителей, могут оказываться одним и тем же лицом.

Вместе с тем, испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ следует признать неоднородными услугам 41 класса МКТУ *«организация спортивных мероприятий; предоставление спортивного оборудования; клубы здоровья; услуги яхт-клубов; организация спортивных состязаний; спортивные лагеря [стажировка]»* товарных знаков (19, 20), поскольку данные услуги относятся к организации спортивных состязаний и оздоровительным услугам. Маркированные сходными обозначениями неоднородные услуги не будут смешаны в гражданском обороте.

Испрашиваемые услуги 42 класса МКТУ *«дизайн графический рекламных материалов, интерьерный и художественный; услуги дизайнеров в области упаковки заявленных товаров по классам 16, 25 и 30 МКТУ»* относятся к услугам дизайнеров, являются однородными таким услугам 42 класса МКТУ как *«дизайн промышленный; дизайн художественный; консультации в области дизайна веб-сайтов; услуги по созданию образа [промышленная эстетика]»*, в отношении которых действуют знаки (9 и 10), данные услуги представляют собой одни и те же услуги дизайна (деятельность по проектированию эстетических свойств промышленных изделий, а также результат этой деятельности), имеют одно и то же назначение, круг потребителей, могут оказываться одним и тем же лицом.

Испрашиваемые 43 класса МКТУ *«услуги кафе при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; рестораны/рестораны самообслуживания при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек; услуги баров при проведении концертных, спортивных и зрелищных мероприятий, дискотек»* являются услугами по обеспечению пищевыми продуктами, которые следует признать однородными услугам 43 класса МКТУ *«закусочные, кафе, кафетерии, рестораны, столовые, изготавливающие пиццу; услуги по обеспечению пиццей; услуги по приготовлению пиццы и доставки на дом»*

товарного знака (17), таким услугам 43 класса МКТУ как «кафе-мороженое; обеспечение помещений и средств для проведения конференций; обеспечение размещения по праздникам; пиццерии; подача еды и напитков для гостей в бистро; подача еды и напитков для гостей в Интернет-кафе; подача еды и напитков для гостей в пирожковых; предоставление банкетного обслуживания для собраний; предоставление информации о предоставлении помещений социального назначения для организации банкетов и других специальных мероприятий; предоставление продуктов питания и напитков в бистро; предоставление продуктов питания и напитков в Интернет-кафе; предоставление продуктов питания и напитков в пирожковых; приготовление еды и напитков в молочных барах; приготовление и предоставление продуктов питания и напитков для потребления в предприятиях розничной торговли; рестораны быстрого питания и закусочные; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; туристические рестораны; услуги винных баров; услуги консультационные в области кулинарии; услуги консультационные в области обслуживания продуктами питания и напитками; услуги молочных баров; услуги общественного питания (кейтеринг) для конференц-центров; услуги передвижных кафе, предоставляющих еду и напитки; услуги по обеспечению ресторанов пищевыми продуктами и напитками; услуги по обслуживанию в заведениях быстрого питания; услуги по подаче пищевых продуктов и напитков в ресторанах и барах; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом», в отношении которых действует знак (23) , таким услугам 43 класса МКТУ как «кафе; кафетерии; рестораны; услуги баров» противопоставленного товарного знака (25), поскольку соотносятся между собой как род-вид услуг (обеспечение пищевыми продуктами), имеют одно и то же назначение, могут оказываться одним и тем же лицом в отношении одного и того же круга лиц, в связи с чем следует признать наличие риска смешения средств индивидуализации в гражданском обороте.

Вероятность смешения спорного обозначения и противопоставленных товарных знаков (знака по международной регистрации) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства заявленного обозначения с противопоставленными знаками (1-25), и однородность услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса является правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.02.2022, оставить в силе решение Роспатента от 17.10.2021.