

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 18.02.2022, поданное компанией “Ларкпарк Сервисиз Инк.”, Британские Виргинские острова (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021709363, при этом установила следующее.



Обозначение «
» по заявке №2021709363 с приоритетом от 20.02.2021 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09 и услуг 35, 36, 42 классов МКТУ.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1502 Кодекса экспертизой была произведена процедура выделения заявки № 2021770694 из первоначальной заявки №2021709363. Из перечня товаров и услуг первоначальной заявки №2021709363 исключены все товары и услуги 09, 42 классов МКТУ (м. уведомление №231 от 10.12.2021).

Таким образом, правовая охрана заявленному обозначению по заявке №2021709363 испрашивается в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Роспатентом 16.12.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021709363. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное словесное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку оно сходно до степени смешения:

- с ранее заявленным на регистрацию обозначением «Кошелёк.Ру», заявка №2020720037 (с приоритетом от 15.04.20, принято решение о регистрации) и товарными знаками «CASHELEC», «Кошелёк.Ру», зарегистрированными под №461387 (с приоритетом от 01.11.10, продлен до 01.11.30), № 444058 (с приоритетом от 27.04.10, продлен до 27.04.30) на имя Общество с ограниченной ответственностью "Кошелёк.ру", 197046, Санкт-Петербург, ул. Большая Посадская, д. 12, Литер А, пом. 79-Н, для услуг 35, 36 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 36 классов МКТУ (см. открытые реестры, <http://www1.fips.ru/registers-web/>).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 18.02.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- в заявленном обозначении основными элементами являются слово “ТИНЬКОФФ” и изобразительный элемент в виде стилизованного герба, а элемент «Кошелек» играет второстепенную роль;

- словесный элемент “ТИНЬКОФФ” заявленного обозначения является отличительной частью фирменного наименования широко известного в России банка Тинькофф;

- в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ слово “Кошелек” обладает слабой различительной способностью, так как входит в состав почти 40 товарных знаков, охватывающих услуги 35, 36 классов МКТУ;

- обозначение “Кошелек” используется финансово-банковскими организациями и без регистрации в качестве товарного знака, например, потребители пользуются сервисом “Кошелек” в приложении “Сбербанк Онлайн” для выполнения платежей, перевода денег и других операций, держатели банковских карт “Альфа-Банка” имеют возможность осуществлять операции с ними через электронный “Кошелек”, сервис “Кошелек Pay” предлагает своим клиентам банк ВТБ и т.п.;

- в средствах массовой информации, в Интернете широко используются словосочетания «электронный кошелек», «приложения-кошельки» для обозначения сервисов, предназначенных для проведения финансовых онлайн операций;

- таким образом, слово “Кошелек” практически утратило свою различительную способность и не дает потребителю возможность идентифицировать услуги конкретного производителя;

- в заявленном обозначении слово “Кошелек” занимает не более 15% площади, расположено под словом «ТИНЬКОФФ», выполнено более мелким шрифтом, в силу чего воспринимается как дополнение к основным элементам знака;

- заявленное обозначение и противопоставленный знак “Кошелек.ру” производят разное общее зрительное впечатление, отличаются изображением герба в рассматриваемом обозначении, расположением словесных элементов в обозначениях, отличаются по буквенному составу, порождают совершенно разные ассоциации;

- сопоставление заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №461387 показало отсутствие по семантическому признаку сходства, так как слово “CASHELEC” является фантазийным, поскольку отсутствует в каких-либо словарях, не является транслитерацией русского слова “Кошелек”;

- сравниваемые обозначения фонетически не являются сходными, так как в противопоставленном знаке слово “CASHELEC” прочитывается как “кашелек” или “кэшелек”, что имеет существенное отличие от прочтения слов в заявленном обозначении;

- зрительно сопоставляемые обозначения различаются выполнением словесных элементов буквами разных алфавитов, имеют совершенно непохожую графику;

- исследование ВЦИОМ, проведенное в мае 2021 года, показало, что абсолютное большинство потребителей финансово-банковских услуг всегда знают, какая организация/банк предоставляет им услуги, которыми они пользуются. Практически все потребители, прежде чем обратиться за услугой, в первую очередь обращают внимание на такие факторы, как условия оказания услуги (94% респондентов), название и репутация финансовой организации (91% респондентов), время ее существования на рынке (86% респондентов), отзывы друзей, знакомых, родственников (83% респондентов);

- результаты исследований показали, что потребители услуг 35, 36 классов МКТУ серьезно подходят к выбору организации, оказывающей такие услуги;

- следовательно, специфика заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ является важным фактором, делающим невозможным смешение заявленного обозначения и противопоставленных знаков.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

К возражению заявителем был приложен социологический опрос Фонда ВЦИОМ [1].

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (20.02.2021) поступления заявки №2021709363 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. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 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 сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил 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.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2021709361 заявлено



комбинированное обозначение « », содержащее изобразительный

элемент в виде стилизованного изображения герба, состоящего из ленты, листьев с цветами, короны, фрагмента рыцарских доспехов и стилизованного щита, на котором изображены стилизованные рука с мечом и лошадь. Справа от герба расположены одно под другим словесные элементы «ТИНЬКОФФ» и «КОШЕЛЕК», выполненные заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

По противопоставленной заявке №2020720037 товарного знака **«Кошелёк.Ру»** экспертизой принято решение о признании ее отозванной, в связи с чем данное противопоставление может быть снято.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №444058 представляет собой словесное обозначение **«Кошелёк.Ру»**, содержащее словесный элемент «Кошелёк», выполненный строчными буквами русского алфавита с заглавной буквы «К», и элемент «.Ру», выполненный заглавной и строчной буквами русского алфавита. В данном товарном знаке основную индивидуализирующую функцию несет словесный элемент «Кошелёк», поскольку элемент «.Ру» является слабым и относится к неохраноспособным элементам обозначения. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №461387 представляет собой словесное обозначение «CASHELEC», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.

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

Следует указать, что в заявленном комбинированном обозначении в первую очередь обращает на себя внимание потребителей словесные элементы «ТИНЬКОФФ» и «КОШЕЛЕК», поскольку именно они несут основную индивидуализирующую функцию в знаке и легче запоминаются. Сами по себе словесные элементы расположены на разных строках, не связаны друг с другом по

смыслу и грамматически, воспринимаются как отдельные друг от друга элементы, не образующие единого словосочетания, следовательно, каждый из входящих в состав заявленного обозначения словесных элементов воспринимается и рассматривается отдельно.

Таким образом, при проведении сопоставительного анализа коллегией было выявлено сходство словесного элемента «КОШЕЛЕК» заявленного обозначения с противопоставленными ему товарными знаками, содержащими словесные элементы «CASHELEK» и «Кошелёк».

Словесный элемент «КОШЕЛЕК» заявленного обозначения полностью семантически и фонетически входит в состав противопоставленного товарного знака по свидетельству №444058.

Слово «Кошелёк» - 1. Небольшая сумочка для денег, 2. перен. разг. Деньги. (см. Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000).

По графическому признаку сходства сопоставляемые словесные элементы являются сходными, поскольку выполнены буквами одного алфавита.

С точки зрения фонетического признака сходства словесные элементы «Кошелек» и «CASHELEK» по свидетельству №461387 являются сходными, поскольку их звучание практически совпадает за счет наличия близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, одинакового расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, одинакового числа слогов в обозначениях и их расположения, близости состава гласных и согласных звуков.

Фантазийность противопоставленного обозначения «CASHELEK» не позволяет проводить сравнительный анализ обозначений по семантическому признаку сходства.

Графически заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №461387 отличаются выполнением словесных элементов буквами разных алфавитов, вместе с тем, графический критерий сходство носит в данном

случае второстепенный характер за счет установленного фонетического сходства словесных элементов.

С учетом изложенного, решающим становится фонетическое звучание сравниваемых обозначений, поскольку именно в результате произношения слова оно запоминается потребителем.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №461387 являются сходными в целом, несмотря на некоторые отличия.

Вероятность смешения заявленного обозначения и товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Сопоставительный анализ однородности услуг показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; 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 торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; реклама почтой; сбор информации в компьютерных базах данных; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая» и услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; аудит; ведение автоматизированных баз данных; выписка счетов; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации

бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; 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; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; услуги по сравнению цен; экспертиза деловая», указанные в перечнях противопоставленных товарных знаков, являются однородными, относятся к родовым группам “услуги информационно-справочные, посреднические, по продвижению товаров, рекламные, в сфере бизнеса, услуги по исследованию рынка и изучению общественного мнения”, содержат идентичные виды услуг, либо услуги, которые соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Заявленные услуги 36 класса МКТУ «агентства кредитные; агентства по взысканию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; анализ финансовый; банки сберегательные; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; информация по вопросам страхования; информация финансовая; исследования финансовые; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; котировки биржевые; кредитование под залог; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при страховании; предоставление ссуд [финансирование];

предоставление финансовой информации через веб-сайты; сделки посреднические с акциями и облигациями; спонсорство финансовое; страхование; управление недвижимостью; управление финансовое выплатами возмещений для третьих лиц; услуги банковские; услуги брокерские; услуги актуариев; финансирование; экспертиза налоговая» и услуги 36 класса МКТУ «агентства кредитные; агентства по взыскиванию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; агентства таможенные; анализ финансовый; аренда ферм и сельхозов; аренда финансовая; банки сберегательные; бюро квартирные; взыскание арендной платы; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; информация по вопросам страхования; информация финансовая; клиринг; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; котировки биржевые; ликвидация торгово-промышленной деятельности; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции банковские через Интернет; операции факторные; организация денежных сборов и подписей; оценка антиквариата; оценка драгоценностей; оценка марок; оценка недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при страховании; предоставление ссуд; предоставление ссуд под залог; проверка подлинности чеков; сбор благотворительных средств; сдача в аренду недвижимого имущества; сдача в аренду нежилых помещений; сдача квартир в аренду; спонсорство финансовое; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги актуариев; услуги банковские; услуги по выплате пенсий; услуги попечительские; учреждение взаимовыгодных; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая», указанные в перечнях противопоставленных товарных знаков, являются однородными, относятся к родовым группам «услуги в области финансов,

страхования, операции с недвижимостью, услуги оценочные, информационно-консультационные», содержат идентичные виды услуг, либо услуги, которые соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, являются взаимодополняемыми.

Следует указать, что заявитель в возражении не спорит с однородностью сопоставляемых товаров и услуг.

Высокая степень однородности сравниваемых услуг наряду с выводом о высокой степени сходства сравниваемых обозначений позволяет сделать вывод о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

Резюмируя вышеизложенный анализ, следует констатировать вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых обозначений в отношении однородных услуг 35, 36 классов МКТУ. Следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, так как не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, что позволяет признать выводы экспертизы правомерными.

Что касается доводов экспертизы о несоответствии заявленного обозначения пункту 10 статьи 1483 Кодекса, то коллегия обращает внимание на особенности применения нормы права.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к

рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия поясняет, что такая ситуация не идентична простому вхождению противопоставленных товарных знаков в состав заявленного обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. Для целей применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса могут быть определены также визуальные акценты, имеющиеся в составе товарного знака, иссечение которых не искажает образ обозначения в целом.

С учетом вышесказанного коллегия не усматривает правовых оснований для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе заявленного обозначения словесный элемент «КОШЕЛЕК» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент заявленного обозначения, сходство которого привело бы к несоответствию рассматриваемого обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Довод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса заявителем никак не проанализирован, в связи с чем коллегия приходит к выводу о том, что он не оспаривается заявителем.

Представленный заявителем социологический отчет ВЦИОМ [1] не может быть принят коллегией во внимание, так как никакого отношения в заявленному обозначению не имеет, поскольку проведен относительно мнения респондентов о сходстве/различии иных обозначений, в том числе, содержащих изобразительный элемент банка Тинькофф в виде герба и элементов «AI BANK».

Мнение заявителя о слабой различительной способности словесного элемента «КОШЕЛЕК» является неубедительным и не подтверждено документальными доказательствами. Аргумент заявителя, касающийся того, что слово «КОШЕЛЕК» в заявленном обозначении будет связано с банком Тинькофф и не спутается потребителями на рынке финансовых и банковских услуг, не преодолевает выводов коллегии о его сходстве с ранее зарегистрированными товарными знаками, и как

следствие несоответствия его регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.02.2022 и оставить в силе решение Роспатента от 16.12.2021.