

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 02.10.2020, поданное АО «АБР Менеджмент», Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2019732133, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение « **АССОЛЬ** » по заявке №2019732133 с приоритетом от 03.07.2019 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 03.07.2020 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2019732133 в отношении всех заявленных услуг 36, 38, 39, 42, 45 классов МКТУ, а также в отношении части услуг 43, 44 классов МКТУ, при этом в отношении всех заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ, а также в отношении части услуг 43, 44 классов МКТУ, правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Заключение мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с обозначением «**Asoll Soft**» по заявке №2019711557 с приоритетом от 18.03.2019, поданным на регистрацию в качестве товарного знака, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41 классов МКТУ [1].

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя других лиц товарными знаками:



- с товарным знаком «» (по свидетельству №658346 с приоритетом от 07.02.2017) в отношении услуг 41 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 41 класса МКТУ [2];



- с товарным знаком «» (по свидетельству №573954 с приоритетом от 08.04.2015) в отношении услуг 44 класса МКТУ, однородных части заявленных услуг 44 класса МКТУ [3];



- с товарным знаком «» (по свидетельству №477166 с приоритетом от 13.01.2011) в отношении услуг 35, 44 классов МКТУ, однородных части заявленных услуг 35, 44 классов МКТУ [4];

- с товарным знаком «**Ассоль**» (по свидетельству №274516 с приоритетом от 10.12.2002) в отношении услуг 43 класса, однородных части заявленных услуг 43 класса МКТУ [5].

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.10.2020, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель считает, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-5], в силу очевидных визуальных и семантических различий между ними;

- заявленное обозначение представляет собой графическое изображение корабля, под которым расположен словесный элемент «Ассоль», что создает в сознании потребителя ассоциацию с произведением Александра Грина «Алые паруса», тогда как противопоставленные товарные знаки [1-5] не несут в себе такую смысловую нагрузку, что различает их по семантическому признаку сходства;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-5] различаются по визуальному признаку сходства, так как выполнены разными видами и размерами шрифтов.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45 классов МКТУ.

По результатам рассмотрения возражения Роспатентом было принято решение от 30.11.2020 «отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.01.2021, оставить в силе решение Роспатента от 30.08.2020».

Не согласившись с данным решением, заявитель обратился в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным вышеуказанного решения Роспатента от 30.11.2020. Решением Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2022 по делу № СИП–190/2021 требования заявителя были удовлетворены, решение Роспатента от 30.11.2020 признано недействительным. При этом суд обязал Роспатент повторно рассмотреть возражение АО «АБР Менеджмент» на решение Роспатента от 03.07.2020 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2019732133.

Как следует из текста упомянутого акта «оспариваемое решение Роспатента от 30.11.2020 не содержит оценки сопоставления с рубриками противопоставленных товарных знаков и мотивированных выводов в отношении рубрик 44 класса МКТУ, в отношении которых административный орган решением от 03.07.2020 отказал в предоставлении правовой охраны».

Вместе с тем, по тексту данного акта указывалось, что «надлежащий оценки требуют и доводы заявителя относительно несогласия с проведенным сравнением на предмет сходства заявленного на регистрацию обозначения и противопоставленных товарных знаков, в том числе различного общего впечатления, которое производят сравниваемые обозначения, применительно к товарным знакам по свидетельствам №573954, №658346 и №477166, в частности, в связи с представленным в материалы дела заключением Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии Наук «Лаборатория социологической экспертизы» от 22.04.2021 №45-2021».

Кроме того, судебная коллегия обращала внимание на то, что «в отношении противопоставленного обозначения **Asoll Soft**» по заявке №2019711557 в настоящее время принято решение о признании её отозванной».

Помимо этого, судебная коллегия отмечала, что «в судебное заседание заявителем представлены документы, свидетельствующие о переходе к нему исключительного права на противопоставленный товарный знак «**Ассоль**» по свидетельству №274516 в отношении всех товаров 43 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации».

Таким образом, судебная коллегия резюмировала, что «принятие решение о признании заявки №2019711557 отозванной и переход к заявителю исключительного права на противопоставленный товарный знак по свидетельству №274516 свидетельствуют об изменении состава противопоставленных товарных знаков».

На заседании коллегии 26.04.2022 заявителем были приобщены письменные пояснения в материалы дела, в которых он отмечал следующее:

- изобразительные элементы комбинированного обозначения могут существенным образом менять общее впечатление, производимое словесным элементом;

- в решении Роспатента от 03.07.2020 не было проведено сравнение ни изобразительных элементов сопоставляемых обозначений, ни сопоставляемых обозначений в целом;

- фонетические, семантические и графические признаки сходства являются признаками сходства словесных элементов, а не признаками сходства комбинированных обозначений;

- ввиду отсутствия сходства до степени смешения между сравниваемыми товарными знаками отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сопоставляемых услуг одному хозяйствующему субъекту;

- в материалах дела отсутствуют доказательства фактического использования противопоставленных товарных знаков, равно как и доказательства их использования в отношении конкретных услуг, что свидетельствует о невысокой вероятности смешения;

- по обращению заявителя «Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН «Лаборатория социологической экспертизы» Федерального государственного бюджетного учреждения науки провел социологический опрос среди потребителей услуг 35, 41, 44 классов МКТУ;

- как следует из результатов социологического исследования в отношении каждого из противопоставленных товарных знаков, подавляющее большинство (от 84 % до 95 %) потребителей ответили, что спорное и противопоставленные обозначения производят различное общее зрительное впечатление.

Изучив материалы дела, и заслушав участвующих в рассмотрении возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (03.07.2019) поступления заявки №2019732133 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации.

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).



Заявленное обозначение «  » является комбинированным, состоящим из графического элемента в виде изображения корабля и из словесного

элемента «АССОЛЬ», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Заявленное обозначение включает в свой состав как изобразительный, так и словесный индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Таким словесным элементом заявленного обозначения является словесный элемент «АССОЛЬ», который и несет основную индивидуализирующую функцию заявленного обозначения.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ, а также части услуг 43, 44 классов МКТУ, основано на наличии сходных до степени смешения товарных знаков [1-5].

Противопоставленное обозначение «**Asoll Soft**» [1] является словесным, выполненным стандартным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивалась, в том числе, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что в отношении указанного противопоставленного обозначения «**Asoll Soft**» по заявке №2019711557 [1] Роспатентом 19.04.2021 было принято решение о признании заявки отозванной, следовательно, указанное противопоставление [1] не является препятствием для регистрации заявленного обозначения в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ в рамках

требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса и не требует анализа в настоящем заключении.



Противопоставленный товарный знак «
» [2] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из окружности, внизу которой расположен схематичный узор, в которую вписаны словесные элементы «Ассолька», «АКВА-КЛУБ», выполненные оригинальными шрифтами заглавными и строчными буквами русского алфавита. Словесный элемент «АКВА-КЛУБ» указан в качестве неохраняемого элемента. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 41 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «
» [3] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из графически проработанной буквы «А», изобразительного элемента в виде кроны дерева и из словесных элементов «АССОЛЬ», «КЛИНИКА ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ», выполненных стандартными шрифтами заглавными буквами русского алфавита. Словесный элемент «КЛИНИКА ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ» указан в качестве неохраняемого элемента. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 44 класса МКТУ.

Коллегия обращает внимание на то, что противопоставленные товарные знаки [2, 3] включают в свой состав как изобразительные, так и словесные индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Такими словесными элементами противопоставленных товарных знаков [2, 3] являются словесные элементы «Ассолька» и «АССОЛЬ» соответственно, которые и несут основную индивидуализирующую функцию указанных противопоставлений. Что касается словесных элементов «АКВА-КЛУБ» и «КЛИНИКА ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ» противопоставленных товарных знаков [2, 3], то, как было указано по тексту заключения выше, данные словесные элементы являются неохраняемыми элементами обозначений, следовательно, относятся к слабым элементам, не способным выполнять индивидуализирующую функцию в противопоставленных обозначениях.



Противопоставленный знак «  » [4] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из графического элемента в виде векторного знака женщины и словесного элемента «Assol», выполненного оригинальным шрифтом заглавной и строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 44 класса МКТУ.

Наиболее значимым элементом вышеуказанного противопоставленного товарного знака [4] является элемент «Assol», который выполнен крупным шрифтом в центре знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание знака в целом.

Противопоставленный знак « **АССОЛЬ** » [5] является словесным, выполненным оригинальным шрифтом заглавной и строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что между заявителем и правообладателем противопоставленного товарного знака по свидетельству №274516 [5] был заключен договор о распоряжении исключительным правом в отношении всех услуг 43 класса, по которому правообладателем всех услуг 43 класса МКТУ стал заявитель. Соответствующая запись о регистрации договора о распоряжении исключительным правом 27.01.2022 была внесена в Государственный реестр товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации. В связи с этим, указанный противопоставленный товарный знак [5] не является препятствием для регистрации заявленного обозначения в отношении услуг 43 класса МКТУ в рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса и не требует анализа в настоящем заключении.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4] показал, что они содержат фонетически сходные словесные элементы: «АССОЛЬ»/«Ассолька»/«АССОЛЬ»/«Assol», что приводит к звуковому сходству обозначений в целом.

Фонетически, заявленное обозначение и противопоставленные ему товарные знаки [2, 3, 4] характеризуются сходным звучанием. Так, заявленное обозначение прочитывается как [А С С О Л Ь], а противопоставленные ему товарные знаки [2, 3, 4] имеют следующие произношения: [А С С О Л Ь К А], [А С С О Л Ь], [А С С О Л]. Фонетическое сходство было установлено на основе наличия совпадающих согласных звуков [С, С, Л] и совпадающих гласных звуков [А, О], расположенных в одинаковой последовательности. Фонетическое сходство установлено на совпадающей части [А С С О Л]. Таким образом, сравниваемые обозначения имеют сходное звучание, что свидетельствует о том, что они являются сходными по фонетическому признаку сходства.

Визуально заявленное обозначение сходно со следующими товарными знаками [2, 3], так как и само заявленное обозначение, и данные противопоставленные знаки выполнены буквами русского алфавита. С противопоставленным товарным знаком [4] заявленное обозначение не является

сходным по визуальному признаку, так как они выполнены буквами латинского алфавита.

Что касается различных изобразительных элементов, содержащихся в заявленном обозначении и противопоставленных знаках [2, 3], то данные элементы не оказывают существенного влияния на вывод о сходстве знаков, так как графический признак носит вспомогательный характер, поскольку сходство знаков в целом признается за счет фонетического сходства словесных элементов.

Семантически, заявленное обозначение обозначает женское имя, впервые придуманное Александром Грином в произведении «Алые Паруса» (<https://nauka.club/literatura/assol-xarakteristika-obraza-proizvedeniya-alye-parusa-a-s-grin.html>), равно как и противопоставленный товарный знак [3], содержащий тождественный словесный элемент «Ассоль». Противопоставленный товарный знак [2] содержит в себе словесный элемент «Ассолька», который является уменьшительно-ласкательной формой к имени «Ассоль» (образован с помощью суффикса «к» и окончания «а»), в силу чего также является сходным по семантическому критерию сходства с заявленным обозначением. Что касается противопоставленного товарного знака [4], коллегия сообщает, что, так как словарные значения словесного элемента «Assol» отсутствуют, невозможно произвести его семантический анализ.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг

целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» заявленного обозначения являются

однородными услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц]» противопоставленного товарного знака [4], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам по продвижению товаров, имеют одинаковое назначение, сферу применения и единый круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; регистрация данных и письменных сообщений; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» заявленного обозначения не являются однородными услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц]» противопоставленного товарного знака [4], так как указанные испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ относятся к услугам информационно-справочным, к услугам посредническим, к услугам в области бухгалтерского учета, к услугам по прокату офисного оборудования, к кадровым услугам, к услугам по сбору и систематизации информации в Интернет сети, к услугам конторским и секретарским, к услугам по исследованию общественного мнения, к услугам по исследованию рынка, к

услугам оценочным, а также к услугам консультативным и менеджерским в сфере бизнеса, в то время как услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [4] относятся к услугам по продвижению товаров, то есть сравниваемые услуги имеют разное назначение, отличный круг потребителей и различную сферу применения.

Услуги 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; воспитание физическое; дискотеки; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные [развлечение]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация и проведение семинаров; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; передача ноу-хау [обучение]; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; проведение туров с

восхождением; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; прокат декораций для шоу-программ; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; составление программ встреч [развлечение]; тьюторинг; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги диск-жокеев; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; услуги устных переводчиков; учреждения дошкольные [воспитание]; фотографирование; фоторепортажи; школы-интернаты; шоу-программы; хронометраж спортивных состязаний» заявленного обозначения являются однородными услугам 41 класса МКТУ «академии [обучение]; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам обучения; клубы здоровья; организация досуга; организация и проведение мастер-классов; проведение фитнес-классов; развлечения; редактирование текстов, за исключением рекламных; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги переводчиков; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; фотографирование» противопоставленного товарного знака [2], так как сравниваемые услуги относятся к услугам в области образования, к услугам в сфере развлечений, к услугам в области физического воспитания и спорта, к услугам редакционно-издательским, к

услугам, предоставляемым переводчиками, а также к услугам в области фотографии, имеют одинаковое назначение, сферу применения и единый круг потребителей.

Услуги 41 класса МКТУ «агентства по предоставлению моделей для художников; аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; кинопрокат; киностудии; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение симпозиумов; организация лотерей; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление услуг игровых залов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneитофонов; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат театральных декораций; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; сочинение музыки; субтитрование; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги гидов; услуги казино [игры]; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги оркестров; услуги светотехников для мероприятий; услуги студий записи» заявленного обозначения являются однородными услугам «академии [обучение]; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам обучения; клубы здоровья; организация досуга; организация и проведение мастер-классов; проведение фитнес-классов;

развлечения; редактирование текстов, за исключением рекламных; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги переводчиков; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; фотографирование» 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2], поскольку заявленные услуги относятся к услугам агентств по предоставлению моделей для художников, к услугам по прокату различной продукции и оборудования, к услугам культурно-просветительских учреждений, к услугам в области производства кино-, аудио- и видеозаписей, к услугам по выпуску музыкальной продукции, к услугам по дрессировке животных, к услугам, связанным с игорным бизнесом, к услугам по написанию сценариев, к услугам по организации деловых мероприятий, к услугам по предоставлению музыкальных и видео файлов, к услугам информационным, к услугам по сочинению музыки, к услугам гидов, к услугам композиторов, а также к услугам оркестров, в то время как услуги 41 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2] относятся к услугам в области образования, к услугам в сфере развлечений, к услугам в области физического воспитания и спорта, к услугам редакционно-издательским, к услугам, предоставляемым переводчиками, а также к услугам в области фотографии, то есть сравниваемые услуги имеют разное назначение, отличный круг потребителей и различную сферу применения.

Услуги 44 класса МКТУ «бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; больницы; ваксинг; восковая депиляция; дезинтоксикация токсикоманов; диспансеры; дома с сестринским уходом; имплантация волос; консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; консультации по вопросам фармацевтики; лечение гомеопатическими эссенциями; лечение с помощью животных [зоотерапия]; логопедия; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; обследование медицинское; ортодонтия; осеменение искусственное; паллиативная помощь; парикмахерские; пирсинг; помощь акушерская; помощь зубоврачебная; помощь медицинская; приготовление фармацевтами лекарств по рецептам; прокат медицинского оборудования; прокат санитарно-технического оборудования; реабилитация пациентов с наркотической зависимостью; салоны красоты; санатории; скрининг; служба банков крови; служба

санитарная; советы по вопросам здоровья; составление цветочных композиций; стоматология; татуирование; услуги бальнеологических центров; услуги банка человеческих тканей; услуги в области ароматерапии; услуги визажистов; услуги домов для выздоравливающих; услуги домов отдыха; услуги медицинских клиник; услуги медицинского анализа для диагностических и лечебных целей, предоставляемые медицинскими лабораториями; услуги нетрадиционной медицины; услуги оптиков; услуги ортодонтические; услуги по исправлению дефектов речи; услуги по оплодотворению в пробирке; услуги по экстракорпоральному оплодотворению; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; уход за больными; физиотерапия; хирургия пластическая; хосписы; центры здоровья» заявленного обозначения являются однородными услугам «восковая депиляция; имплантация волос; консультации по вопросам фармацевтики; косметология, в том числе аппаратная косметология; косметология врачебная; лазерная косметология; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж, в том числе медицинский массаж; парикмахерские; помощь акушерская; салоны красоты; татуирование; услуги анестезиологов; услуги визажистов; услуги гинекологов; услуги дерматовенерологические; услуги медицинских клиник; услуги оториноларингологов; услуги реаниматологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги терапевтические; услуги хирургические, в том числе лазерная хирургия; хирургия пластическая; хирургия челюстно-лицевая; услуги ультразвуковой диагностики; физиотерапия; услуги оптиков» 44 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [3, 4], так как так как относятся к услугам общемедицинским и лечебно-профилактическим, а также к услугам центров красоты, имеют одинаковое назначение и один круг потребителей.

Заявителем в возражении от 02.10.2020 и в дополнении к нему от 26.04.2022, равно как и на заседании коллегии 26.04.2022, не оспаривалась однородность услуг.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [2, 3, 4]

в отношении однородных услуг 35, 41, 44 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Тем не менее, решение о регистрации заявленного обозначения №2019732133 должно быть изменено, так как, при анализе на предмет однородности услуг 35, 41, 44 классов МКТУ заявленного обозначения и услуг 35, 41, 44 классов МКТУ сходных противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4] были выявлены неоднородные услуги, а именно услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь

административная в вопросах тендера; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; регистрация данных и письменных сообщений; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», услуги 41 класса МКТУ «агентства по предоставлению моделей для художников; аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; кинопрокат; киностудии; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и

радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение симпозиумов; организация лотерей; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление услуг игровых залов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомэгнитофонов; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат театральных декораций; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; сочинение музыки; субтитрование; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги гидов; услуги казино [игры]; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги оркестров; услуги светотехников для мероприятий; услуги студий записи», в отношении которых заявленное обозначение должно быть также зарегистрировано.

Кроме того, заявленное обозначение может быть зарегистрировано в отношении всех заявленных услуг 43 класса МКТУ, так как заявителем были преодолены препятствия в отношении противопоставленного товарного знака по свидетельству №274516 [5] (обоснование приведено по тексту заключения выше), а иных противопоставлений по услугам 43 класса МКТУ коллегией обнаружено не было.

В отношении представленного заявителем Заключения №45-2021 от 22.04.2021, проведенного Лабораторией Социологической Экспертизы коллегия поясняет следующее.

Следует особо указать, что представленное Заключение не опровергает вывод Роспатента о том, что сильными (доминирующими) элементами сравниваемых обозначений являются словесные элементы «АССОЛЬ»/«Ассолька»/«Assol».

Необходимо отметить, что согласно Методическим рекомендациям, в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный элемент, так как он запоминается легче изобразительного и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения.

Вывод о сходстве сильных (доминирующих) элементов сравниваемых товарных знаков признается на основании признаков, перечисленных в пунктах 42 и 43 Правил.

Таким образом, выводы третьих лиц, касающиеся сходства или отсутствия сходства доминирующих элементов сравниваемых обозначений не могут быть приняты во внимание, поскольку сделаны без учета подходов, определенных в пунктах 42 и 43 Правил.

Вместе с тем, коллегия обращает внимание на то, что правовая охрана заявленному обозначению по заявке №2019732133 испрашивалась в отношении услуг 35, 41, 43, 44 классов МКТУ, которые относятся, в том числе, к услугам по продвижению товаров, к услугам в сфере развлечений, к услугам в области физического воспитания и спорта, к услугам редакционно-издательским, к услугам общемедицинским и лечебно-профилактическим.

Согласно методике исследования выборка респондентов была произведена с помощью вопроса – фильтра и формировалась из потребителей услуг 35, 41, 43, 44 классов МКТУ.

При этом необходимо отметить, что данная выборка не позволяет разделить респондентов по группам, а также установить количество респондентов, которое отвечало на конкретные вопросы в отношении определенной группы услуг.

В свою очередь доказательств (опросных листов), позволяющих провести проверку по количеству отвечающих на определенные вопросы респондентов, заявителем в материалы дела не представлено.

В этой связи данные, приведенные в Заключение, не могут быть признаны репрезентативными.

Таким образом, коллегия не может принять во внимание выводы, отраженные в Заключении №45-2021 от 22.04.2021.

Довод заявителя о том, что в материалах дела отсутствуют доказательства фактического использования противопоставленных товарных знаков, равно как и доказательства их использования в отношении конкретных услуг, что свидетельствует о невысокой вероятности смешения, не влияют на законность настоящего решения, поскольку заявителем в материалы дела не были представлены документы, которые могли бы свидетельствовать о неиспользовании противопоставленных товарных знаков их правообладателями в гражданском обороте. Данные обстоятельства не опровергались заявителем и на заседании коллегии 26.04.2022.

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

удовлетворить возражение, поступившее 02.10.2020, изменить решение Роспатента от 03.07.2020 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2019732133.