

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 05.05.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №845164, поданное ООО «СОЛАНГЕЛ», Республика Узбекистан (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.



Регистрация оспариваемого товарного знака «» с приоритетом от 26.07.2021 по заявке № 2021746895 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 23.12.2021 за № 845164 в отношении товаров и услуг 25, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Чибисовой В.И., Россия. Роспатентом 01.03.2022 был зарегистрирован договор об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров и услуг (дата публикации и номер бюллетеня: 01.03.2022 Бюл. №5), в соответствии с которым правообладателем знака стала компания «Ангеланн ФЗ-ЛЛС», Объединенные Арабские Эмираты (далее – правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.05.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 845164 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с



противопоставленным ему товарным знаком «S O L A N G E L A N N» по свидетельству №828501;

- сравнивая словесные элементы оспариваемого и противопоставленного товарных знаков на предмет фонетического сходства, можно сделать вывод о фонетическом тождестве сильных словесных элементов «ANGELANN», они одинаково произносятся и воспринимаются на слух;

- словесные элементы «ANGELANN» сравниваемых знаков тождественны по семантическому признаку;

- оригинальная графика стилизованного исполнения буквы «А» в оспариваемом товарном знаке повторяется в графике буквы «А», вписанной в изобразительный элемент противопоставленного товарного знака;

- таким образом, оспариваемый и противопоставленный знаки ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их некоторые отличия;

- правообладатель оспариваемого знака подтверждает, что сравниваемые знаки являются сходными, направляя организаторам международных выставок претензии с угрозами судебных разбирательств, ссылаясь на регистрации товарных знаков на территории ОАЭ, препятствуя участию в международных модных выставках бывшему владельцу товарного знака по свидетельству №828501;

- товарный знак по свидетельству №828501 приобрел высокую репутацию в Российской Федерации и за ее пределами благодаря тому, что первоначальный владелец знака, а теперь и лицо, подавшее возражение, являются производителями одежды и аксессуаров премиум класса. Бутки с одеждой под товарным знаком лица, подавшего возражение, можно найти в Москве, Париже, Лондоне, Мюнхене, Лос-Анджелесе, Дохе, Дубае, Абу-Даби, Эль-Кувейте, Ташкенте и Харькове. Клиентки бренда могут заказать и уникальный наряд. Одними из самых модных поклонниц марки можно назвать Бейонсе, Леди Гагу, Пэрис Хилтон. Прежний правообладатель товарного знака по свидетельству №828501 также владеет международной регистрацией №1637401 на базе оспариваемого товарного знака. Правовая охрана знака по международной регистрации №1637401 распространяется на множество стран, включая Азербайджан, Францию, Германию, Китай, Италию, Монако, Турцию;

- в связи с узостью сегмента рынка, на который распространяются товары и услуги лица, подавшего возражение, и в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак, есть вероятность возникновения у потребителя представления о том, что сравниваемые знаки принадлежат одному лицу;

- регистрация оспариваемого знака вводит потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров / лица, оказывающего услуги.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №845164 недействительным полностью.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

1. Распечатки оспариваемого и противопоставленного товарных знаков;
2. Распечатка статьи из сети Интернет;
3. Распечатка знака по международной регистрации №1637401;
4. Претензия от 21.03.2022 от правообладателя оспариваемого знака к организатору международной выставки «Middle East Fashion Week»;
5. Свидетельства на товарные знаки №366019, №366020 в ОАЭ;
6. Свидетельство о регистрации ООО «СОЛАНГЕЛ»;
7. Лицензия на ведение коммерческой деятельности «Ангеланн ФЗ-ЛЛС».

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения, отметив следующее:

- товарный знак лица, подавшего возражение, сходен с коммерческим обозначением, используемым правообладателем на территории Российской Федерации, права на которое возникли ранее даты приоритета противопоставленного товарного знака;

- Чибисова В.И. (лицо, на которое первоначально был зарегистрирован оспариваемый товарный знак) 12.06.2015 года заключила договор авторского заказа на разработку логотипа, согласно которому компания «FURNITEX» приняла на себя обязательство создать логотип с использованием слов «AngelAnn» и передать права на него Чибисовой В.И. Исполнение данного договора подтверждается актом приемки-передачи. Указанный логотип вошел в состав товарного знака по свидетельству №212895, который был зарегистрирован на имя Чибисовой В.И. на территории Украины с датой приоритета от 12.03.2015, датой регистрации

от 10.06.2016. Правовая охрана указанного знака распространяется на товары и услуги 25 и 35 классов МКТУ;

- Чибисова В.И. осуществляла деятельность по реализации текстильных и меховых изделий бренда под логотипом «Angel Ann». Первоначально продажа изделий осуществлялась только на территории Украины. Первый магазин был открыт в 2014 году. В последующем магазины с одноименным брендом были открыты в других странах, включая Российскую Федерацию. Согласно представленным в дело краткосрочным договорам аренды помещений Чибисова В.И. использовала их исключительно для розничной торговли с наименованием «Maison D'AngelAnn» и продажи женской одежды торговой марки «Maison D'AngelAnn». Кроме того, Чибисова В.И. осуществляла реализацию изделий с использованием коммерческого обозначения «AngelAnn» посредством распространения неопределенному кругу лиц каталогов с изображением товаров, предлагаемых для покупки, распространения изделий бренда посредством социальных сетей, в том числе, запрещенной на территории Российской Федерации – Инстаграм, распространение изделий посредством сети Интернет;

- таким образом, противопоставленный товарный знак был зарегистрирован намного позже даты возникновения права на коммерческое обозначение, а также позже даты приоритета товарного знака со словесными элементами «Angel Ann» по свидетельству №212895 на территории Украины, права на которые принадлежат первоначальному правообладателю оспариваемой регистрации (Чибисовой В.И.);

- противопоставленный товарный знак был зарегистрирован незаконно. Он является сходным с логотипом и коммерческим обозначением, права на которые принадлежат правообладателю, а также регистрация противопоставленного знака вводит потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров / лица, оказывающего услуги, представляет собой злоупотребление правом.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №845164.

Правообладателем были представлены следующие материалы (их копии):

8. Определение Арбитражного суда г. Москвы по делу №А40-45350/2023;
9. Скриншот со страницы в социальной сети Инстаграм - anna_chybisova о коллаборации;
10. Протокол №1 от 25.11.2020 года о создании ООО «Сол Ангеланн»;

11. Заключение эксперта №6562 от 11.08.2022;
12. Протокол внеочередного общего собрания участников ООО «Сол Ангеланн» от 14.05.2021;
13. Распечатка с сайта - maisonangelann - сведения о сооснователях бренда;
14. Список партнеров компании «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» (ОАЭ);
15. Свидетельство на регистрацию товарного знака на территории Украины №212895;
16. Договор аренды помещения в г. Харьков от 08.09.2014;
17. Договор авторского заказа на разработку логотипа №10/2015 от 12.06.2015;
18. Акт приема-передачи от 19.06.2015 года к договору авторского заказа на разработку логотипа № 10/2015 от 12.06.2015;
19. Договор на изготовление полиграфической продукции от 12.01.2015;
20. Акт выполненных работ от 02.02.2015 года к договору на изготовление полиграфической продукции от 12.01.2015;
21. Копия титульной страницы каталога на осень-зиму 2015-2016 годов;
22. Скриншот со страницы в социальной сети Инстаграм - anna_chybisova о коллаборации;
23. Скриншот со страниц в социальной сети Инстаграм: d_angelann, d_angelann_moscow, anna_chybisova;
24. Скриншот со страниц в социальной сети Инстаграм: sol_by_irenasoprano, sol_angelann;
25. Справка о принадлежности сайта и домена;
26. Краткосрочный договор аренды коммерческой недвижимости от 15.08.2016;
27. Договор аренды нежилых помещений № 17/К/ДА/840 от 01.07.2017;
28. Краткосрочный договор аренды коммерческой недвижимости №2.11*/КДА от 09.04.2018;
29. Договор субаренды нежилых помещений № 18/ИПМ/ДА/316 от 01.04.2018;
30. Договор субаренды нежилых помещений № 19/ИПМ/ДА/262 от 01.03.2019;
31. Скриншоты - фото помещений с вывесками;
32. Договор купли-продажи 10/1 от 10.10.2017 года с приложениями и документами к нему;
33. Кассовый и товарный чек на изделие;

34. Протокол осмотра письменных доказательств от 01.06.2018 года, №77/719-н/77-2018-11-159;
35. Распечатка с сайта maisonangelann - сведения о сооснователях бренда;
36. Протокол №1 от 25.11.2020 - о создании ООО «Сол Ангеланн»;
37. Заключение эксперта №6562 от 11.08.2022;
38. Протокол внеочередного общего собрания участников ООО «Сол Ангеланн» от 14.05.2021;
39. Скриншоты с сайтов в сети Интернет solangelann.ru, solangelann.com;
40. Скриншоты изделий, продаваемых в сети Интернет и через магазин «Solangel»;
41. Фото магазина «Solangel»;
42. Определение Арбитражного Суда города Москвы по делу № А40-45350/2023.

Корреспонденциями от 30.07.2024, 29.11.2024 и 20.12.2024, а также на заседании коллегии 02.12.2024, от лица, подавшего возражение, поступили дополнения к возражению, суть которых сводится к следующему:

- обозначение «АНГЕЛ АННА» / «ANGEL ANNA» начало использоваться еще в 2014 году Анной Федоровой (псевдоним Анна Сопрано), сестрой Ирины Лариковой (псевдоним Ирена Сопрано, учредитель первоначального правообладателя). В 2015 году сестры создали коллекцию «SOL&ANGELANNA», которая была представлена в Республике Казахстан, ОАЭ, России. Сестры Сопрано использовали данное обозначение и для следующих коллекций, представленных в различных странах. В 2018 году Ирэна Сопрано сделала несколько набросков бренда «Sol Angel» с символом солнца («SOL») и уже использованными ранее в показах одежды буквами «ANGELANN» в логотипе, после чего обратилась к профессионалу для отрисовки логотипа в цифровом формате и использования в создании знака графического символа солнца («SOL») и «Angelann». По результатам отрисовки был разработан логотип, который был подан на регистрацию и зарегистрирован в качестве товарного знака по свидетельству №828501. Коллекция с кристальными платьями под этим товарным знаком появилась в 2018 году. Кристальные платья «SOL ANGELANN», некоторые из которых полностью отшиваются вручную, приобрели небывалую популярность;

- в настоящее время противопоставленный товарный знак используется как правообладателем, так и ООО «СОЛ-АТЕЛЬЕ» в рамках заключенного между данными сторонами договора. Товары бренда «SOL ANGELANN» можно купить на маркетплейсе «ОЗОН», в интернет-магазине «VIPAVENUE» и в других Интернет-магазинах;

- пока первый владелец товарного знака лица, подавшего возражение, развивал бренд и вкладывался в его продвижение, Чибисова В.И. копировала модели одежды, разработанные ателье Лариковой И., отшивая их из блестящей ткани, пытаясь сделать их похожими на оригинал и паразитируя на популярности бренда «SOL ANGELANN», позиционируя свои платья как бренд «ANGELANN»;

- представленными правообладателем материалами не доказана реализация изделий бренда «ANGELANN» в Российской Федерации с 2014 года. Приведенные отсылки на страницы сети Инстаграм не содержат информации о предложениях к продаже одежды, маркированной оспариваемым товарным знаком «ANGELANN» с даты более ранней, чем дата приоритета товарного знака лица, подавшего возражение, представленные фото демонстрируют модель в разных одеждах неизвестной маркировки. Представленный договор на изготовление полиграфической продукции, в том числе, каталог одежды сезона зима 2015-2016 с названием каталога «MAISON D'ANGELANN» на Украине в количестве 50 штук не доказывает ввоза и реализации этих товаров на территорию Российской Федерации и известность этого обозначения среди потребителей;

- материалами отзыва не доказано и фактическое непрерывное использование коммерческого обозначения «ANGELANN» в Российской Федерации до даты приоритета товарного знака по свидетельству №828501;

- зарегистрированный на Украине комбинированный товарный знак не имеет отношения к предмету рассматриваемого возражения;

- правообладатель рассылает контрагентам лица, подавшего возражение, и его лицензиата ложную информацию о якобы нарушении лицом, подавшим возражение, и его контрагентами исключительного права на оспариваемый товарный знак «ANGELANN» с более поздней датой приоритета, чем товарный знак ООО «СОЛАНГЕЛ», а также о нарушении исключительного права на его товарные знаки со словесным элементом «ANGELANN», не имеющие защиты в Российской Федерации, чем наносит репутационный и материальный ущерб деятельности ООО «СОЛАНГЕЛ», его лицензиата, учредителю лицензиата. Налицо недобросовестные действия правообладателя в целях нанести ущерб деятельности ООО «СОЛАНГЕЛ», его лицензиата и их контрагентов.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

43. Статья «Бренд, который одевает звездных детей» от 05.10.2014 - ARTMOSKOVIA.RU;
44. Статья от 10.06.2015 Астана премия Муз-ТВ _ Fashion-Concert.org;
45. Статья от 26.10.2015 Сестры-дизайнеры Сопрано представили новую коллекцию МАМА&ДОЧКА! _ Fashion-Concert.org;
46. Статья «Сестры дизайнеры Сопрано презентовали очаровательную новую коллекцию МАМА&ДОЧКА» от 27.10.2015;
47. Статья «В Дубае второй фестиваль русской культуры «Матрешка» от 12.03.2016. Fashion-Concert.org;
48. Статья «Совместная коллекция сестер Сопрано SOL&ANGELANNA» от 22.05.2016;
49. Статья «Коллекция сестер Сопрано SOL&ANGELANNA» от 22.05.2016. MOSKOWNEWS.com;
50. Статья «Анна Сопрано - показ модного бренда Sol Atelier» в Москве от 11.11.2016. 366info.ru;
51. Статья "SOLнце осветило Арабский city walk» от 18.11.2017. Follow Me Magazine;
52. Протокол осмотра доказательств - публикации «SOL ANGELANN»;
53. Статья «Новая коллекция SOL ATELIER Ирины Сопрано» от 13.05.2019. 366info.ru;
54. Статья «SOL ATELIER подарили новый ДНК маленькому черному платью» от 09.09.2019. ARTMOSKOVIA.RU;
55. Статья «Альбина Джанабаева в платье SOL ANGELANN дизайнера Ирины Сопрано на премии ЖАРА в Дубаи» от 15.05.2019;
56. Лицензионный договор по товарному знаку по свидетельству №828501, платежный документ и информация о делопроизводстве по его регистрации;
57. Решение Арбитражного суда Москвы от 10.07.2024 по делу №А40-45350-2023;
58. Рамочный договор о сотрудничестве компаний «Сол Ателье» и «СОЛАНГЕЛ»;
59. Переписка Лариковой И. с Мохаммадом Аль-Хунайи с переводом на русский язык;
60. Договор пошива и реализации изделий;
61. Определение по делу №А40-157377-2018_20190704 (о нарушении авторского права);
62. Скриншот страницы taplink sol angelann – angelann;

63. Открытие страницы с taplink sol angelann – angelann;
64. Предложения на avito - Прокат платье оригинал sol angelann;
65. Книга жалоб и предложений;
66. «SOL ANGELANN» - в Интернет магазине «VipAvenue»;
67. «SOL ANGELANN» — в Интернет-магазине «OZON»;
68. Точки продаж «SOL ANGELANN»;
69. Распечатки статей из сети Интернет (www.solangel.ru, www.pagesix.com, www.loficcilarabia.com, www.grazia.ru);
70. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда за №А40-45350/23 от 13.12.2024;
71. Нотариальный документ об отзыве одним из двух участников правообладателя «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» - компанией «The Gate business services» доверенности от 21.06.2023 на имя Чибисовой А., предоставляющей полномочия на действия от имени «The Gate business services»;
72. Письмо Мохамеда Аль-Хунайти;
73. Претензия «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» в ООО «ВРЕМЕНА ГОДА»;
74. Претензия «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» в «GOLDEN LINE»;
75. Претензия «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» в «NA STYLE boutique»;
76. Уведомление ООО «Барниус» о претензии «Ангеланн ФЗ-ЛЛС»;
77. Прекращение юридического лица правообладателя - протокол осмотра доказательств от 12.11.24 с нотариальным переводом;
78. Выписка банка 24.07.24 - оплата ООО «Сол-Ателье» по лицензии в ООО «Solangel»;
79. Письмо от ООО «Линия»;
80. Фотографии вывесок лица, подавшего возражение;
81. Видеофайл с адресом и вывеской лица, подавшего возражение.

С корреспонденцией от 25.12.2024, а также на заседании коллегии, состоявшемся 29.01.2025, от правообладателя были представлены следующие дополнения к отзыву на возражение:

- оспариваемый и противопоставленный знаки не являются сходными. Оспариваемый знак имеет транскрипцию [Ангел-Ан], ударение падает на оба слов 'Angel 'Ann [Ангел Ан], в свою очередь транскрипция противопоставленного знака - [А СОЛ АНГЕ-ЛАН], ударение

падает на слово 'SOL [COЛ], и на слог 'LANN [ЛАН]. Изложенное свидетельствует об отсутствии фонетического сходства. Знаки не имеют и семантического сходства (оспариваемый знак состоит из словосочетания, состоящего из слова «angel», что в переводе на русский язык означает «ангел» и элемента «анп», не имеющее самостоятельного смыслового значения, в свою очередь противопоставленный знак образован словосочетанием, состоящим из буквы «А», и слов «SOL» и «ANGELANN», где «Sol» может означать термин «сол» (англ. sol, solar - солнечный) используется планетарными астрономами для определения продолжительности солнечных суток на Марсе, «ANGELANN» не имеет смысловой составляющей). Между знаками отсутствует графическое сходство (оспариваемый знак – это комбинированное обозначение, выполненное оригинальным курсивом буквами латинского алфавита, а противопоставленный знак - это комбинированное обозначения в виде стилизованного солнца, размещенного внутри окружности, при этом словесная часть, выполнена стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, а буква «А», расположенная в центре выполнена курсивом);

- важным является также то, что в противопоставленном знаке доминирующее положение занимает изобразительный элемент, так как словесная часть выполнена мелким шрифтом. В то время как спорное обозначение имеет размашистое написание с повторяющимися буквами, что привлекает дополнительное внимание и запоминание потребителем.

От лица, подавшего возражение, поступила корреспонденция от 22.01.2025 с дополнительными пояснениями к возражению:

- распечатки с официальных сайтов лица, подавшего возражение, и его лицензиата solangelann.ru, solangel.ru содержат предупредительную надпись в нижней части сайта с указанием фирменных наименований правообладателя товарного знака по свидетельству №828501 (ООО «SOLANGEL») и его лицензиата (ООО «Сол-Ателье»), и адресом местонахождения в г. Москва, что опровергает ложное утверждение правообладателя об отсутствии магазина solangelann.ru и оффлайн магазина лица, подавшего возражение, и его лицензиата;

- правообладатель, утверждая о несхождении оспариваемого и противопоставленного знаков, противоречит своим же ранее приведенным доводам и массовым претензиям в адрес контрагентов лица, подавшего возражение;

- сходство оспариваемого и противопоставленного товарных знаков подтверждается полученными в результате экспертизы международной заявки №1637401 на базе товарного знака №828501 уведомлениями о предварительном отказе ведомства по интеллектуальной собственности Украины, где товарному знаку лица, подавшего возражение, были противопоставлены национальная регистрация по свидетельству №212895 со словесным элементом «ANGELANN» в Украине.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены:

82. Журнал «GRAZIA» аудитория и география читателей;

83. Декларация ЕАС о соответствии товаров «Sol Angelann» от 12.11.2019;

84. Уведомление о предварительном отказе в Украине по международной регистрации №1637401 «Sol Angelann»;

85. Уведомление о предварительном отказе в ОАЭ международной регистрации №1637401 «Sol Angelann».

На заседании коллегии, состоявшемся 12.02.2025, правообладатель представил следующую дополнительную позицию к отзыву на возражение:

- согласно положениям статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности «чтобы определить может ли быть знак предметом охраны, необходимо учитывать все фактические обстоятельства, особенно продолжительность применения знака». Следовательно, необходимо учитывать зарегистрированный на имя правообладателя территории Украины товарный знак со словесными элементами «Angel Ann» с датой приоритета от 12.03.2015. Кроме того, правообладатель представлял документы, подтверждающие использование спорного знака. Например, обложка каталога 2015-2016 гг., бирки одежды доказывают первенство разработчиков бренда одежды. Продукция с использованием оспариваемого знака продавалась в центральных магазинах Москвы, в настоящее время функционирует магазин в торговом центре «Гименей» по адресу: Москва, ул. Большая Якиманка, 22.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (26.07.2021) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных

знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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 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.

Согласно пункту 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 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. 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 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на товарный знак по свидетельству №828501, сходный, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым

товарным знаком. Кроме того, согласно возражению, регистрация товарного знака по свидетельству №845164 на имя правообладателя вводит потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары / оказывающего услуги. Изложенное свидетельствует о его заинтересованности в подаче настоящего возражения по приведенным в возражении основаниям.

Предоставление правовой охраны товарному знаку «» по свидетельству №845164 оспаривается ввиду несоответствия произведенной регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего лицом, подавшим возражение, был противопоставлен товарный знак по свидетельству №828501.



Противопоставленный товарный знак «S O L A N G E L A N N» является комбинированным и состоит из словесных элементов «SOL ANGELANN», выполненных стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, а также из помещенного выше изобразительного элемента в виде окружности, внутри которой вписано стилизованное изображение солнца, в центре солнца помещена оригинально исполненная буква «А». Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении, в том числе, товаров и услуг 25, 35, 40 классов МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оспариваемый знак включает в свой состав элемент «», имеющий оригинальное графическое исполнение, вместе с тем, несмотря на определенную степень стилизации данного элемента, он легко прочитывается как «ANGEL ANN».

Словесный элемент «ANGEL ANN» оспариваемого знака фонетически полностью входит в состав противопоставленного знака «SOL ANGELANN», что обуславливает их близкое произношение и звуковое восприятие потребителями. Наличие в составе оспариваемого знака дополнительного словесного элемента «SOL» учтено, однако, наличие данного элемента не приводит к выводу об отсутствии звукового сходства знаков,

поскольку иной его словесный элемент полностью воспроизводится в противопоставленном знаке, совпадающими в рассматриваемом случае является целых восемь букв, расположенных в одинаковой последовательности [a-n-g-e-l-a-n-n]. Что касается буквы «А» в противопоставленном знаке, то в условиях устной коммуникации данная буква вряд ли прочитывается потребителями.

Относительно семантического критерия сходства коллегией было установлено следующее. Словесный элемент «ANGELANN» противопоставленного знака может быть воспринят в качестве слитно написанных слов «ANGEL» и «ANN», в связи с чем он будет вызывать одинаковые ассоциации с оспариваемым знаком (ангел Анна¹). Действительно, добавление начального слова «SOL», которое переводится как «солнце»², может привести дополнительный смысловой образ товарному знаку по свидетельству №828501, однако, сравниваемые средства индивидуализации, тем не менее, имеют одинаковую отсылку к ангелу по имени Анна, что предопределяет близкие представления, вызываемые исследуемыми обозначениями.

При сопоставлении оспариваемого и противопоставленного товарных знаков на предмет графического сходства можно говорить о совпадении латинского алфавита, используемого при исполнении их словесных элементов, кроме того, начальная буква «А» в слове «angel» оспариваемого знака полностью воспроизводится в составе противопоставленного знака (помещена в центре солнца).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые знаки ассоциируются друг с другом в целом. Изложенное позволяет сделать заключение об их сходстве, несмотря на отдельные отличия.

Товары 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; ботсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки;

¹ https://sokrat_en_ru.academic.ru/2695, Персональный Сократ, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/818754>

² https://modern_usage_es_ru.academic.ru/19710, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/1028494>

каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для ботс; шляпы; штанишки детские [белье

нижнее]; стрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» оспариваемого знака идентичны или в высокой степени однородны с товарами 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда];

пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» противопоставленного знака. Так, сравниваемые товары 25 класса МКТУ относятся к одежде, обуви, головным уборам (и их частям) и, следовательно, могут быть произведены одним лицом, иметь совместные каналы реализации, одну группу потребителей.

Кроме того, коллегия соглашается с доводами возражения о наличии однородности между оспариваемыми товарами 25 класса МКТУ, относящимися к производству одежды, а также противопоставленными услугами 40 класса МКТУ, которые представляют собой услуги по пошиву одежды (а также тесно связанными с ними услугами по работе с тканями, кожей и мехом). Сравнимые виды деятельности направлены на удовлетворение одной и той же потребности потребителя - обеспечение одеждой. Кроме того, сравниваемые товары и услуги могут быть представлены через одни и те же каналы сбыта (например, магазины одежды могут предлагать услугу индивидуального пошива наряду с продажей готовой продукции). Так, компании, занимающиеся производством и продажей одежды, также могут предоставлять услуги пошива, чтобы расширить ассортимент своих предложений и привлечь больше клиентов. Потребителями обоих видов товаров/услуг обычно являются люди, заинтересованные в приобретении одежды. Даже если они выбирают готовую одежду вместо пошива, они все равно остаются потенциальными клиентами обеих категорий.

Кроме того, коллегия приходит к выводу о наличии однородности между услугами 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит

финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайнпродаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой

информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; 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; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческими проектами для строительных проектов; 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 административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», а также услугами 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда

офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; 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; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; 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 выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной

целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; 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 офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; 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; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; 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 коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской

лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» противопоставленного знака. Так, данные услуги относятся к одним родовым группам (услуги по продвижению товаров, включая их рекламу и продажу, услуги по исследованию рынка и общественного мнения, услуги конторские и секретарские, услуги в области бухгалтерского учета, услуги кадровые, услуги в сфере бизнеса, посреднические услуги, услуги информационно-справочные, услуги по прокату торгового и офисного оборудования), к одним сегментам рынка, могут иметь одинаковые цели оказания.

Правообладателем однородность сравниваемых видов товаров и услуг не оспаривается.

Таким образом, проведенный анализ показал, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с противопоставленным ему знаком в отношении однородных товаров и услуг, и, следовательно, не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

По мнению правообладателя, противопоставленный знак был зарегистрирован незаконно, его регистрация не соответствует пунктам 3, 8 статьи 1483 Кодекса, представляет собой злоупотребление правом. Вместе с тем, охраноспособность противопоставленного знака не является предметом рассмотрения настоящего возражения. При этом, его правовая охрана не была оспорена, в связи с чем он не может не учитываться при анализе на тождество и сходство с оспариваемым товарным знаком.

В отзыве указывается на отсутствие использования противопоставленного знака. Однако, соответствующее утверждение компании «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» не было подтверждено Судом по интеллектуальным правам.

Правообладатель ссылается на использование коммерческого обозначения «ANGEL ANN» первоначальным правообладателем оспариваемого знака (Чибисовой В.И.) в период, предшествующий дате приоритета товарного знака по свидетельству №828501. Вместе с тем, представленные с отзывом документы не свидетельствуют о непрерывном использовании коммерческого обозначения правообладателем (и его предшественником), а также не подтверждают его известность на определенной территории Российской Федерации. Следует отметить также, что согласно Обзору практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктом 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Кодекса³ обстоятельства, связанные с наличием у правообладателя спорного товарного знака прав на иные средства индивидуализации, то есть на самостоятельные объекты интеллектуальных прав, не имеют правового значения и не устанавливаются (постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.07.2017 по делу №СИП-776/2016; см. также постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 26.03.2014 по делу №СИП-168/2013).

Наличие у правообладателя прав на товарный знак «», зарегистрированный на территории Украины в период более ранний, чем приоритет противопоставленного знака, никак не влияет на выводы, сделанные выше по тексту заключения.

Компанией «Ангеланн ФЗ-ЛЛС» указывалось на оспаривание договора об отчуждении противопоставленного товарного знака. Однако, согласно решению Арбитражного суда города Москвы по делу №А40-45350/23 от 24.06.2024, оставленного в силе Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда города Москвы по тому же делу, в удовлетворении исковых требования было отказано.

Согласно возражению, оспариваемый знак был зарегистрирован в нарушение требований, установленных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса в связи с его способностью

³ <http://ipcmagazine.ru/official-cronicle/review-of-the-practice-of-the-intellectual-property-rights-court-on-issues-related-to-the-application-of-paragraphs-2-4-5-8-and-9-of-article-1483-of-the-civil-code-of-the-russian-federation>

вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров / лица, оказывающего услуги.

Сам по себе товарный знак по свидетельству №845164 не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося предшествующего опыта.

Факт использования обозначения до приоритета оспариваемого товарного знака иным лицом не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Для вывода о возможности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара в связи с тем, что конкретное обозначение ранее использовалось иным лицом, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между конкретным обозначением, использовавшимся на товарах, и предшествующим производителем этих товаров.

В целях подтверждения соответствующего довода возражения лицом, его подавшим представлены материалы (2-6, 43-58, 60, 62-69, 80-81). Что касается ссылок из сети Интернет (2, 43-51, 53-55, 69), освещающих деятельность лица, подавшего возражение, по выпуску платьев под обозначением «SOL ANGELANN», их презентацию на различных тематических выставках, а также содержащих информацию о различных лицах, которые надевали платья бренда «SOL ANGELANN», то в отсутствие документов о фактических продажах данных товаров, представленные материалы не могут подтвердить довод о высокой известности соответствующих товаров российскому потребителю. Кроме того, часть представленных распечаток из сети Интернет относится к мероприятиям, проводившихся за пределами Российской Федерации. Из претензий от правообладателя оспариваемого знака к организатору выставки в ОАЭ, к третьим лицам, реализующим товары лица, подавшего возражение, невозможно установить информацию об интенсивности и длительности использования обозначения «Sol AngelAnn» ООО «СОЛАНГЕЛ». Распечатки знаков (3, 5), свидетельство о регистрации ООО «СОЛАНГЕЛ»

(6), лицензионный договор (56), договор о сотрудничестве (57) также не подтверждают факт реализации товаров лицом, подавшим возражение, в адрес третьих лиц на возмездной основе. Материалы (62-68, 80-81), договор (60) не датированы или относятся к периоду после даты приоритета оспариваемого знака.

Резюмируя всю вышеизложенную информацию, следует констатировать, что материалов возражения недостаточно для вывода о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров / лица, оказывающего услуги. Так, лицом, подавшим возражение, не представлено документов, подтверждающих высокие объемы реализованной продукции под обозначением «Sol AngelAnn», а также широкую географию их распространения. Возражение не содержит материалы, отражающие затраты на рекламу продукции лица, подавшего возражение. В том числе, возражение не содержит независимых источников информации (например, маркетинговых исследований или данных социологического опроса), которые однозначно бы свидетельствовали об осведомленности средним российским потребителем о лице, подавшем возражение, как лице, изготавливающим / реализующим товары, идентичные или однородные товарам, содержащимся в перечне оспариваемой регистрации, в связи с чем существовала бы принципиальная возможность восприятия оспариваемых товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ товарного знака по свидетельству №845164 как относящихся к ООО «СОЛАНГЕЛ».

Таким образом, отсутствуют основания для признания товарного знака по свидетельству №845164 не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, как было установлено выше, оспариваемый знак является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №828501 в связи с чем его регистрация произведена в нарушение пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 05.03.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №845164 недействительным полностью.