

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 04.12.2024 возражение, поданное Публичным акционерным обществом «Сбербанк России», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022768325, при этом установила следующее.

Регистрация товарного знака « СБЕРЗДОРОВЬЕ» по заявке № 2022768325 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 26.09.2022 испрашивалась на имя заявителя в отношении товаров и услуг 05, 09, 10, 16, 35, 36, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации. Обозначение выполнено в розово-красном, зеленом цветах.

В соответствии с просьбой заявителя, поступившей 02.11.2023, в перечень заявленных товаров и услуг изменения внесены, а именно из заявленного перечня удалены все заявленные товары и услуги 05, 09, 10, 16, 41, 42, 45 классов МКТУ, часть заявленных услуг 35, 36, 44 классов МКТУ. Испрашиваемый к регистрации перечень, согласно корреспонденции от 21.11.2023, принят в следующей редакции:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц с целью доступа к услугам в сфере здоровья; агентства рекламные в сфере здоровья;

демонстрация товаров сферы здоровья; маркетинг в сфере здоровья; предоставление деловой информации из сферы здоровья через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг в сфере здоровья; предоставление отзывов пользователей в коммерческих и рекламных целях в сфере здоровья; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях в сфере здоровья; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц в сфере здоровья; публикация рекламных текстов в сфере здоровья; радиореклама в сфере здоровья; разработка рекламных концепций в сфере здоровья; распространение рекламных материалов в сфере здоровья; редактирование рекламных текстов в сфере здоровья; реклама в сфере здоровья; реклама интерактивная в компьютерной сети в сфере здоровья; реклама наружная в сфере здоровья; реклама почтой в сфере здоровья; реклама телевизионная в сфере здоровья; службы административные по медицинским направлениям; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц в сфере здоровья; телемаркетинг в сфере здоровья; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором специалистов в сфере здоровья для работы с клиентами;

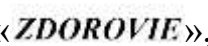
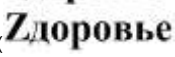
36 - организация сбора денег и подписей, связанная со сферой здоровья; перевод денежных средств в системе электронных расчетов, связанный с услугами в сфере здоровья;

44 - консультации медицинские в отношении здоровья для людей с ограниченными возможностями; массаж; обследование медицинское; помощь акушерская; прокат медицинского оборудования; мониторинг медицинских данных дистанционный для диагностики и лечения; помощь ветеринарная для поддержания здоровья домашних питомцев; помощь медицинская; помощь паллиативная; скрининг медицинский состояния здоровья; советы по диете и здоровому питанию; услуги бальнеологических центров с функцией укрепления здоровья; услуги больниц; услуги в области ароматерапии для укрепления здоровья; диспансеры; услуги домов для выздоравливающих; дома с сестринским уходом; услуги медицинских клиник, связанные с диагностикой, лечением и поддержанием

здоровья пациентов; услуги медицинского анализа для диагностических и лечебных целей, предоставляемые медицинскими лабораториями, направленные на улучшение состояние здоровья пациентов; услуги медсестер на дому; услуги нетрадиционной медицины для укрепления здоровья; услуги ортодонтические; услуги по послеродовому уходу для контроля здоровья матери и ребенка; услуги по проведению вакцинации с целью укрепления здоровья; услуги санаториев для реабилитации и поддержания здоровья; услуги стоматологические; услуги телемедицины; услуги терапевтические, направленные на лечение, контроль и поддержание здоровья пациентов; услуги хосписов; уход за больными медицинский; физиотерапия; хирургия пластическая; центры здоровья; эрготерапия; услуги психологов; уход за животными для поддержания гигиены и здоровья домашних питомцев.

Роспатентом 12.02.2024 было принято решение о регистрации товарного знака в отношении услуг 36 класса МКТУ, а в отношении услуг 35 и 44 классов МКТУ – об отказе в регистрации. Основанием для отказа послужили положения пунктов 3(2), 6(2) статьи 1483 Кодекса. Указанные основания отказа обоснованы следующим.

Словесный элемент «Здоровье», входящий в состав заявленного обозначения, в силу своего смыслового значения, (нормальное состояние организма, при котором правильно функционируют все органы) в отношении услуги «услуги хосписов» 44 класса МКТУ, будет противоречить общественным интересам.

Дополнительно заявленное обозначение признано сходным до степени смешения с товарными знаками « Здоровье», «», «»,   «», «», «», « Здоровье» по свидетельствам № 942313, № 853132, № 853129, № 853106, № 853121, № 853098, № 922817, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью «Яндекс», Москва, в отношении однородных услуг 35 и 44 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.12.2024, а также дополнительных материалах заявителем приведены следующие доводы:

- заявитель соглашается с выводом о противоречия общественным интересам заявленного обозначения в отношении «услуги хосписов» 44 класса МКТУ и просит исключить указанную рубрику из заявленного перечня;

- заявитель полагает, что серия товарных знаков, принадлежащих ООО «Яндекс», не может быть противопоставлена заявке ПАО «Сбербанк», поскольку элемент «Здоровье» не обладает различительной способностью;

- заявитель обращает внимание на письмо Российской Государственной библиотеки от 05.10.2022, содержащее определение слова «Здоровье» из шести толковых словарей, подтверждающее отсутствие индивидуализирующей функции указанного слова;

- все заявленные услуги 35 и 44 классов МКТУ связаны с оказанием услуг в области здоровья, как указано в формулировках заявленных рубрик;

- заявитель приводит примеры применения указанного подхода в ряде решений Роспатента и судебной практики;

- заявленное обозначение содержит сильный элемент «СБЕР», соответствующий элементу общеизвестного товарного знака № 260;

- согласно позиции президиума Суда по интеллектуальным правам, изложенной в постановлении от 22.05.2023 по делу № СИП-591/2020, с участием ООО «Яндкса», изложенный заявителем подход был признан правомерным;

- аналогичный подход должен быть применен и по настоящему делу, поскольку интересы ООО «Яндекс» не нарушаются;

- результаты социологического опроса, проведенного по инициативе заявителя, демонстрируют отсутствие вероятности смешения сопоставляемых обозначения и товарных знаков.

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 12.02.2024 в части отказа в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022768325 в отношении услуг 35 и 44 классов МКТУ и предоставить правовую

охрану заявленному обозначению по указанной заявке в полном объёме за исключением позиции «услуги хосписов» 44 класса МКТУ.

С возражением представлены следующие материалы:

(1) копия решения Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022768325;

(2) копия ответа Российской Государственной библиотеки от 05.10.2022 № 77-11-673 о списке изданий, содержащих определение слова «Здоровье»;

(3) копия отчета исследовательского центра о проведении социологического исследования;

(4) копия решения Суда по интеллектуальным правам от 02.04.2024 по делу № СИП-1239/2023.

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

С учётом даты (26.09.2022) поступления заявки № 2022768325 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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, утверждённые приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572) (далее — Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного

содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 42 Правил 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 пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

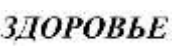
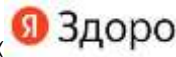
При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2022768325 заявлено комбинированное обозначение « СБЕРЗДОРОВЬЕ», включающее изобразительный элемент и слово «Сберздоровье». Обозначение заявлено в розово-красном и зелёном цветовом сочетании. Правовая охрана испрашивается, согласно

возражению, в отношении услуг 35, 36 и 44 классов МКТУ, за исключением позиции «услуги хосписов» 44 класса МКТУ. Для услуг 36 класса МКТУ принято решение о регистрации. Отказом затронуты испрашиваемые услуги 35 и 44 классов МКТУ.

В связи с выводом оспариваемого решения о том, что для услуги «услуги хосписов» 44 класса МКТУ заявленное обозначение, включающее часть «Здоровье», будет противоречить общественным интересам, заявитель исключил спорную услугу из перечня, следовательно, данное основание снимается.

Анализ соответствия заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса в связи с противопоставленными товарными знаками « Здоровье», «», «», «», «», «», «», «», по свидетельствам № 942313, № 853132, № 853129, № 853106, № 853121, № 853098, № 922817, зарегистрированными на имя ООО «Яндекс», показал следующее.

Как следует из восприятия заявленного обозначения, часть «Здоровье» не является отдельным элементом обозначения, а составляет с частью «Сбер» единый словесный элемент, который отсутствует в словарных источниках, является фантазийным.

В то же время имеется признак полного фонетического вхождения основного элемента противопоставленных товарных знаков в заявленное обозначение.

В связи с указанным коллегия обращает внимание на то, что при установлении обстоятельств фонетического вхождения одного словесного обозначения в другое имеет значение не только совпадение отдельных буквосочетаний этих обозначений, но и их характер: воспринимается ли совпадающее буквосочетание как элемент, обладающий самостоятельным семантическим значением (в том числе является ли этот элемент корнем слова, являются ли совпадающие буквосочетания сильными элементами, на которых акцентируется внимание потребителей; несут ли данные элементы основную смысловую нагрузку). Названная правовая позиция отражена, в

частности, в постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.12.2017 по делу № СИП-700/2016.

В свою очередь, сила элемента устанавливается:

1) в конкретном обозначении и по отношению к конкретным иным элементам этого знака;

2) применительно к конкретным товарам (например, с точки зрения описательности или с точки зрения того, является ли использование элемента обычным в отношении конкретных товаров);

3) исходя из восприятия конкретного обозначения в целом адресной группой потребителей.

Названный подход отражён в постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.06.2022 по делу № СИП-661/2021.

В заявленном обозначении часть «Здоровье» не может быть признана сильным элементом: слово написано единым шрифтом, буквами одного размера, часть «Здоровье» расположена в конце слова, при этом семантически она обуславливает перечень испрашиваемых к регистрации услуг¹, поскольку называет одну из выделяемых² сфер человеческой жизни.

Таким образом, часть «Здоровье» в контексте заявленного обозначения не воспринимается как указание на конкретный источник происхождения услуг.

Сказанное определяет отсутствие сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков и, как следствие, отсутствие вероятности их смешения.

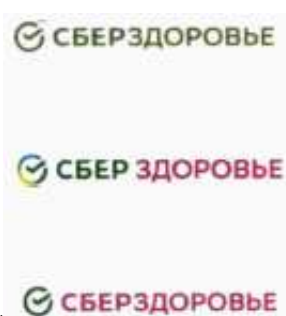
Отчёт исследовательского центра [3] подтверждает, что сам факт вхождения части «Здоровье» не обеспечивает вывод о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков в целом.

¹ все заявленные услуги 35 и 44 классов МКТУ связаны с оказанием услуг в области здоровья, как указано в формулировках заявленных рубрик

² см., например, <https://cyberleninka.ru/article/n/zdorovie-cheloveka-kak-tsennost-i-ego-opredelyayuschie-factory/viewer>

Так, на вопрос Q7 о том, используются одной или разными компаниями



обозначения «  » и «  », потребители, в своём большинстве (75 %), ответили отрицательно.

Что касается однородности испрашиваемых заявителем услуг 35, 44 классов МКТУ и услуг 35, 44 классов МКТУ, имеющих в перечнях свидетельств №№ 942313, № 853132, № 853129, № 853106, № 853121, № 853098, № 922817, то заявитель соответствующий вывод не оспаривает. Его правомерность обусловлена общей родовой принадлежностью сравниваемых услуг, их соотношением как вид-род, общим назначением, одинаковыми условиями оказания и кругом потребителей.

Вместе с тем отсутствие сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков исключает вывод о наличии вероятности их сходства до степени смешения в отношении однородных услуг.

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

удовлетворить возражение, поступившее 04.12.2024, изменить решение Роспатента от 12.02.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2022768325.