

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) (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 05.05.2025. Данное возражение подано Шапошниковым Д.А., Москва (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024714424, при этом установлено следующее.

Заявка №2024714424 на регистрацию комбинированного обозначения



« **SUPER** » была подана на имя заявителя 14.02.2024 в отношении товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 21.02.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024714424. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в связи с его несоответствием требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «SUPER» в силу своего семантического значения («SUPER» - в переводе с английского языка - супер - высшее качество, существительное со значением повышенности качества

или усиленности действия, главенствования, см. Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992; В.К. Мюллер «Англо-русский словарь», М.: Русский язык, 1977) не обладает различительной способностью, является неохраноспособным элементом на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на свойства, назначение и качество заявленных товаров и услуг.

Кроме того, по сведениям сети Интернет установлено, что заявленное обозначение воспроизводит обозначение известного итальянского бренда джинсовой одежды, используемое для маркировки товаров и услуг, однородных заявленным. Джинсы были особенно популярными, культовыми в СССР в 1980-х годах, изготавливались в Италии из прочного, плотного денима 14 унций, окрашенного натуральным индиго, с молниями на задних карманах, оригинальным металлическим шильдиком и характерным патчем с орлом. Джинсы привозили моряки и дипломаты, а также все, кто мог выехать за рубеж. Многие покупали их в Австрии, Германии и той же Италии. Но вскоре СССР наводнили подделки, которые стоили в разы дешевле, но по качеству и крою отличались от оригиналов. Бренд, как и многие другие известные компании 1980-х, закрылся, однако и в настоящее время оригинальные джинсы, сохраненные коллекционерами брендовой джинсовой одежды, высоко оцениваются и продаются на различных торговых площадках (см. Интернет-сайты, например: <https://zen.yandex.ru/media/brandshop/pyramid-tver-super-perrys-jordache-i-rock-revival-pomnite-eti-brendy-djinsov-5e60cfb78f20a32082e6d383>; <https://sprashivalka.com/tqa/q/13835178>; https://youla.ru/kaliningradskaya_oblast_svetlyy/muzhskaya-odezhda/dzhinsy-bryuki/super-perrys-dzhinsy-5dcb22795eaa9ed27f1f9d68; https://www.avito.ru/barnaul/odezhda_obuv_aksessuary?q=super+perrys; <https://meshok.net/listing?pp=96&related=Винтажные%20джинсы%20Super%20Perry%27s%20%20Италия>; <http://forum.watch.ru/showthread.php?t=369751>).

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на имя заявителя (Шапошникова Дмитрия Алексеевича, 119620, Москва, ул. Авиаторов, 14, кв. 9) в отношении всех заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса,

поскольку способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров/лица оказывающего услуги.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.05.2025 поступило возражение, доводы которого сводятся к следующему:

- Роспатентом сделан ошибочный вывод о том, что для всех заявленных товаров и услуг заявленное обозначение воспринимается средним российским потребителем как имеющее отношение к неустановленному зарубежному производителю джинсовой одежды. Так, экспертизой достоверно не установлено, что непосредственно заявленное обозначение в том виде, в котором оно заявлено на регистрацию вводится в гражданский оборот иным лицом, введено в гражданский оборот ранее даты подачи заявки иным лицом, известно на территории Российской Федерации, известно среднему современному российскому потребителю, потребитель связывает заявленное обозначение с иным лицом, что может создать ложное представление о лице, производящем товары и оказывающем услуги;

- приводя в обоснование своей позиции ретроспективную известность джинсов с маркировкой «SUPER PERRY'S» в 70х – 80х- г.г. двадцатого века, Роспатент опирается на прошлого, а не современного потребителя. На современном рынке Российской Федерации представлено бесчисленное множество марок джинсовой одежды, и дефицитные в прошлом товары уже не представляют такой уникальной ценности в современности. Лицо, подавшее возражения, полагает, что экспертизой ошибочно перенесён анализ рынка торговли джинсами в 70х – 80х- г.г. двадцатого века на современного российского потребителя, в частности, при очевидно большей популярности/ известности турецких, китайских и американских производителей джинсов на момент подачи заявки;

- выводы о популярности и прочих характеристиках джинсов «SUPER PERRY'S» основаны на цитировании неустановленных лиц, единично высказывающихся на Интернет-ресурсах свободного наполнения, то есть не являются репрезентативной выборкой, адекватно показывающей современного потребителя, но лишь частным суждением. В данном случае экспертиза подменила

свое субъективное представление единичными суждениями, выдавая их за факты коллективного восприятия обозначения, имеющего отличия от заявленного;

- ведомством сделана ссылка на иное обозначение: комбинированное - «SUPER PERRY'S». В данном случае, особенно учитывая дискламацию словесного элемента «SUPER», некорректно говорить о воспроизведении, поскольку средство индивидуализации является цельной единицей, а вычленение составных частей с целью искусственного создания основания для отказа противоречит закону. В оспариваемом решении также не обосновано, как предложения частных лиц (фактически перепродающих товары неустановленного происхождения) на сайтах «Юла», «Авито», «Мешок» о продаже джинсов с маркировкой, отличной от заявленного обозначения, без установления лица, которое произвело такие товары, может указывать на введение потребителя в заблуждение при регистрации заявленного обозначения на имя Шапошникова Д.А.;

- в данном случае также противоречит закону перекладывание бремени доказывания: именно ведомство должно привести достаточные аргументы в пользу наличия риска введения потребителя в заблуждение, а дополнительное возложение на заявителя обязанности представить дополнительные доказательства приобретения права на регистрацию заявленного обозначения превышает пределы, в рамках которых ведомство вправе производить проверку и анализ абсолютных оснований отказа;

- ввиду, в числе прочего, отсутствия достоверных сведений о деятельности иного лица по производству однородных товаров (в уведомлении не приведено даже название вероятного правообладателя бренда «SUPER PERRY'S» в прошлом веке, указан лишь неустановленный «итальянский производитель») установление риска введения в заблуждение невозможно, поскольку для отнесения восприятия потребителем сведений о производителе товаров к ложным необходимо было последовательно определить, как минимум, конкретного производителя вводимых в гражданский оборот товаров, а равно правообладателя конкретного бренда, идентичного с заявленным обозначением, установить достоверно, что такой производитель отличается от заявителя, достоверно и однозначно установить, что

потребитель при приобретении товара «джинсы» и однородных им, ассоциирует заявленное обозначение именно с лицом, указанным выше. Позиция заявителя соотносится с позицией Президиума Суда по интеллектуальным правам (см., например, постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.03.2015 по делу № СИП-546/2014, от 03.04.2015 по делу № СИП-547/2014, от 03.04.2015 по делу № СИП-548/2014, от 01.02.2016 по делу № СИП-383/2015, от 24.03.2016 по делу № СИП- 311/2015, от 16.02.2017 №СИП-415/2016 и др.), а именно проверка обозначения должна производиться исходя из восприятия такого обозначения рядовыми, средними потребителями – адресатами товаров и услуг, для индивидуализации которых испрашивается правовая охрана заявленного обозначения, в отношении конкретных товаров и услуг, необходимо учитывать именно ассоциативные связи российского среднего потребителя;

- регистрация заявленного обозначения испрашивалась для широкого перечня товаров 25 классов МКТУ (одежды, обуви, нижнего белья), то есть не только для джинсов, но и для иной одежды и не однородных групп товаров, а также для широкого перечня услуг 35 класса МКТУ, легальной монополии в отношении маркировки которых заявленным обозначением не усматривается за другим лицом (в частности, упоминаемым «итальянском производителе джинсов «SUPER PERRY'S»), соответственно, ввиду отсутствия аргументов в доказательство невозможности регистрации заявленного обозначения по причине введения потребителя в заблуждение в отношении и прочих товаров 25 класса МКТУ, а также услуг 35 классов МКТУ, решение безосновательно распространено на товары и услуги, не имеющие к джинсам никакого отношения.

На основании изложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.

К возражению приложено оспариваемое решение Роспатента (1).

На заседании, состоявшемся 21.07.2025, коллегией были выдвинуты дополнительные обстоятельства, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака и предусмотренные пунктом 6 статьи 1483

Кодекса, а именно было указано на сходство до степени смешения заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №1070175 (1), №115797 (2), №458476 (3).

Корреспонденцией от 17.08.2025 от заявителя поступили следующие дополнения к возражению:

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными ему товарными знаками по свидетельствам №1070175, №115797, №458476. Словесный элемент заявленного обозначения не имеет никаких пересечений со словами из противопоставленных товарных знаков как по буквенному составу, так и по длине фонетического ряда;

- сравниваемые обозначения несходны семантически. Заложенная идея заявленного обозначения прослеживается благодаря неохранию элементу, указывающему на превосходную степень характеристики, в то время как семантика товарных знаков по свидетельствам №№458476, 115797 указывает на географический критерий – название штата в США, а также может вызывать ассоциации с горой в силу созвучности со словом «mountain» (в переводе с английского языка – «гора»; указанное слово входит в число популярных английских слов); словесный же элемент товарного знака по свидетельству №1070175 вовсе является фантазийным, семантика может угадываться и опять же указывать как на тот же штат в иностранном государстве и понятие горы, так и, в виду слияния со словом «old» (в переводе с английского языка – «старый»), на дополнительную характеристику, связанную, например, с традиционным укладом производства товаров;

- заявленное обозначение и знаки (1-3) несходны визуально. В первую очередь стоит обратить внимание на существенные различия заявленного обозначения с изобразительным элементом товарного знака по свидетельству №1070175, поскольку в последнем наличествуют дополнительные, кроме птицы, изобразительные элементы: стилизованное изображение вершины горы (что также усиливает в связке с семантикой ассоциативность с горами или США), кроме того, на себя обращает внимание цветное исполнение словесного элемента. Крылья

птицы в изобразительном элементе рассматриваемого знака расправлены: птица находится в полёте, в отличие от графического элемента заявленного обозначения, где птица явно сидит, опираясь лапами на ленту. Что касается товарных знаков по свидетельствам №№458476, 115797, изображенная в их составе птица визуально отличается от птицы в заявленном обозначении: гладкая округлая голова и форма крыльев позволяет предположить, что перед нами представитель отряда соколы. Изображенная в составе обозначения птица знакома среднему потребителю как одна из известнейших птиц (в том числе благодаря использованию в российской геральдике) - орёл. Кроме того, проработка более жирными линиями, наличие оперения на груди птицы позволяют сделать вывод о том, что визуально заявленное обозначение производит совершенно иное впечатление.

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

С учетом даты подачи (14.02.2024) заявки № 2024714424 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким 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.



Заявленное обозначение « **SUPER** » является комбинированным и состоит из стилизованного изображения птицы с распахнутыми крыльями, ниже помещена лента и словесный элемент «SUPER», выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана обозначению испрашивается в отношении товаров 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бретели для бюстгалтеров; бриджи; брюки; бутсы футбольные; бюстгалтеры; бюстгалтеры самоклеющиеся; 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]; джинсы; 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 рабочие; 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; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; 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; накладки для сосков, являющиеся нижним бельем; 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 спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда, аутентифицированная с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; 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; 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; рубашки с короткими рукавами; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; 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; халаты рабочие; ханбок [корейская традиционная одежда]; 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; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты», услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда офисного оборудования и аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; аренда торговых автоматов; аренда торговых стендов; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; 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 влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок для покупателей и продавцов загружаемых файлов цифровых изображений,

аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; 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 корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление бизнесом спортсменов; 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 компьютеризированное

медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по розничной торговле, связанные с загружаемыми файлами цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги

экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги по оптовой и розничной торговле товарами; услуги магазинов по оптовой и розничной торговле товарами; услуги по оптовой и розничной торговле товарами через Интернет».

Анализ заявленного обозначения на соответствие положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Словесный «SUPER» заявленного обозначения переводится с английского на русский язык как «супер». Данное слово означает высшее качество, существительное со значением повышенности качества или усиленности действия, главенствования¹. С учетом изложенной семантики, заявленное обозначение не обладает различительной способностью, является неохраноспособным элементом на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на свойства, носящие хвalebный характер, качество всех заявленных товаров и услуг, что заявителем не оспаривается.

Отказ в регистрации заявленного обозначения мотивирован его несоответствием пункту 3 статьи 1483 Кодекса как вводящий в заблуждение относительно производителя товаров, лица, оказывающего услуги.

Обращение к сайтам², приведенным в решении Роспатента, показало наличие



информации о джинсах, маркированных обозначением «», которые производились в Италии. В оспариваемом решении Роспатента правомерно указано, что джинсы были особенно популярными, культовыми в СССР в 1980-х годах, изготавливались из прочного, плотного денима 14 унций, окрашенного натуральным индиго, с молниями на задних карманах, оригинальным металлическим шильдиком и характерным патчем с орлом. Джинсы привозили моряки и дипломаты, а также все, кто мог выехать за рубеж. Многие покупали их в

¹ см. Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992; В.К. Мюллер «Англо-русский словарь», М.: Русский язык, 1977

² <https://zen.yandex.ru/media/brandshop/pyramid-tver-super-perrys-jordache-i-rock-revival-pomnite-eti-brendy-djinsov-5e60cfb78f20a32082e6d383>; <https://sprashivalka.com/tqa/q/13835178>; https://youla.ru/kaliningradskaya_oblast_svet_lyy/muzhskaya-odezhda/dzhinsy-bryuki/super-perrys-dzhinsy-5dcb22795eaa9ed27f1f9d68; https://www.avito.ru/barnaul/odezhda_obuv_aksessuary?q=super+perrys; <https://meshok.net/listing?pp=96&related=Винтажные%20джинсы%20Super%20Perry%27s%20%20Италия>; <http://forum.watch.ru/showthread.php?t=369751>

Австрии, Германии и Италии. Джинсы «SUPER PERRY'S» были столь же желанным предметом гардероба, как и классические «Levi's» или «Revival». Но вскоре СССР наводнили подделки, которые стоили в разы дешевле, но по качеству и крою отличались от оригиналов. Бренд, как и многие другие известные компании 1980-х, закрылся, однако и в настоящее время оригинальные джинсы, сохраненные коллекционерами брендовой джинсовой одежды, высоко оцениваются и продаются на различных торговых площадках. В сети Интернет содержатся многочисленные отзывы о продукции данной компании, которые относятся к периоду до даты приоритета заявленного обозначения.

С учетом вышеизложенного, коллегия приходит к выводу о том, что в сети Интернет в большом объеме представлена информация о джинсах, которые производились в Италии и маркировались комбинированным обозначением, включающим изображение орла, развевающейся ленты и слов «SUPER PERRY'S».

При этом, вопреки мнению заявителя, информация об известных на территории СССР итальянских джинсах не носит единичный характер, а широко представлена на различных Интернет-ресурсах³, где потребители не только обмениваются информацией об оригинальной продукции, но предлагают к продаже винтажные экземпляры итальянских джинсов и указывают на их отличительные черты, позволяющие избежать подделок.

Кроме того, необходимо отметить, что информация, касающаяся джинсов с соответствующей маркировкой, относится к периоду намного более раннему, чем дата приоритета заявленного обозначения.

Необходимо также упомянуть, что заявителем поданы на регистрацию



обозначения «  » по заявке №2024714420 и «  » по заявке №2024714424, которые полностью воспроизводят средства индивидуализации



³ <https://rutube.ru/video/8fa9a402e674bda80a8b2b5df6698f04/?ysclid=mg6sm4u8948553987;>
[https://mrpen.ru/bruki/sh0002970?ysclid=mg6tm00y61440278233.](https://mrpen.ru/bruki/sh0002970?ysclid=mg6tm00y61440278233)



упомянутых итальянских джинсов — «

Следует также отметить, что на территории Российской Федерации правовая



охрана товарного знака «**SUPER PERRY'S**» по международной регистрации №496109 с приоритетом от 10.04.1985 была предоставлена в отношении товаров 25 класса МКТУ на имя компании URBAN DI FRANCA CRISTOFARO E C. SAS 3, via Masaccio, SESTO FIORENTINO (IT) I-50019 domiciled in IT (в настоящее время не действует).

Таким образом, учитывая наличие известности итальянских джинсов «SUPER PERRY'S», возникшей еще в 80-х годах прошлого века, т.е. задолго до даты приоритета заявленного обозначения, у потребителя может возникнуть представление о том, что заявленное обозначение по заявке №2024714424, элементы которого тождественны элементам марки джинсов «SUPER PERRY'S», принадлежит к тому же источнику происхождения.

Между тем, сведений об ассоциировании заявителя с производителем оригинальной марки джинсов и заявителем по заявке №2024714424 в возражении не содержится, а поданное на регистрацию обозначение является попыткой использовать сложившуюся репутацию иного производителя джинсовой продукции.

Учитывая все вышеуказанные обстоятельства в совокупности, коллегия полагает, что вывод экспертизы о том, что заявленное обозначение по заявке №2024714424, поданное на регистрацию в качестве товарного знака на имя лица, не имеющего отношения к производителю итальянских джинсов «SUPER PERRY'S», способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров 25 класса МКТУ «джинсы», представляется обоснованным. Следовательно, заявленное обозначение для этого вида товаров не соответствует требованиям подпункта 1

пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В отношении иных товаров 25 класса МКТУ и всех заявленных услуг 35 класса МКТУ вывода о способности заявленного обозначения вызывать не соответствующие действительности представления об их изготовителе не усматривается.

Анализ заявленного обозначения на соответствие положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Противопоставленный знак «**OLDMONTANA**» (1) является комбинированным и состоит из словесного элемента «OLDMONTANA», выполненного стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, выше помещен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения птицы с распахнутыми крыльями, между крыльями находится изображение гор. Композиция из изобразительных элементов заключена в концентрические дугообразные линии. Правовая охрана знаку предоставлена в черном, белом, желтом цветовом сочетании в отношении, в том числе товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.



Противопоставленный знак «**MONTANA**» (2) является комбинированным и состоит из словесного элемента «MONTANA», выполненного стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, в верхней части знака помещено стилизованное изображение птицы с распахнутыми крыльями. Знак зарегистрирован в отношении товаров 14, 18, 33 классов МКТУ с исключением словесного обозначения "MONTANA" и буквы "R" из самостоятельной правовой охраны.



Противопоставленный знак «**MONTANA**» (3) является комбинированным и состоит из словесного элемента «MONTANA», выполненного

стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, в верхней части знака помещено стилизованное изображение птицы с распахнутыми крыльями. Знак зарегистрирован в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных ему знаков (1-3) показал следующее.

Заявленное обозначение «  » не является сходным с



противопоставленным ему знаком «  » (1). Указанное обусловлено в первую очередь тем, что данные обозначения производят различное общее зрительное впечатление, отличаются в деталях. Так, несмотря на включение в их состав изображений птиц, они имеют различное визуальное исполнение. В знаке (1) крылья птицы подняты вверх, создавая впечатление ее полета, тогда как в заявленном обозначении крылья расправлены в стороны, при этом птица как будто сидит на ленте. В заявленном обозначении птица выполнена с детальной проработкой, на крыльях, груди, лапах отчетливо видны перья, тогда как орел в знаке (1) содержит гораздо меньше деталей. Изображение орла в знаке (1) дополнено горами и изогнутыми полуокруглыми линиями, в свою очередь в заявленном обозначении орел дополнен изображением ленты. Таким образом, за счет различий в изобразительных элементах, различном стиле их исполнения, имеющих цветовых отличиях, а также в совокупности с имеющимися фонетическими отличиями слов («SUPER» / «OLDMONTANA»), входящих в состав сравниваемых обозначений, коллегия приходит к выводу об отсутствии ассоциирования сравниваемых обозначений в целом, их различном восприятии потребителями.

Вместе с тем были признаны сходными между собой заявленное обозначение

«  » и знаки «  » (2) и «  » (3). Так,

данные обозначения включают очень близкие по исполнению изобразительные элементы, которые выполнены в верхних частях обозначений и занимают одинаковое пространственное положение. Данные изобразительные элементы представлены в виде птиц, у которых одинаково распахнуты крылья, голова повернута в одну и ту же сторону. Детальная проработка птиц обладает высоким сходством, например, крылья птиц имеют три ряда перьев, лапы симметрично расставлены в разные стороны.

Что касается приведенных заявителем визуальных отличий между сравниваемыми обозначениями, то они вряд ли запомнятся рядовому потребителю, поскольку касаются нюансных элементов, на которые не обращается внимание в первую очередь. Отличающиеся словесные элементы также не могут привести к выводу об отсутствии сходства, так как элементы «SUPER» и «MONTANA» в заявленном обозначении и знаке (2) не являются предметом самостоятельной правовой охраны, их индивидуализирующая способность снижена.

Таким образом, заявленное обозначение и знаки (2-3) являются сходными за счет наличия в их составе в высокой степени сходных изобразительных элементов, доминирующих в них визуально и являющихся элементами, по которым они запоминаются потребителям.

Заявленные товары 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бретели для бюстгалтеров; бриджи; брюки; бутсы футбольные; бюстгалтеры; бюстгалтеры самоклеющиеся; 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]; джинсы; 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 рабочие; 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; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; 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; накладки для сосков, являющиеся нижним бельем; 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 спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда, аутентифицированная с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; 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; 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; рубашки с короткими рукавами; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари;

тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; 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; халаты рабочие; ханбок [корейская традиционная одежда]; 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; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» идентичны или в высокой степени однородны с товарами 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы» знака (3). Данные товары соотносятся как род-вид, имеют одинаковые условия производства и продажи.

Вместе с тем вышеупомянутые заявленные товары 25 класса МКТУ не однородны товарам 14 класса МКТУ «благородные металлы и их сплавы, изделия из них или плакированные изделия, не относящиеся к другим классам, ювелирные изделия, бижутерия, драгоценные камни, часы и прочие хронометрические приборы», товарам 18 класса МКТУ «кожа и имитация кожи, изделия из них, не относящиеся к другим классам, шкуры животных, дорожные сундуки, чемоданы, зонты от дождя и солнца, трости, хлысты, кнуты, конская сбруя и шорные изделия», товарам 33 класса МКТУ «алкогольные напитки, за исключением пива» знака (2). Сравнимые товары относятся к различным родовым и видовым группам, имеют разные каналы дистрибуции и различный круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ, а также услуги 35 класса МКТУ знака (1) обладают высокой степенью однородности ввиду их отнесения к одним родовым группам (продвижение 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, услуги посреднические, услуги информационно-справочные), могут исходить от одного лица и оказываться в отношении одни и тех же групп потребителей.

Однородность сравниваемых товаров и услуг в возражении не оспаривается.

В отношении анализа однородности товаров и услуг, для которых

испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (1-3), коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и знаков (1-3) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена однородность услуг 35 класса МКТУ, а также отсутствие сходства заявленного обозначения и знака (1), что исключает вероятность смешения данных услуг, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте. Сходство заявленного обозначения и знака (2) при отсутствии однородности сравниваемых товаров также не приведет к смешению сравниваемых товаров российским потребителем. Вместе с тем сходство заявленного обозначения и знака (3), а также однородность товаров 25 класса МКТУ обуславливают высокую вероятность смешения данных товаров в гражданском обороте.

С учетом вышеизложенного, заявленное обозначение не является сходным до степени смешения со знаками (1-2). При этом обозначение по заявке №2024714424 признано сходным со знаком (3) в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ, для которых исследуемое обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Обобщая вышеизложенную информацию в совокупности, коллегия пришла к следующим выводам. Заявленное обозначение способно вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров 25 класса МКТУ «джинсы», в связи с чем для этих товаров оно не соответствует положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Кроме того, заявленное обозначение признано сходным до степени смешения со знаком (3) в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ и, таким

образом, подпадает под действие пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Что касается знаков (1-2), то они не были признаны сходными до степени смешения с заявленным обозначением. Регистрация заявленного обозначения возможна только для услуг 35 класса МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 05.05.2025, отменить решение Роспатента от 21.02.2025, зарегистрировать товарный знак по заявке №2024714424.