

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  **возражения**  **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 18.04.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Два настроения», г. Подольск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022723679, при этом установила следующее.

Комбинированное обозначение «**2MOOD**» по заявке №2022723679 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 13.04.2022 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 03, 25, 35, 44 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 29.06.2023 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 44 класса МКТУ, а также части заявленных товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ и выдано свидетельство №955502. В отношении иной части заявленных товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, а также для всех товаров 25 класса МКТУ в регистрации товарного знака было отказано по причине его несоответствия требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя иных лиц товарными знаками с более ранним приоритетом:

- с товарным знаком «**MOOD**» [1] (свидетельство №589583 с приоритетом от 14.07.2015), зарегистрированным на имя компании ПИДИЕЛЬ С.п.А., Виа Бергамина, 7 20014 Нервиано (Милан) Италия, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» [2] (свидетельство №387362 с приоритетом от 27.09.2007), зарегистрированным на имя компании МУДО УРБАН ФЭШН МОУД - ШИШКО СПУЛКА ЯВНА, ул. КАРТУСКА, 418В, 80-125 ГДАНЬСК, ПОЛЬША, в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов;

- со знаком «**MOOD MEDIA**» [3] (международная регистрация №747592 с приоритетом от 11.05.2007), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена на имя компании Mood Media Netherlands, Transistorstraat 22 NL-1322 CE Almere, в отношении однородных услуг 35 класса.

В поступившем возражении от 18.04.2024 заявитель оспаривает решение Роспатента только в части отказа в регистрации товарного знака по заявке №2022723679 в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ. По мнению заявителя, основанием для изменения оспариваемого решения Роспатента является наличие писем-согласий от правообладателей противопоставленных товарных знаков [2], [3], выданных в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022723679 в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, а именно:

25 класс 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; бюстгалтеры; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гетры; гамаши; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [нижнее белье]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [нижнее белье]; корсеты [нижнее белье]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манти; маски для сна [одежда]; меха [одежда]; 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 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 кожаная; одежда непромокаемая; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки шейные; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; платья; подошвы; подпяточники для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса-кошельки [одежда]; 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; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли гимнастические; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; халаты купальные; халаты; цилиндры; части обуви носочные; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; кашне; шипы для ботс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;*

*35 класс МКТУ – «демонстрация товаров; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; обновление рекламных материалов; организация показов мод в рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; распространение образцов; распространение рекламных материалов; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги фотокопирования, все вышеперечисленные услуги связаны с товарами 03, 25 классов».*

На заседании коллегии, состоявшемся 23.05.2024, заявитель уточнил формулировку услуг 35 класса МКТУ, ограничив перечень следующим образом «все выше перечисленные услуги связаны с вышеуказанными товарами 03, 25 классов МКТУ».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы, изложенные в возражении, убедительными.

С учетом даты (13.04.2022) поступления заявки №2022723679 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 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.

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами

обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 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).

Заявленное обозначение «**2MOOD**» по заявке №2022723679 с приоритетом от 13.04.2022, поданное на регистрацию в качестве товарного знака для

индивидуализации товаров и услуг 03, 25, 35, 44 классов МКТУ, является комбинированным, включает в свой состав выполненный буквами латинского алфавита словесный элемент «MOOD» и цифру «2» в оригинальной графике.

Необходимо указать, что согласно доводам возражения с противопоставлением товарного знака «**MOOD**» [1] по свидетельству №589583 с приоритетом от 14.07.2015, принадлежащего итальянской компании ПИДИЕЛЬ С.п.А., и препятствующему регистрации товарного знака по заявке №2022723679 в отношении части заявленных товаров 03 класса МКТУ, заявитель не спорит.

Так, отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022723679 оспаривается только в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ и основан на наличии сходных до степени смешения товарных знаков



«**MOOD**» [2] по свидетельству №387362 с приоритетом от 27.09.2007 и «**MOOD MEDIA**» [3] по международной регистрации №747592 с приоритетом от 11.05.2007, принадлежащих соответственно польской компании МУДО УРБАН ФЭШН МОУД - ШИШКО СПУЛКА ЯВНА и нидерландской компании Mood Media Netherlands.

Вместе с тем при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2], [3] коллегией были выявлены обстоятельства, которые не могли быть учтены при подготовке оспариваемого решения Роспатента от 29.06.2023. К таким обстоятельствам относится предоставление правообладателями противопоставленных товарных знаков [2], [3] писем-согласий на регистрацию товарного знака по заявке №2022723679 в отношении скорректированного заявителем перечня товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Исходя из приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений, регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, допускается при наличии согласия их

правообладателя в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение. В этой связи необходимо отметить следующее.

Согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если: заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству; противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем; противопоставленный товарный знак является коллективным или общеизвестным товарным знаком.

Следует констатировать, что заявленное обозначение «**2MOOD**» и



противопоставленные товарные знаки «**MOOD MEDIA**» [2], «**MOOD MEDIA**» [3] не тождественны, противопоставленные товарные знаки не являются коллективными или общеизвестными. Сведениями о введении правообладателей в заблуждение при сопровождении в гражданском обороте товаров и услуг спорным заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками коллегия не располагает.

Таким образом, наличие подлинников писем-согласий от правообладателей противопоставленных товарных знаков [2], [3], возможность предоставления которых предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии сведений о введении потребителя в заблуждение, позволяет снять указанные противопоставления и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2022723679 в качестве товарного знака, в том числе и в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ. В этой связи поступившее возражение подлежит удовлетворению.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 18.04.2024, изменить решение Роспатента от 29.06.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022723679.**