

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 29.05.2024 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Ангеловым Евгением Евгеньевичем, Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023728941, при этом установила следующее.

Обозначение «АНГЕЛОФФ» по заявке №2023728941, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 08.04.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 03, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 33 и услуг 35, 41, 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.


Роспатентом 15.12.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака для товаров 03, 14 (части), 16, 18, 20, 21, 24, 28, 29 (части), 30 (части), 32, 33 и услуг 41, 43 классов МКТУ. Основанием для принятия решения

явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для товаров 14 (части), 25, 29 (части), 30 (части) и услуг 35 классов МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.


Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:



ANGEL OFF  
SHOES

- «» по свидетельству №761526 с приоритетом от 26.07.2019, зарегистрированным на имя ООО «ЕвроОбувь», 357601, Ставропольский край, г. Ессентуки, ул. Гоголя, 89, оф. 1., для однородных товаров 25 класса МКТУ;



- «» по свидетельству №730096 с приоритетом от 19.03.2019, зарегистрированным на имя Кострыкина Сергея Михайловича, 172390, Тверская область, г. Ржев, пл. Советская, д. 2/1, кв. 15, для однородных товаров и услуг 14, 35 классов МКТУ;


- серией (блоком) знаков со словесным элементом «ANGEL» по международным регистрациям №1003578 с приоритетом от 19.05.2009 (продлена до 19.05.2029), №1012460 с приоритетом от 20.08.2009 (продлена до 20.08.2029), №736836 с приоритетом от 28.05.2000 (продлена до 28.05.2030), №713285 с приоритетом от 06.06.1999 (продлена до 08.06.2029), правовая охрана которым предоставлена на территории Российской Федерации на имя Angel Yeast Co., Ltd., Chengdong Avenue 168, (original: No. 24 Zhongnan Road), Yichang, 443003 Hubei, в отношении товаров 01, 30 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 29, 30 классов МКТУ.

В возражении, поступившем 29.05.2024, и дополненном на заседании коллегии 12.09.2024, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 15.12.2023.

Доводы возражения сводятся к следующему:



ANGELLOFF  
SHOES

- заявленное обозначение и товарный знак «» по свидетельству №761526 не являются сходными до степени смешения ввиду отсутствия сходства между самими обозначениями и отсутствия однородности между сравниваемыми товарами 25 класса МКТУ;
- противопоставленный товарный знак выполнен буквами латинского алфавита, в связи с чем присутствующее в его составе слово «ANGELLOFF» на английском читается как «АС ЭНДЖЕЛОФФ ШУЗ» (состоит из 3 слов, 15 букв), что существенно отличается от звучания словесного элемента «АНГЕЛОФФ» (состоит из одного слова, 8 букв);
- основное ударение словосочетания «АС ЭНДЖЕЛОФФ ШУЗ» падает на слово «ШУЗ», так как оно произносится с более сильной интонацией;
- в комбинированном товарном знаке по свидетельству №761526 присутствуют две доминирующих по величине ярко выраженные буквы «AS», которые акцентируют на себе внимание в первую очередь, а слова «ANGELLOFF SHOES» ввиду масштаба являются второстепенными элементами товарного знака;
- в заявленном обозначении слово «АНГЕЛОФФ» является первостепенным индивидуализирующим элементом обозначения;
- указанное в совокупности с различным шрифтовым исполнением словесных элементов свидетельствует о графическом различии сравниваемых обозначений;
- товарный знак по свидетельству №761526 может быть переведена на русский язык как «Ангел в туфлях», «Ангел туфлей» или как «туфли Ангеловффа»;
- заявленное обозначение «АНГЕЛОФФ» - это имя собственное, стилизованная фамилия Ангелов, которая в Российской Федерации закреплена юридически;

- таким образом, сравниваемые обозначения вызывают различные смысловые ассоциации;

- испрашиваемые товары 25 класса МКТУ не являются однородными товарам 25 класса МКТУ, указанным в перечне товарного знака по свидетельству №761526, поскольку «одежда» и «обувь» не являются однородными товарами, что отражено в пункте 3.2 приказа Роспатента от 31.12.09 №198;

- ООО «ЕвроОбувь» - правообладатель товарного знака по свидетельству №761526 занимается производством исключительно обуви (см. официальный сайт компании [www.eobuv.ru](http://www.eobuv.ru)), тогда как правовая охрана заявленного обозначения испрашивается для одежды;

- кроме того, противопоставленный товарный знак не является широко известным и не используется его правообладателем для маркировки одежды и обуви более трех лет;

- таким образом, отсутствует возможность смешения заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству №761526;

- в перечень товарного знака по свидетельству №730096 не включены конкретные позиции товаров, которые присутствуют в перечне заявки №2023728941, а именно: «бижутерия; бусины для изготовления ювелирных изделий и бижутерии; бусы из прессованного янтаря; перидот; брелоки для держателей для ключей; булавки декоративные; булавки для галстуков; держатели для ключей [кольца для ключей с брелоками]; держатели для ключей выдвижные; жетоны медные; зажимы для галстуков; запонки; мисбаха [четки для молитвы]; медали; монеты; кабошоны; роллы для ювелирных изделий; стразы; четки; шкатулки для украшений»;

- благородные металлы не идентичны бижутерии, они различны по стоимости, не имеют сходного назначения, различен круг их потребителей, и не являются взаимозаменяемыми;

- деятельность правообладателя товарного знака по свидетельству №730096 связана с изготовлением надгробных памятников в Твери и области

(см. <https://pamyatnikitut.ru/> - официальный сайт правообладателя товарного знака) не является однородной с деятельностью по реализации изделий бижутерии в магазине, специализирующемся на продаже украшений для повседневного пользования;

- таким образом, сопоставляемые товары (бижутерия и надгробные камни, статуэтки, статуи, бюсты и т.д. из благородных металлов, представляющие собой сопутствующие похоронные товары) не являются однородными;

- также в перечень товарного знака по свидетельству №730096 не включены позиции товаров, относящиеся к ювелирным изделиям, которые присутствуют в перечне заявки №2023728941, а именно: «агаты; алмазы; амулеты [изделия ювелирные]; бирки для одежды пришивные из драгоценных металлов; браслеты [изделия ювелирные]; браслеты вышитые текстильные [изделия ювелирные]; брелоки ювелирные; броши [изделия ювелирные]; булавки [изделия ювелирные]; булавки для шляп ювелирные; грунтовки для ювелирных изделий; жемчуг [изделия ювелирные]; застежки для ювелирных изделий; изделия с клуазоне; изделия ювелирные; изделия ювелирные из слоновой кости; изделия ювелирные из янтаря; камни драгоценные; камни полудрагоценные; канитель серебряная; кольцо [изделия ювелирные]; кольца [изделия ювелирные]; кольца разъемные из драгоценных металлов для ключей; коробки подарочные для ювелирных изделий; медальоны [изделия ювелирные]; нити золотые [изделия ювелирные]; нити из благородных металлов [изделия ювелирные]; нити серебряные [изделия ювелирные]; оливин [драгоценный камень]; шпинели [драгоценные камни]»;

- правообладатель товарного знака по свидетельству №730096 намеренно исключил из перечня все вышеуказанные товары, связанные с ювелирными изделиями (кроме товара «распятия, используемые в качестве ювелирных изделий»), так как его сфера деятельности – это изготовление надгробных памятников и сопутствующих товаров, таких как статуэтки, статуи, бюсты из благородных металлов;

- это узкое направление деятельности никаким образом не связано с деятельностью ювелирного магазина, который специализируется на реализации

ювелирных украшений (кольца, браслеты, серьги, кулоны и т.д.), используемых в повседневной жизни;

- необработанные и частично обработанные благородные металлы – не являются готовыми изделиями, как ювелирные изделия;

- ювелирные изделия проходят декоративную обработку, их стоимость, потребители и рынок сбыта разные по сравнению с реализацией благородных металлов (сырья или полуфабрикатов);

- таким образом, сопоставляемые товары 14 класса МКТУ являются неоднородными;

- сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ касаются реализации и рекламы неоднородных товаров 14 класса МКТУ, относящихся к различным сегментам рынка, в связи с чем являются неоднородными.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 15.12.2023 и, помимо товаров/услуг 03, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 28, 29, 30, 32, 33, 41, 43 классов МКТУ, для которых Роспатентом уже принято решение о государственной регистрации товарного знака, также зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака для всех испрашиваемых товаров 14, 25 и услуг 35 классов МКТУ.

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

С учетом даты подачи (08.04.2023) заявки №2023728941 на регистрацию 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 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

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).

Обозначение по заявке №2023728941 представляет собой словесное обозначение «АНГЕЛОФФ», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивалась в отношении товаров 03, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 33 и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Роспатентом принято решение о государственной регистрации товарного знака для товаров 03, 14 (части), 16, 18, 20, 21, 24, 28, 29 (части), 30 (части), 32, 33 и услуг 41, 43 классов МКТУ.

Сокращение заявителем в возражении требований до товаров 14, 25 и услуг 35 классов МКТУ исключает необходимость проведения сравнительного анализа заявленного обозначения с противопоставленной экспертизой серией знаков со словесным элементом «ANGEL» по международным регистрациям №1003578, №1012460, №736836, №713285, правовая охрана которых распространяется на



товары 01, 30 классов МКТУ, признанные однородными заявленным товарам 29, 30 классов МКТУ.


В рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 14, 25 и услуг 35 классов МКТУ заявленному обозначению противопоставлены

товарные знаки  «» по свидетельству №761526 и

«» по свидетельству №730096.

Товарный знак «» по свидетельству №761526 представляет

собой комбинированное обозначение, включающее словесный элемент «ANGELLOFF», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита черного цвета. Над указанным словесным элементом размещены пересекающиеся буквы «A» и «S». Буква «A» выполнена черным цветом, а буква «S» - золотисто-бежевым. Под словом «ANGELLOFF» размещен словесный элемент «SHOES», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита золотисто-бежевого цвета. Слово «SHOES» размещено между двумя горизонтальными прямыми линиями черного цвета.

Товарный знак «» по свидетельству №730096 представляет собой комбинированное обозначение в котором слово «Ангелофф», выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита белого цвета, размещено на фоне прямоугольника черного цвета. Слева от словесного элемента размещено стилизованное изображение ангела с крыльями.

Анализ на тождество и сходство сравниваемых знаков показал следующее.

В заявленном обозначении слово «АНГЕЛОФФ» является единственным индивидуализирующим элементом.


Основными индивидуализирующими элементами противопоставленных комбинированных товарных знаков по свидетельствам №761526 и №730096 являются визуально доминирующие словесные элементы «ANGELOFF» и «АнгелOFF», соответственно, поскольку именно они акцентируют на себе внимание в первую очередь и обуславливают запоминание знаков потребителями.

Что касается словесного элемента «SHOES», то он является неохраняемым элементом товарного знака по свидетельству №761526. Данный элемент представляет собой слово, которое в силу смыслового значения («shoes» переводится с английского языка как «обувь») характеризует товары 25 класса МКТУ с точки зрения их вида и не способно осуществлять индивидуализирующую функцию товарного знака.

Сравнение заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков свидетельствует о том, что они содержат совпадающие по смыслу и характеризующиеся фонетическим тождеством словесные элементы «АНГЕЛОФФ»/«ANGELOFF», что обуславливает высокую степень сходства сравниваемых обозначений.

В этой связи необходимо отметить, что словесный элемент «ANGELOFF» наиболее вероятно будет воспринят и прочитан российскими потребителями как слово «АНГЕЛОФФ», выполненное буквами латинского алфавита. При этом оба словесных элемента способны порождать одинаковые смысловые ассоциации, связанные с фамилией, образованной от слова «ангел».

Также коллегия обращает внимание на то, что присутствие в составе товарного знака по свидетельству №761526 словесного элемента «SHOES» не обуславливает возможность признания смыслового несходства сопоставляемых

обозначений, поскольку словесные элементы в товарном знаке « ANGELOFF SHOES» по свидетельству №761526 размещены на разных строках, выполнены шрифтом различного размера и цвета, не имеют грамматической связи и воспринимаются

отдельно друг от друга. То есть элемент «ANGELOFF» является автономным индивидуализирующим элементом товарного знака.

Как обоснованно отметил заявитель, графическая проработка словесных элементов и композиционное построение сравниваемых обозначений различны. Однако графический критерий в данном случае является второстепенным, поскольку превалируют иные признаки сходства (в рассматриваемом случае фонетический и семантический).

Таким образом, заявленное обозначение и товарные знаки по свидетельствам №761526 и №730096 имеют тождественное звучание и способны вызывать одинаковые смысловые ассоциации, поскольку в них заложены одни и те же понятия и идеи. Указанное приводит к выводу о высокой степени сходства заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №761526 и №730096 в целом.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021 «наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака. Аналогичный подход отражен в постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 №300-КГ1813820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других».

По вопросу однородности товаров/услуг 14, 25, 35 классов МКТУ, представленных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, установлено следующее.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается для товаров 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; бриджи; брюки; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеющиеся; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаша; гамаша короткая; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; 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]; 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; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; 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, содержащая вещества для похудения; 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; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; пуловеры; пятки для чулок двойные; ризы [церковное облачение]; рубашки; рубашки с короткими рукавами; сарафаны; сари; саронги; свитера; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; ханбок [корейская традиционная одежда]; цилиндры; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты».

Товарный знак по свидетельству №761526 зарегистрирован для товаров 25 класса МКТУ «ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; валенки [сапоги фетровые]; галоши; голенища сапог; каблуки; насадки защитные на каблуки; обувь; обувь пляжная; обувь спортивная; окантовка металлическая для обуви; подошвы; подпяточники для обуви; полуботинки; полуботинки на шнурках; приспособления, препятствующие скольжению обуви; ранты для обуви; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; союзки для обуви; стельки; туфли; туфли гимнастические; туфли комнатные; части обуви носочные; шипы для ботс».

Согласно словарно-справочным источникам «одежда» – искусственные покровы человеческого тела. Одежда в широком смысле слова включает также головные уборы, обувь, перчатки и т.д. (Большая советская энциклопедия, <https://slovar.cc/enc/bse/2024498.html>).

В этой связи сопоставляемые товары 25 класса МКТУ можно отнести к общему родовому понятию «одежда», поскольку товар «обувь» в качестве отдельной группы входит в понятие «одежда».

Кроме того, в настоящее время существует множество компаний, которые реализуют в своих фирменных магазинах одновременно одежду, обувь и

сопутствующие товары/аксессуары. Таким образом, могут совпадать места реализации и круг потребителей сопоставляемых товаров 25 класса МКТУ.

Вероятность смешения потребителем товаров широкого потребления, таких как одежда и обувь, является более высокой, а степень однородности товаров тесно связана со степенью сходства обозначений, предназначенных для их маркировки. Чем сильнее сходство, тем выше опасность смешения и, следовательно, шире диапазон товаров, которые могут рассматриваться как однородные.

В рассматриваемом случае потребитель, столкнувшись с товарами, маркированными сравниваемыми обозначениями и обладающими высокой степенью сходства ввиду совпадения словесных элементов «АНГЕЛОФФ»/«ANGELOFF», может прийти к выводу о том, что они производятся одним лицом или взаимосвязанными компаниями.

В силу изложенного коллегия пришла к выводу об однородности сравниваемых товаров 25 класса МКТУ.

Заявитель оспаривает в возражении отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для следующих товаров 14 класса МКТУ «бижутерия; бусины для изготовления ювелирных изделий и бижутерии; бусы из прессованного янтаря; перидот; брелоки для держателей для ключей; булавки декоративные; булавки для галстуков; держатели для ключей [кольца для ключей с брелоками]; держатели для ключей выдвижные; жетоны медные; зажимы для галстуков; запонки; мисбаха [четки для молитвы]; медали; монеты; кабошоны; роллы для ювелирных изделий; стразы; четки; шкатулки для украшений; агаты; алмазы; амулеты [изделия ювелирные]; бирки для одежды пришивные из драгоценных металлов; браслеты [изделия ювелирные]; браслеты вышитые текстильные [изделия ювелирные]; брелоки ювелирные; броши [изделия ювелирные]; булавки [изделия ювелирные]; булавки для шляп ювелирные; грунтовки для ювелирных изделий; жемчуг [изделия ювелирные]; застежки для ювелирных изделий; изделия с клуазоне; изделия ювелирные; изделия ювелирные из слоновой кости; изделия ювелирные из янтаря; камни драгоценные; камни полудрагоценные; канитель серебряная; кольцо [изделия ювелирные]; кольца

[изделия ювелирные]; кольца разъемные из драгоценных металлов для ключей; коробки подарочные для ювелирных изделий; медальоны [изделия ювелирные]; нити золотые [изделия ювелирные]; нити из благородных металлов [изделия ювелирные]; нити серебряные [изделия ювелирные]; оливин [драгоценный камень]; шпинели [драгоценные камни]».

Товарный знак по свидетельству №730096 зарегистрирован для товаров 14 класса МКТУ «благородные металлы и их сплавы; бюсты из благородных металлов; знаки из благородных металлов; изделия художественные из благородных металлов; металлы благородные, необработанные или частично обработанные; памятники надгробные из драгоценных металлов; распятия из благородных металлов, за исключением ювелирных изделий; распятия, используемые в качестве ювелирных изделий; сплавы благородных металлов; статуи из благородных металлов; статуэтки из благородных металлов / фигурки из благородных металлов».

Сравнительный анализ показал, что правовая охрана противопоставленного товарного знака распространяется на аналогичные по роду (ювелирные изделия) и назначению товары 14 класса МКТУ «распятия, используемые в качестве ювелирных изделий», которые имеют тот же круг потребителей и каналы реализации, что и товары 14 класса МКТУ испрашиваемого перечня, относящиеся к ювелирным украшениям, бижутерии, а также их деталям/элементам, что свидетельствует об их однородности.

В отношении однородности ювелирных изделий и бижутерии необходимо отметить, что данные товары имеют одинаковое назначение (относятся к украшениям) и могут реализоваться совместно в одном магазине, в связи с чем они отнесены коллегией к категории однородных товаров.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается для 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 площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и

предпринимателей, нуждающихся в финансировании; 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; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; 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 целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; 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 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 спонсора; 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 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; 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 маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; 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 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 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 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 рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для

третьих лиц; 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».

Товарный знак по свидетельству №730096 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; макетирование рекламы; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по исследованию рынка; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

Сравниваемые услуги совпадают по роду/виду (в перечнях представлены услуги по продвижению и реализации товаров, снабженческие услуги, различные бизнес услуги), назначению, кругу потребителей, условиям оказания, что свидетельствует об их однородности.

В возражении заявитель привел довод о том, что сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ касаются реализации и рекламы неоднородных товаров 14 класса МКТУ, относящихся к различным сегментам рынка, в связи с чем являются неоднородными. Однако данный довод является неубедительным, поскольку услуги 35 класса МКТУ, указанные в перечне товарного знака по свидетельству №730096, не содержат конкретизации с точки зрения вида товаров, по отношению к которым услуги оказываются. Таким образом, сопоставляемым услугам 35 класса МКТУ присущи основные признаки однородности (общая родовая группа, назначение, круг потребителей).

Также необходимо отметить, что на предмет однородности исследуется не фактическая деятельность заявителя и правообладателей противопоставленных товарных знаков, а товары/услуги, представленные в перечнях сопоставляемых средств индивидуализации.

Заявитель привел довод о том, что противопоставленный знак по свидетельству №761526 не используется более четырех лет. Вместе с тем данный довод не подтвержден вступившим в силу решением уполномоченного органа о прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования (пункт 1 статьи 1486 Кодекса).

Установленная высокая степень сходства заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №761526 и №730096 с учетом однородности товаров/услуг 14, 25, 35 классов МКТУ, представленных в их перечнях, свидетельствует о невозможности регистрации заявленного обозначения в отношении испрашиваемого перечня товаров/услуг, поскольку оно не соответствует для товаров/услуг 14, 25, 35 классов МКТУ пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.05.2024, оставить в силе решение Роспатента от 15.12.2023.**