

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 15.06.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №891549, поданное Индивидуальным предпринимателем Абель Верой Алексеевной (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**veterrunning**» по заявке №2022722859 с приоритетом от 12.04.2022 зарегистрирован 09.09.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №891549 в отношении товаров и услуг 25, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне свидетельства, на имя Общества с ограниченной ответственностью «ВЕТЕР СПОРТ», 115569, Москва, Муниципальный округ Орехово-Борисово Северное вн.тер.г., ул. Домодедовская., 4, этаж/помещ. подвал/І, ком./офис 26/4-9 (далее – правообладатель), информация о чем была опубликована 09.09.2022 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания и наименования мест происхождения товаров» №17 за 2022 год.

В поступившем возражении выражено мнение о том, что регистрация №891549 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями

пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса (с учетом уточнений, сформулированных в ходатайстве, представленном на заседании коллегии 27.09.2023).

Доводы, приведенные в возражении и представленном на заседании коллегии 13.09.2023 дополнении к нему, сводятся к следующему:

- лицу, подавшему возражение, принадлежат товарные знаки «*Veter*» по свидетельству №749459 с приоритетом от 10.12.2018, «**ВЕТЕР**» по свидетельству №749644 с приоритетом от 10.12.2018, зарегистрированные для товаров 25, 35 классов МКТУ;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №891549 является сходным до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ с товарными знаками по свидетельствам №749459, №749644, принадлежащих лицу, подавшему возражение, за счет наличия в их составе тождественных индивидуализирующих словесных элементов «*veter*» / «*Veter*» / «**ВЕТЕР**», что касается словесного элемента «*running*» в составе оспариваемого товарного знака, то он является неохраняемым, используется на российском рынке для товаров и услуг, связанных со беговым спортом, указывает на их характер и назначение товаров;

- ИП Абель В. А. активно использует принадлежащие ей товарные знаки в своей коммерческой деятельности с 2013 года, в том числе и в направлениях, связанных со спортом, в частности в рамках проекта «*Veter Body School*» (<http://www.veterbodyschool.ru/>), в связи с чем возрастает риск смешения деятельности ИП Абель В. А. с деятельностью ООО «**ВЕТЕР СПОРТ**»;

- товарные знаки ИП Абель В.А. неправомерно используются в деятельности ООО «**ВЕТЕР СПОРТ**» путем размещения обозначения «*Veter*», в том числе с дополнительными дискрипторами, в частности, «*sport*», «*fitness*», «*ski*», «*triathlon*», «*cycling*», при сопровождении товаров и услуг;

- ООО «**ВЕТЕР СПОРТ**» подало на регистрацию серию аналогичных оспариваемому товарному знаку заявок, включающими словесный элемент «*Veter*», по которым Роспатентом вынесен отказ в регистрации в связи со сходством до степени смешения с товарными знаками лица, подавшего возражение, по заявкам

№2022722857, №2022722860, №2022722862, №2022722861, №2022725689, №2022722858;

- Арбитражный суд города Москвы по делу №А40-224746/22-134-1260 признал сходство до степени смешения обозначений, используемых ООО «ВЕТЕР СПОРТ» и ИП Абель В.А.

В качестве материалов, иллюстрирующих доводы возражения, в материалах возражения и дополнении к нему, поступивших на заседаниях коллегии 09.08.2023, 13.09.2023, представлены следующие документы (копии):

(1) Сведения о товарных знаках по свидетельствам №792003, №749459, №749644;

(2) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ИП Абель В.А.;

(3) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ВЕТЕР ПРОДЖЕКТ»;

(4) Заключение по результатам рассмотрения возражения по заявке №2022722862.

(5) Решение Арбитражного суда города Москвы от 30.06.2023 по делу №А40-224746/22-134-1260;

(6) Сведения относительно поданных на регистрацию в качестве товарных знаков обозначений «**vetercycling**» по заявке №2022722857, «**veterski**» по заявке №2022722860, «**vetertriathlon**» по заявке №2022722862, «**vetersport**» по заявке №2022722861, «**veter**» по заявке №2022725689, «**veterfitness**» по заявке №2022722858.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил свой отзыв на заседании коллегии, состоявшемся 13.09.2023, и дополнения к нему в корреспонденции от 21.09.2023, основные доводы при этом сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, неправомерно делит оспариваемый товарный знак на два словесных элемента, относя при этом словесный элемент «**running**» к категории неохранных, поскольку согласно записи Госреестра товарный знак охраняется в целом;

- сопоставляемые товарные знаки не ассоциируются друг с другом в целом, поскольку характеризуются фонетическими отличиями за счет разного звукового состава (не совпадает 7 букв из 12), отличаются по смыслу, поскольку часть потребителей воспримет обозначение «veterruning», не имеющего перевода на общеупотребительные языки, как фантазийный, а часть потребителей, владеющих английским языком с учетом семантики слова «tuning» (бег, управление, непрерывный, постоянный) – как словосочетание «бег ветра, управление ветром», а, также не совпадают по графическому критерию сходства с учетом написания словесных обозначений разными типами шрифтов и буквами разных алфавитов;

- результаты проведенного социологического исследования демонстрируют, что большинство потребителей не делит оспариваемый товарный знак на 2 слова, а воспринимает его как единое целое, что усиливает его различия с противопоставленными товарными знаками;

- наличие однородности сопоставляемых товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ не приводит к выводу о сходстве сравниваемых товарных знаков до степени их смешения;

- не обоснована ссылка лица, подавшего возражение, на наличие у него серии товарных знаков как усиливающее сходство сравниваемых обозначений, поскольку противопоставленные товарные знаки включают разные словесные элементы, а оспариваемый товарный знак не может рассматриваться в качестве продолжения серии, т.к. образован по другому принципу (состоит не только из слова «ВЕТЕР» в характерном графическом исполнении);

- приведенные в возражении сведения об ООО «ВЕТЕР ПРОДЖЕКТ» не имеют правового значения для дела;

- лицо, подавшее возражение, не подтвердило сведений о ведении им хозяйственной деятельности с использованием противопоставленных товарных знаков, следовательно, отсутствует фактор, повышающий вероятность смешения сравниваемых товарных знаков за счет известности более раннего права на товарный знак;

- приведенная в возражении ссылка на отказ в регистрации товарных знаков по заявкам №2022722860, №2022722862 не обоснована, поскольку касается иных значимых для оценки элементов;

- согласно результатам социологического опроса, проведенного Лабораторией социологической экспертизы РАН, отсутствует фактическое смешение оспариваемого и противопоставленных товарных знаков потребителем, поскольку, по мнению большинства опрошенных респондентов, оспариваемый товарный знак является оригинальным, сопоставляемые товарные знаки не ассоциируются друг с другом, отличаются внешне, по смыслу и фонетически как на дату проведения опроса, так и ретроспективно, большинство потребителей не выделяет слова «veter» в составе оспариваемого товарного знака;

- учитывая изложенные обстоятельства, сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения согласно пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В свете изложенного, правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 просит отказать в удовлетворении поступившего возражения и сохранить его правовую охрану.

Отзыв правообладателя сопровождается следующими документами (в копиях):

(7) Распечатка электронного Кембриджского англо-русского словаря;

(8) Заключение Лаборатории социологической экспертизы РАН;

(9) Информационная справка Суда по интеллектуальным правам о выявленной методологии оценки судами результатом опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков.

Лицо, подавшее возражение, ознакомившись с материалами отзыва, представило свою позицию на доводы правообладателя в корреспонденции от 25.09.2023 (продублировано на заседании коллегии, состоявшемся 27.09.2023), в которой повторно обращает внимание на сходство сравниваемых товарных знаков, а также критически оценивает результаты социологического исследования и их влияние на вывод о сходстве сравниваемых товарных знаков, полагает, что при его проведении были допущены методологические нарушения, что ставит под сомнение объективность полученных результатов исследования.

В свою очередь правообладатель на заседании коллегии, состоявшемся 07.10.2024, ссылаясь на правоприменительную практику Суда по интеллектуальным правам (дела №СИП-345/2022, № СИП-783/2022), отмечает, что неиспользование правообладателем

противопоставленного товарного знака может быть учтено как обстоятельство, свидетельствующее об отсутствии вероятности смешения спорного и неиспользуемого противопоставленного товарных знаков. В этой связи правообладатель представил сведения о досрочном прекращении правовой охраны противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №749644, №749459 в отношении товаров 25 класса МКТУ вследствие их неиспользования на основании решения Суда по интеллектуальным правам от 26.07.2024 по делу №СИП-898/2023.

Что касается услуг 35 класса МКТУ, приведенных в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549, то правообладатель по-прежнему высказывает позицию об отсутствии смешения сравниваемых товарных знаков в гражданском обороте ввиду низкой степени их сходства.

Доводы правообладателя сопровождаются следующие судебные акты (в копиях):

(10) Решение Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-898/2023;

(11) Постановления Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-354/2022 и по делу №СИП-783/2021;

(12) Постановление Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-554/2020.

Изучив материалы дела и заслушав представителей лица, подавшего возражение и правообладателя, коллегия пришла к следующим выводам.

С учетом даты (12.04.2022) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя 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.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет

самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, 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).

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Основанием для подачи возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку «*veterrunning*» по свидетельству №891549, предназначенного для индивидуализации товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, явилось, имеющееся, по мнению ИП Абель В.А., нарушение ее исключительного права на товарные знаки

«*Veter*» по свидетельству №749459, «**ВЕТЕР**» по свидетельству №749644 с более ранним приоритетом, используемые в отношении однородных товаров и услуг. Наличие у ИП Абель В.А. старшего права на указанные товарные знаки, с которыми, как полагает это лицо, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения, позволяет признать заинтересованным в подаче возражения против

предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №891549 лицом.

Кроме того, в качестве наличия заинтересованности в подачи настоящего возражения, коллегия приняла во внимание факт наличия судебного разбирательства в Арбитражном суде города Москвы между сторонами по настоящему делу о нарушении ООО «ВЕТЕР СПОРТ» исключительного права ИП Абель В.А. на средства индивидуализации (товарные знаки) «Veter» / «Ветер» в сети Интернет (см. приложение 5).

Оспариваемый товарный знак «*veterrunning*» по свидетельству №891549 с приоритетом от 12.04.2022 является словесным, выполнен стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита. Товарный знак по свидетельству №891549 зарегистрирован в отношении следующих товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ:

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; бюстгалтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съёмные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; граци; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для 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; 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, 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; перчатки теплые для устройств с сенсорным экраном; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки

детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;

35 класс МКТУ – «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация 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 поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; 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 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 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; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; 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 рекламные «оплата за клик»; 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 телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».

По существу доводов возражения в части несоответствия оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, необходимо указать следующее.

Противопоставленный товарный знак «*Veter*» по свидетельству №749459 с приоритетом от 10.12.2018 включает в свой состав словесный элемент «Veter», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита.

Противопоставленный товарный знак «**ВЕТЕР**» по свидетельству №749644 с приоритетом от 10.12.2018 включает словесный элемент «ВЕТЕР», выполненный буквами кириллического алфавита в стандартном шрифтовом исполнении.

Противопоставленные товарные знаки зарегистрированы, в частности, для 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; бюстгальтеры; валенки [сапоги фетровые]; воротники [одежда]; воротники съёмные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши [теплые носочно-чулочные изделия]; гетры; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты;*

изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кимоно; козырьки [головные уборы]; козырьки для фуражек; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; 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; манто; маски для сна (одежда); меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; набойки для обуви; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда форменная; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы; 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; союзки для обуви; 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; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки [головные уборы]; шапки бумажные [одежда];

шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шипы для ботс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;

35 класс МКТУ – «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; 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 в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление

витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стенов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; торговля оптовая

фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческие лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекеников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; оптовая и розничная продажа товаров, в том числе через сеть Интернет».

Сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака «*veterrunning*», на предмет его сходства с противопоставленными товарными знаками «*Veter*», «**BETER**» показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. 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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 показал, что он включает в свой состав единственный индивидуализирующий словесный элемент «**veterrunning**», который выполнен буквами латинского алфавита. При этом, как справедливо отмечается правообладателем, само по себе указанное слово отсутствует в словарно-справочных источниках информации, включающих сведения о лексических единицах каких-либо языков, использующих в письменности указанный алфавит.

Вместе с тем, в составе оспариваемого товарного знака, для русскоязычного потребителя явным образом в первоначальной позиции выделяется словесное

обозначение «veter», которое ассоциируется с русским словом «ветер¹», означающим «*движение, поток воздуха в горизонтальном направлении*».

В свою очередь вторая часть словесного элемента «veterrunning» представляет собой слово «gunning²» из английского языка, которое в переводе на русский язык означает «*бег, беговой*». Указанный словесный элемент ассоциируется с таким видом спортивной дисциплины в легкой атлетике как «бег³».

Таким образом, в составе словесного элемента «veterrunning» выделяются не связанные друг с другом лексически слова, где «veter» является сильной частью, семантически нейтральной по отношению к заявленным товарам и услугам, а «gunning» - в силу указания на определенную сферу деятельности слабой частью.

В свою очередь в состав противопоставленных товарных знаков «*Veter*», «**ВЕТЕР**» в качестве единственного индивидуализирующего элемента входят словесные элементы «Veter» / «Ветер», где слово «Ветер» - это русскоязычное слово в вышеприведенном словарном значении, а «Veter» - его транслитерация буквами латинского алфавита.

Следует констатировать, что оспариваемый и противопоставленные товарные знаки обусловлено фонетическим и семантическим тождеством входящего в их состав словесного элемента «Veter» / «Ветер», который в составе оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 акцентирует на себе внимание потребителя в первую очередь, поскольку находится в первоначальном положении и именно на него падает логическое ударение.

В этой связи следует упомянуть, что согласно правовой позиции суда, изложенной в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №2050/13 от 18.06.2013, добавление к товарному знаку, принадлежащему иному лицу, уточняющего или характеризующего слова не делает это обозначение не сходным до степени смешения с данным товарным знаком.

¹ Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/21830>.

² Англо-русские словари, <https://translate.academic.ru/running/en/ru/>.

³ Большой Энциклопедический словарь. 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/68254>

Таким образом, в оспариваемом и противопоставленных товарных знаках присутствуют фонетически и семантически тождественные словесные элементы, которые вызывают ассоциирование сравниваемых обозначений друг с другом.

Несмотря на ряд графических отличий, к которым относятся шрифтовые особенности товарных знаков, можно сделать вывод, что именно фонетическое и семантическое тождество вышеназванных словесных элементов, свидетельствует о высокой степени сходства сравниваемых товарных знаков и предопределяет возможность возникновения представления о том, что сопоставляемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника.

Что касается сопоставляемых товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ сравниваемых товарных знаков, то необходимо констатировать, что они либо являются идентичными, либо совпадают по виду и роду, характеризуются одинаковым назначением, кругом потребителей, условиями реализации, т.е. являются однородными. Наличие однородности товаров и услуг сравниваемых товарных знаков правообладателем не оспаривается.

С учетом сходства оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, а также однородности вышеприведенных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые обозначения, усматриваются основания для отнесения оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549 к категории обозначений, не соответствующих требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

При анализе материалов дела коллегией приняты во внимание представленные лицом, подавшим возражение, сведения о ранее принятых Роспатентом решениях об отказе в регистрации в качестве товарных знаков принадлежащих ООО «ВЕТЕР СПОРТ» обозначений «**vetercycling**» по заявке №2022722857, «**veterski**» по заявке №2022722860, «**vetertriathlon**» по заявке №2022722862, «**vetersport**» по заявке №2022722861, «**veter**» по заявке №2022725689, «**veterfitness**» по заявке №2022722858 (см. приложения 4, 6) с учетом

выявленного сходства до степени смешения между этими обозначениями и товарными знаками «*Veter*», «**BETER**» по свидетельствам №749459, №749644, принадлежащими ИП Абель В.А. Следует отметить, что, вопреки доводам правообладателя, вышеприведенные обозначения «*vetercycling*», «*veterski*», «*vetertriathlon*», «*vetersport*», «*veterfitness*», равно как и оспариваемый товарный знак «*veterrunning*», характеризуются одинаковым способом словообразования – прибавлением к слову «*veter*», воспринимающимся в качестве транслитерации русского слова «ветер», лексических единиц английского языка, ассоциирующихся со спортом, – «велосипедный спорт», «лыжный спорт», «триатлон», «спорт», «фитнесс».

Что касается представленного правообладателем социологического исследования, которое, по его мнению, подтверждает его доводы об отсутствии сходства оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, то необходимо отметить следующее.

Так, согласно Закл^ючению Лаборатории социологической экспертизы РАН (8) большинство опрошенных респондентов (87% на дату проведения опроса и 93% на ретроспективную дату (дату (12.04.2022) приоритета оспариваемого товарного знака)), полагают, что оспариваемый товарный знак «*veterrunning*» и противопоставленный товарный знак «*Veter*» по свидетельству №749459 не ассоциируются между собой. Товары, маркированные указанными товарными знаками, производятся разными компаниями (83% на дату проведения опроса и 90% на ретроспективную дату). Большинство потребителей не могут принять один товарный знак за другой (88% на дату проведения опроса и 93% на ретроспективную дату). По мнению большинства опрошенных, сравниваемые товарные знаки производят разное общее впечатление (57% на дату проведения опроса и 68% на ретроспективную дату), отличаются по внешнему виду (85% на дату проведения опроса и 91% на ретроспективную дату), по смыслу (79% на дату проведения опроса и 86% на ретроспективную дату), по звучанию (79% на дату проведения опроса и 80% на ретроспективную дату).

Также, по мнению большинства потребителей (89% на дату проведения опроса и 93% на ретроспективную дату), оспариваемый товарный знак «**veterrunning**» и противопоставленный товарный знак «**ВЕТЕР**» по свидетельству №749644 не ассоциируются между собой. Товары, маркированные указанными товарными знаками, производятся разными компаниями (86% на дату проведения опроса и 91% на ретроспективную дату). Большинство потребителей не могут принять один товарный знак за другой (89% на дату проведения опроса и 94% на ретроспективную дату). По мнению большинства опрошенных, сравниваемые товарные знаки производят разное общее впечатление (58% на дату проведения опроса и 69% на ретроспективную дату), отличаются по внешнему виду (89% на дату проведения опроса и 93% на ретроспективную дату), по смыслу (81% на дату проведения опроса и 87% на ретроспективную дату), по звучанию (80% на дату проведения опроса и 82% на ретроспективную дату).

Анализируя указанные данные и замечания лица, подавшего возражение, относительно используемой при проведении социологического исследования методологии, коллегия в силу отсутствия у нее компетенции по выявлению каких-либо нарушений в области подобных исследований или в части достоверности полученных результатов, руководствуется сложившимися правовыми подходами, приведенными в Информационной справке о выявлении методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15 (далее - Информационная справка).

В частности, в пункте 2.3 Информационной справки отмечается, что для выявления неправильных вопросов следует учитывать, что в вопросах могут быть использованы различные психологические методики манипулирования мнением. В этой связи коллегия считает необходимым обратить внимание на наличие манипуляционного приема при проведении социологического исследования, когда респондентам задавались вопросы относительно выявления различий между сравниваемых обозначений (вопросы №8, №40), а не их сходства.

Указанные обстоятельства, нивелируют полученные результаты и объективность представленного социологического исследования.

Между тем коллегия отмечает, что решением Суда по интеллектуальным правам от 26.07.2024 по делу №СИП-898/2023 (см. приложение 10), оставленным без изменения постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 17.10.2024, правовая охрана противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №749459, №749644 была досрочно прекращена ввиду их неиспользования в отношении товаров 25 класса МКТУ, сведения о чем были внесены в Госреестр 06.08.2024.

При этом необходимо отметить, что согласно правоприменительной практике Суда по интеллектуальным правам (дела №СИП-345/2022, № СИП-783/2022, №СИП-664/2022) прекращение правовой охраны противопоставленного товарного знака влечет за собой изменение итогового вывода о наличии или отсутствии вероятности смешения между сравниваемыми обозначениями, поскольку указанное обстоятельство означает невозможность дальнейшего противопоставления конкретного средства индивидуализации, что влияет на возможность признания спорного товарного знака охраноспособным.

Таким образом, принимая во внимание то, что правовая охрана товарных знаков по свидетельствам №749459, №749644 была досрочно прекращена ввиду их неиспользования в отношении товаров 25 класса МКТУ, у коллегии нет оснований для противопоставления этих товарных знаков оспариваемому товарному знаку по свидетельству №891549 в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса для товаров 25 класса МКТУ.

Вместе с тем, правовая охрана противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №749459, №749644 сохраняет свое действие для услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными услугам 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549.

В этой связи коллегия приходит к выводу о наличии оснований для удовлетворения поступившего возражения по основаниям, предусмотренным

пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса, отношении услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №891549.

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

удовлетворить возражение, поступившее 15.06.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №891549 недействительным частично в отношении услуг 35 класса МКТУ.