


**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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 25.09.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ВЕРТЕКС», Московская обл., г. Королев (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 27.06.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023763744 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке №2023763744, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.07.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 27.06.2024 об отказе в государственной регистрации

товарного знака по заявке №2023763744 в отношении заявленных товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ в соответствии с требованиями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы заявленного обозначения, установлено, что оно сходно до степени смешения:

- с товарными знаками (знаками обслуживания) «Club», зарегистрированными на имя «БЕЙМЕН ПЕРАКЕНДЕ ВЕ ТЕКСТИЛ ЯТЫРЫМЛАРЫ АНОНИМ ШИРКЕТИ», АЯЗАГА МАХ. АЗЕРБАЙДЖАН ДЖАД. 3А 3 О 3 Сарьер, Стамбул, ТУРЦИЯ (свидетельство № 989485, пр. от 19.12.2022 года, международная регистрация №1263742, приоритет от 21.04.2015 года), для однородных товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ,

- с международным комбинированным знаком, включающим словесный элемент «CLUB L», зарегистрированным на имя «Club L London Limited», Unit 4-5, Bloomfield Park, Bloomfield Road Tipton, West Midlands DY4 9AP (международная регистрация №1407630, приоритет от 23.02.2018 года), для однородных товаров 25 класса МКТУ.

В поступившем возражении, а также в дополнении к возражению, представленном на заседании коллегии 19.12.2024, доводы заявителя сводятся к следующему:

- словесные элементы «LB Club» используются на рынке с 2012 года, то есть даты регистрации противопоставленных товарных знаков,

- буквы «LB» являются инициалами имени и фамилии Людмила Буракова в латинице,

- 30.07.2014 года был создан домен lbclub.ru, что подтверждается информацией о домене с сайта atname.ru,

- словесное обозначение «LB Club» образует словосочетание, в котором слова связаны между собой грамматически и воспринимаются потребителем как словосочетание,

- сравниваемые обозначения «LB Club» и «BEYMEN Club» полностью отличаются по фонетическому критерию сходства,

- сравниваемые обозначения «LB Club» и «Club», «Club L LONDON» также полностью отличаются по фонетическому критерию,

- семантическое сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками отсутствует,

- основную индивидуализирующую роль в противопоставленном товарном знаке «Club» играет изобразительный элемент, различия в композиционном решении приводят к различному зрительному восприятию, что позволяет сделать вывод об отсутствии визуального сходства,

- регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 18 класса МКТУ с оговоркой «кроме хлыстов, кнутов, сбруи конской, ошейников, поводков» устраняет фактор однородности товаров 18 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается правовая охрана, с товарами противопоставленного товарного знака «Club».

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 27.06.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023763744 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ и следующих товаров 18 класса МКТУ: «кожа и имитация кожи; шкуры животных; изделия багажные и сумки для транспортировки; зонты от дождя и солнца; трости; и изделия шорные; и одежда для животных, кроме хлыстов, кнутов, сбруи конской, ошейников, поводков».

К возражению приложены следующие материалы:

1. Решение Роспатента от 27.06.2024,
2. Возражение на уведомление № 2023763744/50(W23057966) от 22.12.2023 года о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства,
3. Скриншоты аккаунта Ключниковой Людмилы Юрьевны в социальной сети ВКонтакте (<https://vk.com/>) под названием «Дизайнерская одежда «LB club»,

4. Скриншоты аккаунта Ключниковой Людмилы Юрьевны интернет сайте Ярмарка Мастеров (<https://www.livemaster.ru/>),

5. Скриншоты переписки по электронной почте между Ключниковой Людмилой Юрьевной и производителями пакетов,

7. Свидетельство о заключении брака (V-МЮ № 639127, дата выдачи 28.04.2015 года),

8. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении заявителя,

9. Информация о домене с сайта atname.ru.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (17.07.2023) поступления заявки №2023763744 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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

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 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).

Заявленное обозначение «» является комбинированным, включает словесный элемент «CLUB», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, и изобразительный элемент в виде композиции из букв «L», «B», выполненных в оригинальной графической манере.

Предоставление правовой охраны в рамках поданного возражения испрашивается в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ и скорректированного перечня товаров 18 класса МКТУ.

Противопоставленные знаки представляет собой комбинированные знаки [1] «» по свидетельству №989485, [2] «» по международной регистрации №1263742, [3] «» по международной регистрации №1407630, выполненные оригинальным и стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3] показал, что обозначения включают в себя фонетически и семантически («Club» – дубина, клуб, <https://translate.academic.ru/club/en/ru/>) тождественные словесные элементы «CLUB» и [1] «CLUB», [2] «CLUB», [3] «CLUB».

Коллегия отмечает, что как в заявленном обозначении, так и противопоставленных товарных знаках [1-3] основным/акцентным элементом является словесный элемент «CLUB», именно на данный словесный элемент при восприятии обозначений будет обращено внимание потребителей в первую очередь.

При сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3] на предмет графического сходства можно говорить о совпадении латинского алфавита в сравниваемых знаках.

Наличие отличий в графическом исполнении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3] не может повлиять на общий вывод об отсутствии сходства между ними, поскольку определяющим фактором сходства в данном случае является установленное фонетическое и семантическое тождество словесного элемента «CLUB», присутствующего в сравниваемых обозначениях.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ товаров и услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому 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.

Правовая охрана по заявке №2023763744 испрашивается в отношении скорректированного перечня товаров 18 класса МКТУ и товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ, а именно:

18 – кожа и имитация кожи; шкуры животных; изделия багажные и сумки для транспортировки; зонты от дождя и солнца; трости; изделия шорные; одежда для животных, кроме хлыстов, кнутов, сбруи конской, ошейников, поводков.

25 – 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 футбольные; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочночулочные изделия]; голенища сапог; грации; 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]; 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; 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; 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; рубашки с короткими рукавами; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; ханбок [корейская традиционная одежда]; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот;

шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты.

35 – 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.

Правовая охрана противопоставленным товарным знакам [1-3] предоставлена в отношении товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки [1, 2] зарегистрированы в отношении следующих товаров 18 класса МКТУ:

[1] - кожа и имитация кожи; шкуры животных; изделия багажные и сумки для транспортировки; зонты от дождя и солнца; трости; хлысты, кнуты, сбруя конская и изделия шорные; ошейники, поводки и одежда для животных,

[2] – обработанные и необработанные шкуры и кожи; заменители кожи, лайка, подкладочная кожа, изделия из кожи, имитации кожи или других материалов и не относящиеся к другим классам, сумки, чемоданы и дорожные сундуки, кошельки, футляры

из кожи, ключницы, шкатулки из кожи или лайки; зонты, зонтики, трости; кнуты, сбруя, шорные изделия, подпруги и стремена (*Peaux et cuirs transformés ou non transformés; cuir de substitution, chevreau, cuir pour doublures, produits en cuir, imitations de cuir ou autres matières et non compris dans d'autres classes, sacs, valises et malles de voyage, portefeuilles, étuis en cuir, étuis pour clés, boîtes en cuir ou chevreau; parapluies, parasols, bâtons de marche; fouets, harnais, articles de sellerie, sangles de selles et étrivières*).

Испрашиваемые товары 18 класса МКТУ являются однородными с товарами 18 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2], так как сравниваемые товары принадлежат к одной родовой группе «кожи животных, ее заменители, изделия из кожи животных и кожзаменителей, изделия для животных, изделия для хранения и переноски, изделия вспомогательные для передвижения, зонты».

Коллегия отмечает, что представленный заявителем скорректированный перечень испрашиваемых товаров 18 класса МКТУ с указанием ограничения «кроме хлыстов, кнутов, сбруи конской, ошейников, поводков», тем не менее, включает позиции «кожа и имитация кожи; шкуры животных; изделия багажные и сумки для транспортировки; зонты от дождя и солнца; трости; изделия шорные; одежда для животных», идентичные с товарами 18 класса противопоставленного товарного знака [1], а также являющиеся в высокой степени однородными с соответствующими товарами 18 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2].

Таким образом, испрашиваемые товары 18 класса МКТУ и товары 18 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2] тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия реализации, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Противопоставленные товарные знаки [1, 2, 3] зарегистрированы в отношении следующих товаров 25 класса МКТУ:

[1] - одежда, обувь, головные уборы,

[2] - одежда из всех видов материалов, за исключением защитной одежды, нижнего белья, верхней одежды, носков, обуви, головных уборов (*Vêtements confectionnés en tous*

*types de matières, à l'exception de vêtements de protection, sous-vêtements, vêtements de dessus, chaussettes, articles chaussants, articles de chapellerie),*

[3] - блузки [одежда]; боди; бралетты; бюстгальтеры; пальто; джинсы [одежда]; платья; вечерние платья; обувь; куртки; джемперы; комбинезоны; трикотаж; женская одежда; женские платья; домашняя одежда; одежда для беременных (*Blouses [clothing]; bodysuits; bralettes; bras; coats; denims [clothing]; dresses; evening dresses; footwear; jackets; jumpers; jumpsuits; knitwear; ladies' clothing; ladies' dresses; loungewear; maternity wear*).

Испрашиваемые товары 25 класса МКТУ являются однородными с товарами 25 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-3], так как сравниваемые товары принадлежат к одной родовой группе «одежда, обувь, головные уборы».

Таким образом, испрашиваемые товары 25 класса МКТУ и товары 25 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2, 3] тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия реализации, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Противопоставленные товарные знаки [1, 2] зарегистрированы в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ:

[1] – продажа товаров через розничные и оптовые магазины; продажа товаров через автоматические распределители, почтовые каталоги продаж, электронные средства, например, телемагазины или Интернет-сайты; маркетинг; реклама; продвижение продаж для третьих лиц,

[2] – рекламные услуги, услуги рекламного агентства, распространение рекламы, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, услуги моделирования в рекламных целях или целях стимулирования сбыта, маркетинговые исследования, стимулирование сбыта, оформление витрин, услуги по проведению опросов, связи с общественностью; работа в офисе, секретарские услуги, услуги по управлению бизнесом, помощь в управлении промышленностью или торговлей, консультационные услуги по организации и управлению бизнесом, бухгалтерский учет, услуги посредничества по импорту-экспорту; управление бизнесом артистов-исполнителей; экспертные услуги по оценке промышленной и коммерческой продукции; услуги розничных аукционов, а именно услуги по объединению от имени других лиц разнообразного набора товаров, что позволяет покупателям легко просматривать и приобретать их, причем указанные услуги могут предоставляться розничными магазинами, розничными торговыми точками, оптовыми

торговыми точками, посредством почтовой торговли каталогах или в электронном виде (*Services publicitaires, services d'agences de publicité, diffusion d'annonces publicitaires, organisation d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires, services de mannequins à des fins publicitaires ou de promotion des ventes, études de marketing, promotion des ventes, décoration de vitrines, services de sondages, relations publiques; travaux de bureau, services de secrétariat, services d'administration d'affaires, aide à la gestion industrielle ou commerciale, services de conseillers en organisation et gestion d'affaires, comptabilité, services d'agences d'import-export; gestion commerciale d'artistes de spectacle; services d'experts pour l'évaluation de produits industriels et commerciaux; services de vente aux enchères au détail, à savoir services de regroupement, pour le compte de tiers, d'un ensemble diversifié de produits permettant ainsi à une clientèle de les voir et de les acheter aisément, lesdits services pouvant être fournis par des magasins de vente au détail, des points de vente en gros, par le biais de catalogues de vente par correspondance ou par voie électronique*).

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ являются однородными с услугами 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2], так как сравниваемые услуги принадлежат к одной родовой группе «услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, исследование рынка, услуги в области бухгалтерского учета, услуги секретарей, услуги в сфере бизнеса, услуги информационно-справочные, кадровые, услуги посреднические».

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ либо полностью совпадают, то есть являются идентичными услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2], либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

При определении однородности товаров и услуг 18, 25, 35 классов заявленного обозначения с товарами и услугами 18, 25, 35 классов противопоставленных товарных знаков [1-3] во внимание также была принята высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3], а именно: тождество словесного элемента «CLUB» в заявленном обозначении и противопоставленных товарных знаках [1-3].



Таким образом, учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1 - 3], а также в части идентичность, а в другой части высокую степень однородности испрашиваемых товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ соответствующим товарам и услугам 18, 25, 35 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1 - 3], их следует признать сходными до степени смешения.

Проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1 - 3] в отношении однородных товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.09.2024, оставить в силе решение Роспатента от 27.06.2024.**