

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС) рассмотрела возражение, поступившее 29.01.2024, поданное Михеевой Аллой Викторовной, г. Краснодар (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022763259 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны обозначению по заявке № 2022763259, поданной 08.09.2022, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 03, 04, 21 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки, заявлено комбинированное обозначение



«» в цветовом сочетании: «черный, белый».

Роспатентом 26.09.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022763259 в отношении всех товаров, указанных в перечне, мотивированное его несоответствием требованиям пунктов 1, 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса и основанное на заключении по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее:

- в результате экспертизы заявленного обозначения установлено, что в заявленное обозначение включены словесные элементы: «LIMA» - географическое наименование «ЛИМА» - город, столица Перу; «SELECTIVE» в переводе с

английского языка на русский язык означает: «СЕЛЕКТИВНЫЙ» - избирательный; «PERFUME» в переводе с английского языка на русский язык «ДУХИ» - парфюмерное средство, ароматическая жидкость на спиртовом растворе (см. Интернет: <https://context.reverso.net>, «Толковый словарь Ожегова», С.И. Ожегов, 1949-1997 гг., <https://dic.academic.ru/contents.nsf/ushakov/>), указывающие на место производства товаров и (или) местонахождения заявителя, а также на вид, свойства и назначение заявленных товаров, не обладающие различительной способностью, в связи с чем, являющиеся неохранными элементами на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- поскольку заявителем является Михеева Ольга Викторовна (г. Краснодар, Россия), то заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно местонахождения заявителя и места производства товаров на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса;

- включенное в состав заявленного обозначения слово «LIMA» (Лима - это столица Перу, находится на берегу Тихого океана, у подножия Анд. 2672.28 км 2. Население составляет 9 562 280 млн. человек (2023 г.), см. Интернет - словари: Энциклопедия туризма Кирилла и Мефодия. 2008 г., <https://bdex.ru/naselenie/peru/lima/>, <https://terravisor.com/cities/info/lima>, https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_geo/2877/%D0%9B%D0%B8%D0%BC%D0%B0) представляет собой географическое наименование, вследствие чего не может быть зарегистрировано в отношении всех заявленных товаров 03, 04, 21 классов МКТУ, так как не обладает различительной способностью, характеризует заявленные товары, а именно указывает на место происхождения товаров, местонахождение их изготовителя, в связи с чем, является неохраняемым;

- словесный элемент «SELECTIVE PERFUME» характеризует часть заявленных товаров, а именно те товары, которые имеют отношение к духам. Следовательно, регистрация такого обозначения в отношении остальной части товаров, не имеющих отношения к духам, способна ввести потребителя в заблуждение относительно вида, назначения товаров. То есть в отношении части заявленных товаров 03 класса МКТУ, всех товаров 04 класса МКТУ и части товаров 21 класса МКТУ слова «SELECTIVE PERFUME», соответственно и заявленное обозначение в целом,

способны ввести потребителя в заблуждение относительно вида и назначения товаров на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса;

Limo
Limo

- заявленное обозначение сходно до степени смешения со знаком «**Limo**» по международной регистрации № 1275437 с конвенционным приоритетом от 09.06.2015 г., правовая охрана которому предоставлена ранее на имя «MOMOTANI JUNTENKAN LTD.», 4-30, 2-Chome, Ichioka, Minato-ku, Osaka-shi Osaka 552-0012, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ.

- сравниваемые обозначения являются сходными на основании звукового и графического критериев сходства сравниваемых обозначений, что позволяет сделать вывод об их сходстве до степени смешения. Также экспертизой установлена однородность сравниваемых товаров как с учетом основных, так и с учетом вспомогательных критериев однородности товаров.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 29.01.2024 возражение. Основные доводы возражения сводятся к следующему:

- в отношении довода экспертизы о возможном введении потребителя в заблуждение относительно места нахождения изготовителя и (или) места производства товаров ввиду наличия географического наименования - Лима (столица Республики Перу) заявитель сообщает следующее. Государство Республика Перу расположено в Южной Америке, удалено от Российской Федерации более чем на 10 000 км, официальным языком государства является испанский. Основными потребителями продукции заявленного обозначения являются жители Южного Федерального округа. Между Республикой Перу и Российской Федерацией отсутствуют близкие культурные и языковые связи, в связи с чем, у потребителя не возникнет устойчивых ассоциативных связей с Республикой Перу и он не будет введён в заблуждение относительно производства продукции в Южной Америке;

- основным элементом в заявленном обозначении является словесный элемент «Lima», в связи с чем, основное внимание будет обращено на данный словесный элемент как на название. В русском языке отсутствует слово «Lima» и оно в себе не несёт никакого семантического значения. Ввиду чего восприятие словесного

названия «Lima» будет ассоциироваться у потребителя исключительно в качестве наименования, не несущего каких-либо дополнительных семантических значений;

- заявитель выражает согласие с неохраноспособностью словесных элементов «SELECTIVE» и «PERFUME» в заявленном обозначении;
- заявитель оспаривает сходство заявленного обозначения и противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437. Противопоставленный знак «LIMO LIMO» и заявленное обозначение «Lima» при фонетическом сравнении различаются длиной, последней буквой окончания, в связи с чем, не могут быть сходными до степени смешения в восприятии возможного потребителя. Более длинное обозначение «LIMO LIMO» значительно отличается по звучанию от заявленного обозначения «Lima» и не может быть признанным сходным до степени смешения.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента об отказе в государственной регистрации и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2022763259 в отношении всего заявленного перечня товаров 03, 04, 21 классов МКТУ.

Заявителем с материалами возражения представлено решение об отказе в государственной регистрации товарного знака от 26 сентября 2023 г. по заявке № 2022763259.

Уведомленный надлежащим образом заявитель на заседании коллегии отсутствовал. В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (08.09.2022) заявки № 2022763259 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в

результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось

потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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 требованиям пункта 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.

Согласно требованиям пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется

значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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).



Заявленное обозначение «» по заявке № 2022763259 является комбинированным, содержит изобразительный элемент в виде стилизованного изображения дерева, а также словесные элементы «Lima», «SELECTIVE PERFUME», выполненные на фоне прямоугольника черного цвета и белой рамки.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров:

- 03 класса МКТУ *«ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; блески для губ; вещества ароматические для отдушивания белья; вода ароматическая; вода туалетная; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; изделия парфюмерные; кондиционеры для волос; кремы для кожи; кремы косметические; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; маски косметические; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; мыла; мыла дезодорирующие; мыла кусковые туалетные; мята для парфюмерии; наборы косметические; накладки для глаз гелевые косметические; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для замачивания белья; препараты для смягчения белья при стирке; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания*

ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; средства для стирки; средства обезжиривающие, за исключением используемых в промышленных целях; шампуни; шампуни сухие»;

- товаров 04 класса МКТУ «ночники [свечи]; свечи ароматические; свечи для новогодних елок; свечи для освещения; свечи соевые; спирт [топливо]; спирт этиловый метилированный; фитили для свечей»;

- товаров 21 класса МКТУ «баночки для создания свечи; блюда; блюда-подносы для овощей; бюсты из фарфора, керамики, фаянса, терракоты или стекла; вазы; вазы для обеденного стола; вазы для фруктов; гасильники для свечей; горшки для цветов; держатели для мыла; держатели для салфеток; держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]; диффузоры для отпугивания комаров, подключаемые к электросети; диффузоры масляные ароматические, за исключением тростниковых, электрические и неэлектрические; доски для резки хлеба; изделия из фарфора, керамики, фаянса, терракота или стекла художественные; кашпо, за исключением бумажных; кружки; мыльницы; подсвечники; подставки для блюд [столовая утварь]; подставки для графинов, за исключением бумажных или текстильных; подставки для меню; посуда столовая, за исключением ножей, вилок и ложек; посуда фарфоровая; посуда фаянсовая; предметы домашней утвари для косметики; приборы дезодорирующие индивидуальные; розетки подсвечников; ящики для растений».

При оценке доводов экспертизы и возражения коллегией оцениваются все обстоятельства, препятствующие государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Согласно заключению по результатам экспертизы и указанным в нем словарным источникам словесный элемент «Lima» (написан с большой буквы) заявленного обозначения представляет собой географическое название в переводе с английского языка на русский язык «Лима» - это столица и главный город Республики Перу, находится на берегу Тихого океана Южной Америки, у подножия Анд. 2672.28 км 2. Население составляет 9 562 280 млн. человек (2023 г.).

Административный центр автономной провинции Лима региона Лима. Главный политический, экономический и культурный центр страны. Численность составляет примерно треть от населения всего Перу. Лима является крупнейшим финансовым (коммерческим) и промышленным центром Перу (город дает примерно 2/3 ВВП страны) и является одним из основных экономических центров Латинской Америки. Благодаря развитой инфраструктуре и дешевой рабочей силе, а также доступу к дешевому сырью в городе и окрестностям размещено свыше 7000 промышленных предприятий, в основном, текстильной, пищевой, нефтеперерабатывающей и химической промышленности, а также туризма и рыболовной ловли. Лима производит около 80 % продукции обрабатывающей промышленности страны: металлообрабатывающие, химические, текстильные, обувные, рыбоперерабатывающие предприятия, а также сборка автомобилей и бытовых электроприборов.

См. электронные словари, указанные в заключении по результатам экспертизы, а также электронные словари: <https://translate.academic.ru>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Лима>, <https://translated.turbopages.org/>, <https://rus-bse.slovaronline.com/42906-Лима>, <http://otpusk-info.ru/journey/encyclopedia/geographical/articles/1296/lima.htm>.

Таким образом, географическое название «Лима» в качестве столицы и главного города государства Перу включено в словари, справочники и является известным российскому потребителю.

Заявленные товары 03 класса МКТУ представляют собой косметическую продукцию, ароматизаторы, соли и масла, а также средства для стирки, обезжиривания. Заявленные товары 04 класса МКТУ представляют собой свечи и спирт. Заявленные товары 21 класса МКТУ представляют собой посуду, изделия из стекла и керамики, фарфора, фаянса, пластмасс.

Таким образом, все заявленные товары 03, 04, 21 классов МКТУ представляют собой товары химической промышленности, ее отраслей и подотраслей, которые развиты в Лиме, в связи с чем, могут восприниматься как происходящие из Лимы и Перу. Таким образом, словесный элемент «Lima» заявленного обозначения, представляя собой географическое название, способен указывать на место

производства всех товаров и (или) местонахождения заявителя, то есть является неохраняемым элементом.

Словесный элемент «SELECTIVE PERFUME» имеет перевод с английского языка на русский язык «селективная (отборная) парфюмерия» или «селективные духи» (см. электронный словарь: <https://context.reverso.net/>). Парфюмерия - (фр. parfumerie «парфюмерная отрасль» ← parfumer «наполнять ароматом» ← fumer «дымить, окуривать») - совокупность изделий, применяемых для ароматизации тела человека, одежды, белья и воздуха в помещениях. Изначально понятие «парфюмерия» относилось к веществам, применяемым для благовонного окуривания воздуха, в том числе в религиозных культах. Также под парфюмерией понимается отрасль производства, основанного на научных знаниях по сочетанию запахов. Парфюмерия выполняет не только самостоятельное эстетическое назначение (в духах, одеколонах и т. п.), но и является частью многих других товаров: косметических (лосьон, крем), средств личной гигиены (мыло, зубная паста) и бытовой химии (стиральный порошок, бытовые средства для мытья посуды, стёкол, сантехники). См. электронный словарь: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Парфюмерия>.

Таким образом, словесный элемент «SELECTIVE PERFUME» заявленного обозначения в силу своего смыслового значения характеризует все заявленные товары 03 класса МКТУ, часть товаров 04 класса МКТУ *«ночники [свечи]; свечи ароматические; свечи соевые; фитили для свечей»*, часть товаров 21 класса МКТУ *«диффузоры масляные ароматические, за исключением тростниковых, электрические и неэлектрические; предметы домашней утвари для косметики»*, поскольку не обладает различительной способностью, указывает на их вид, свойства, состав, назначение, то есть является неохраняемым элементом.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы о неохраноспособности словесных элементов «Lima», «SELECTIVE PERFUME» заявленного обозначения, как несоответствующего требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, следует признать правомерным.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Как было установлено выше, словесный элемент «SELECTIVE PERFUME» заявленного обозначения в силу своего смыслового значения характеризует все заявленные товары 03 класса МКТУ, а также часть товаров 04, 21 классов МКТУ, имеющих отношение к парфюмерии. Следовательно, в отношении товаров 04 класса МКТУ «свечи для новогодних елок; свечи для освещения; спирт [топливо]; спирт этиловый метилированный», представляющих собой осветительные товары и топлива, товаров 21 класса МКТУ «баночки для создания свечи; блюда; блюда-подносы для овощей; бюсты из фарфора, керамики, фаянса, терракоты или стекла; вазы; вазы для обеденного стола; вазы для фруктов; гасильники для свечей; горшки для цветов; держатели для мыла; держатели для салфеток; держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]; диффузоры для отпугивания комаров, подключаемые к электросети; доски для резки хлеба; изделия из фарфора, керамики, фаянса, терракота или стекла художественные; кашпо, за исключением бумажных; кружки; мыльницы; подсвечники; подставки для блюд [столовая утварь]; подставки для графинов, за исключением бумажных или текстильных; подставки для меню; посуда столовая, за исключением ножей, вилок и ложек; посуда фарфоровая; посуда фаянсовая; приборы дезодорирующие индивидуальные; розетки подсвечников; ящики для растений», представляющих собой посуду, различную утварь, словесный элемент «SELECTIVE PERFUME» является ложным указанием относительно вида, свойств и назначения товаров, что не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, заявителем является Михеева Ольга Викторовна (г. Краснодар, Россия). Как было установлено выше, заявленное обозначение включает географическое название «Лима» - столица Республики Перу и у потребителей будет возникать представление о производимых товарах именно из этого государства и его столицы. В связи с чем, заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно местонахождения заявителя и места производства товаров, что противоречит требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, у коллегии есть основания полагать, что регистрация заявленного обозначения на имя заявителя вызовет в сознании потребителя

неправильное представление относительно вида, свойств и назначения вышеуказанных товаров 04, 21 классов МКТУ, а также местонахождения заявителя и места производства всех заявленных товаров.

В связи с изложенным, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о противоречии заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, следует признать правомерным.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В заключении по результатам экспертизы заявленному обозначению  противопоставлен товарный знак «**Limo**» по международной регистрации № 1275437 с конвенционным приоритетом от 09.06.2015 г. Правообладатель: «MOMOTANI JUNTENKAN LTD.». Правовая охрана данного знака действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 03 класса МКТУ, указанных в перечне международной регистрации.

Наиболее значимым элементом заявленного обозначения является словесный элемент «Lima».

В отношении анализа заявленного обозначения и противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437 коллегия отмечает следующее.

Сопоставительный анализ сравниваемых обозначений показал полное совпадение всех согласных звуков и первого гласного звука «i». Произношение конечных гласных «а» и «о» теряются в потоке речи и не оказывают решающего влияния при оценке фонетического сходства сравниваемых обозначений. Таким образом, сопоставляемые обозначения являются фонетически сходными. В общедоступных словарях и справочниках не выявлено лексическое значение словесного элемента «Limo» противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437. Вместе с тем, словесный элемент «Lima» представляет собой географическое название, означающее в переводе с английского языка на русский язык «Лима» (столица Республики Перу). В силу чего, семантический критерий сходства не может быть положен в основу выводов о сходстве / несходстве сравниваемых обозначений. Визуально сравниваемые обозначения близки,

поскольку словесные элементы «Lima» / «Limo» выполнены буквами латинского алфавита.

Таким образом, сравниваемые обозначения обладают фонетическим и визуальным сходством. Следовательно, заявленное обозначение и противопоставленный знак по международной регистрации № 1275437 ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых товаров 03 класса МКТУ показал следующее.

Противопоставленный знак по международной регистрации № 1275437 содержит в своем перечне следующие товары 03 класса МКТУ «*breath fresheners; deodorants for human beings or for animals; soaps and detergents; dentifrices; bath preparations, not for medical purposes; cosmetics; perfumery, fragrances and incense; false nails; false eyelashes*» («освежитель дыхания; дезодорант для человека или животных; мыло и моющие средства; средства для чистки зубов; средства для приготовления ванн не медицинского назначения; косметика; парфюмерия, отдушки и благовония; накладные ногти; накладные ресницы»).

Заявленные товары 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вещества ароматические для отдушивания белья; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; мята для парфюмерии; смеси ароматические из цветов и трав» и товары 03 класса МКТУ «*fragrances and incense*» («отдушки и благовония») противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437 относятся к ароматизаторам и ароматическим веществам, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (придание аромата) и круг потребителей (любители ароматических веществ), относятся к одному сегменту рынка, обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные товары 03 класса МКТУ «кондиционеры для волос; мыла; мыла дезодорирующие; мыла кусковые туалетные; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для замачивания белья; препараты для смягчения

белья при стирке; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; средства для стирки; средства обезжиривающие, за исключением используемых в промышленных целях; шампуни; шампуни сухие» и товары 03 класса МКТУ «*soaps and detergents; bath preparations, not for medical purposes*» («*мыло и моющие средства; средства для приготовления ванн не медицинского назначения*») противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437 относятся к моющим средствам, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение и круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные товары 03 класса МКТУ «*бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; блески для губ; вода ароматическая; вода туалетная; духи; изделия парфюмерные; кремы для кожи; кремы косметические; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; маски косметические; наборы косметические; накладки для глаз гелевые косметические; препараты для ванн косметические; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; свечи массажные для косметических целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]*» и товары 03 класса МКТУ «*cosmetics; perfumery, fragrances and incense; false nails; false eyelashes*» («*косметика; парфюмерия, отдушки и благовония; накладные ногти; накладные ресницы*») противопоставленного знака по международной регистрации № 1275437 относятся к парфюмерии и косметическим средствам, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (для красоты, ухода за собой) и круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление ВС РФ № 10) 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.

С учетом высокой степени однородности анализируемых товаров 03 класса МКТУ риск смешения вышеуказанных сопоставляемых обозначений в гражданском обороте увеличивается. Для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения противопоставленного знака и заявленного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров.

Таким образом, с учетом всех вышеперечисленных признаков у коллегии есть основания для вывода о том, что заявленное обозначение и противопоставленный знак по международной регистрации № 1275437 ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение и противопоставленный знак по международной регистрации № 1275437 являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ заявленного перечня.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения в отношении всех товаров 03 класса МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

С учетом вышеприведенных доводов у коллегии отсутствуют правовые основания для отмены решения Роспатента от 26.09.2023.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.01.2024, оставить в силе решение Роспатента от 26.09.2023.